PAYMENT-DIENSTLEISTER

Nicht alles „smooth" bei Klarna

„Smooth Shopping" verspricht der Zahlungsanbieter Klarna Verbrauchern und Händlern, also einen glatten und reibungslosen Zahlungsablauf für beide Seiten. In der gesamten Kommunikation des Unternehmen ist „smooth" geradezu zum Leitmotiv geworden.

Doch wie so oft, ist auch bei Klarna offenbar nicht alles Gold, was glänzt. Schon im Mai dieses Jahres berichtete der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV), dass im Jahr 2020 die Beschwerden in den Verbraucherzentralen zu Online-Bezahldiensten und mobilen Payments um 98 Prozent gestiegen seien, wobei Paypal und Klarna bei 67 Prozent der Beschwerden genannt wurden. Inhaltlich war das alles nicht neu. Doch mit dem Corona-bedingten Online-Shopping-Boom nahm mit der gestiegenen Nutzung der Bezahldienste auch die Anzahl der Beschwerden signifikant zu.

Im Oktober nun hat sich der VZBV erneut und diesmal explizit zu Klarna geäußert. Verbraucher beschweren sich demnach bei den Verbraucherzentralen, weil korrekt bezahlte Rechnungen mit Angabe von Rechnungsbetrag und Verwendungszweck ohne für sie ersichtlichen Grund zurückgebucht und die Forderungen im Anschluss an ein Inkassounternehmen weitergegeben und mit zusätzlichen Entgelten eingetrieben werden. Anrufe und Nachrichten der Kunden an Klarna liefen ins Leere, weil die Mitarbeiter im Kundenservice nicht weiterhelfen konnten.

Erst bei intensiver Nachforschung der Verbraucher stellte sich heraus, dass der Verwendungszweck aus Sicht des Bezahldienstes nicht richtig angegeben war. So schilderte eine Verbraucherin, dass sie bei der Überweisung neben dem vorgesehenen Verwendungszweck noch zusätzlich ihren Namen angab. Ein anderer Nutzer beglich drei Rechnungen desselben Händlers in einer gebündelten Überweisung und vermerkte dabei alle drei Verwendungszwecke. Mag man dies noch dem Verschulden des Kunden zuschieben können, sieht es in einem anderen Fall schon anders aus. Denn auch die Angabe der Rechnungsnummer als Verwendungszweck führte zu Rückbuchungen, obwohl die Rechnung keinen anderen Verwendungszweck angab.

Dr. Heiko Fürst, Referent im Team Marktbeobachtung Finanzmarkt des Verbraucherzentrale Bundesverbands (VZBV), führt diese fehlerhaften Rückbuchungen auf vollautomatisierte Prozesse des Unternehmens zurück, die etwa nicht in der Lage sind, eine Rechnungsnummer als Verwendungszweck zu identifizieren oder damit überfordert sind wenn in dem entsprechenden Feld noch ein Name angegeben ist. Hier müssten also die Algorithmen noch nachgeschärft beziehungsweise die vermutlich dahinter stehende Künstliche Intelligenz noch besser trainiert werden, um solche Fehler zu vermeiden. Alternativ ließe sich bei auffälligen Transaktionen vor einer Rückbuchung auch eine zusätzliche Prüfebene einziehen. Das aber wäre vermutlich aus Sicht von Klarna nicht mehr „smooth", weil mit zu viel Aufwand verbunden. So aber bemängeln die Verbraucherschützer zu Recht, dass hier Folgekosten eines schlanken Prozesses auf die Nutzer abgewälzt werden. Red.

DIE ZAHL

74 Prozent der Bundesbürger unterstützen die Forderung, dass man künftig an jedem Verkaufspunkt die Möglichkeit haben sollte, auch bargeldlos zu bezahlen. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage des Digitalverbands Bitkom, für die im August insgesamt 1 007 Personen ab 18 Jahren in Deutschland telefonisch befragt wurden. Unter den 18- bis 29-Jährigen unterstützen das sogar 87 Prozent. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 75 Prozent, bei den 50- bis 64-Jährigen 76 Prozent. Und selbst unter den Seniorinnen und Senioren ab 65 Jahre spricht sich eine deutliche Mehrheit von 64 Prozent dafür aus. Eine solche Forderung an die künftige Bundesregierung unterstützen mehrheitlich auch die Anhänger aller im Bundestag vertretenen Parteien. Unter denen der AfD fordern 82 Prozent ein Recht auf digitales Bezahlen, bei Bündnis 90/Die Grünen und FDP sind es jeweils 77 Prozent, bei SPD und CDU/CSU jeweils 74 Prozent. Unter denjenigen, die mit der Linken sympathisieren, wollen nur 64 Prozent überall bargeldlos bezahlen können.

BUY NOW PAY LATER

Sparkassen nehmen den Wettbewerb auf

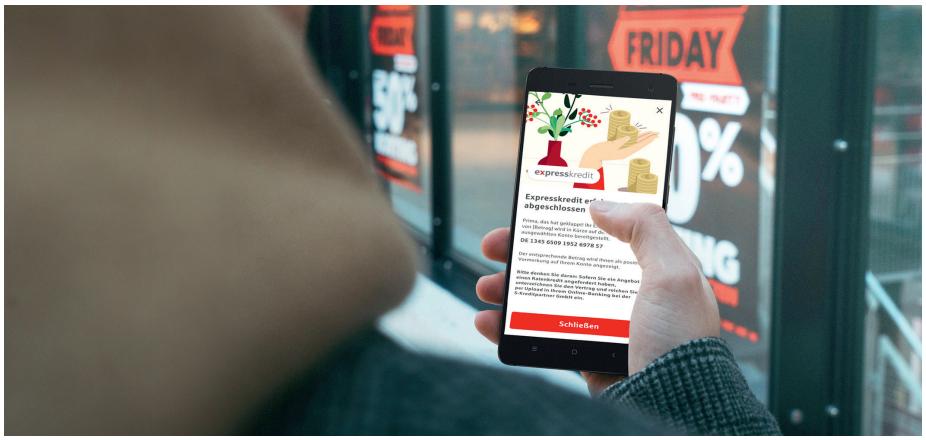
Es spricht einiges dafür, dass das Thema Buy Now Pay Later das Zeug dazu hat, den Payment-Markt ordentlich in Bewegung zu bringen. Das liegt zum einen daran, dass entsprechende Angebote, wie sie Payment-Dienstleister wie Klarna derzeit kräftig forcieren, auch für Menschen verfügbar sind, die keine Kreditkarte mit revolvierendem Kredit besitzen. Es liegt aber auch daran, dass der Kauf auf Pump so in die Verkaufsprozesse integriert wird, dass er für den Kunden denkbar einfach wird. Ob das dann auch für die Rückzahlung gilt, steht auf einem anderen Blatt.

Klassische Ratenkredite könnten durch die neuen Teilzahlungsoptionen ein Stück weit in den Hintergrund gedrängt werden. Es ist aber keineswegs ausgemacht, dass die Bankenbranche diesem neuen Wettbewerb quasi hilflos ausgeliefert ist. Sondern die etablierten Player nehmen die herausforderung an. So hat beispielsweise Mastercard Ende September in den USA, Australien und Großbritannien ein BNPL-Programm gestartet, um der wachsenden Nachfrage nach solchen Optionen zu begegnen – einsetzbar online sowie im stationären Handel. Die Einführung auch in anderen Märkten ist bereits angekündigt.

Jüngstes Beispiel aus Deutschland: Am 20. Oktober hat S-Payment vorgestellt, wie sich die Sparkassen dem neuen Trend stellen. Unter dem Namen Expresskredit bieten sie ihren Kunden die Möglichkeit an, im Geschäft höherpreisige Produkte zu erwerben und den Kauf gleich vor Ort digital, schnell und diskret zu finanzieren, ohne den Händler miteinzubeziehen.

Der Expresskredit wurde gemeinsam von der S-Payment und der S-Kredit-

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



Mit dem Expresskredit in der Mobile-Payment-App reagieren die Sparkassen auf den BNPL-Trend

partner GmbH (SKP) entwickelt und ist als erste zusätzliche Anwendung in der App „Mobiles Bezahlen" für Android-Smartphones integriert – als Ergänzung zu den digitalen Karten. Die gesamte Prüfung des Kreditantrags kann unmittelbar während des Einkaufs durchgeführt und abgeschlossen werden. Durch die Integration in die App kann der Nutzer den auf dem Konto bereitgestellten Wunschbetrag ohne Medienbruch direkt digital mittels der in der App hinterlegten Karten verwenden. Darlehensgeber ist die S-Kreditpartner GmbH.

Das ist der erste Schritt zum Ausbau der App „Mobiles Bezahlen", sagt Erik Meierhoff, Mitglied der Geschäftsführung der S-Payment. Gebündelt in dieser App wollen die Sparkassen zukünftig Mehrwerte und Zusatzleistungen anbieten, die weit über das reine Bezahlen hinausgehen.

Für die Sparkassen ist dieses Angebot vor allem deshalb interessant, weil es ihnen die Möglichkeit bietet, mit einem Kreditangebot dort an den PoS vorzustoßen, wo sie aufgrund ihres regionalen Antritts mit Händlerpartnerschaften bisher schwer ins Geschäft kamen. Kunden wiederum müssen sich nicht länger gegenüber dem Händler erklären, dass sie eine Finanzierung benötigen, und persönliche Daten offenlegen. Sondern der Bezahlvorgang wird ganz normal an der Kasse abgewickelt – alles andere läuft im Hintergrund über die Sparkasse.

Um die sofortige Liquidität zu gewährleisten, fragt der Kunde in der App Mobiles Bezahlen zunächst einen kostenlosen Expresskredit über einen gewünschten Betrag zwischen 500 und 3000 Euro an und erhält bei ausreichender Bonität eine Bestätigung über den Expresskredit. Der entsprechende Betrag wird dann auf dem verknüpften Girokonto vorgemerkt und der Kunde kann sofort am Point of Sale über das Geld verfügen. Die Gutschrift des Betrags erfolgt als Überweisung am folgenden Tag. Die Rückzahlung erfolgt entweder im Rahmen eines Ratenkredits oder nach 30 Tagen zulasten des Girokontos.

Probleme, wie sie in letzter Zeit verstärkt zu Verbraucherbeschwerden über Klarna bei den Verbraucherzentralen geführt haben, sind für Nutzer dieses Angebots nicht zu erwarten. Auch wenn es vermutlich ein zufälliges zeitliches Zusammentreffen war: Der Zeitpunkt, zu dem S-Payment mit dem Expresskredit an die Öffentlichkeit gegangen ist – nur zwei Wochen, nachdem der Verbraucherzentrale Bundesverband die Probleme bei Klarna erneut thematisiert hat – hätte besser gar nicht sein können. Denn natürlich sind Berichte über Probleme bei anderen Anbietern die beste Werbung, die sich die Sparkassen für ihr eigenes Buy-Now-Pay-Later-Angebot wünschen könnten.

Das Potenzial scheint jedenfalls beträchtlich zu sein. 2020 entfiel laut HDE Online Monitor 2020 knapp ein Viertel des Offline-Gesamtumsatzes des deutschen Einzelhandels (106 Milliarden Euro von 504 Milliarden Euro) 2021 auf die für ein Ratenzahlungsangebot relevantesten Branchen wie Schmuck und Uhren, Consumer Electronics, Wohnen und Einrichten oder Heimwerken und Garten. 5,8 Prozent der Käufe in diesen Branchen wurden über Rechnung oder Finanzkauf abgewickelt. Auf 106 Milliarden Euro Umsatz bezogen, ergibt sich ein Volumen von 6,14 Milliarden Euro, das am PoS finanziert wurde. Dafür sind die Sparkassen nun gut gerüstet. Red.

PREISPOLITIK

Klammheimliche Transaktionsentgelte

Bereits vor Corona tauchten in den Medien immer wieder Berichte darüber auf, wie teuer der rege Einsatz bargeldloser Zahlungsmittel das Girokonto machen kann – dann nämlich, wenn Banken und Sparkassen jede Kartentransaktion als einzelnen Buchungsposten berechnen. Solche Praktiken mögen Verbrauchern, die vor der Pandemie eher wenig per Karte bezahlt haben, nicht besonders aufgefallen sein. Mit der starken Veränderung des Bezahlverhaltens weg vom Bargeld und hin zur Karte oder auch Lösungen wie Paypal können die für sich genommen eher kleinen Beträge unter dem Strich enorme Summen ausmachen, die dann auch jenen Kunden auffallen, die früher darüber hinweggesehen haben.

Ärgerlich ist das besonders dann, wenn diese Entgelte im Kontoauszug tatsächlich nur pauschal als „Entgelte" ausgewiesen werden, ohne dass für den Kunden ersichtlich wird, was genau sich dahinter verbirgt, womöglich noch garniert mit einem Hinweis auf eine Anlage, die die Details erklären soll, tatsächlich aber gar nicht abrufbar oder zumindest nur schwer auffindbar ist. Erst auf explizite Nachfrage erfährt der Kunde dann, dass sich hinter den ominösen Entgelten die Bepreisung von Transaktionen mit Karte oder auch Paypal verbergen, deren sich der Kunde in vielen Fällen gar nicht bewusst war.

Der Unmut der Kunden ist dann vorprogrammiert – zumal die Kreditwirtschaft ja säulenübergreifend vehement für das bargeldlose Bezahlen wirbt. Dem Kunden dabei vorzuenthalten oder ihn zumindest nicht darauf hinzuweisen, dass es die Kontoführungsgebühr in die Höhe treibt, dieser Empfehlung zu folgen und von den angebo-

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

tenen Möglichkeiten, sei es nun das kontaktlose Bezahlen per Karte oder auch das Mobile Payment, regen Gebrauch zu machen, das ist im besten Fall wenig kundenfreundlich. Mancher könnte es auch als arglistig empfinden – und sich in diesem Kontext an das BGH-Urteil erinnern, das eine aktive Zustimmung der Kunden zu jeglicher Konditionenanpassung verlangt. Häufen sich solche Fälle, ist das ein weiterer Sargnagel für das ohnehin seit langem angeschlagene Image der Branche.

Zur Erinnerung: Als Anbieter vor allem aus der Reisebranche versuchten, aus einem nicht offengelegten Surcharging bei Kartenzahlungen ein Geschäftsmodell zu machen, bis die Rechtsprechung diese Praxis stoppten da war es die Kreditwirtschaft, die lautstark in die Beschwerden der Verbraucherschützer darüber einstimmte. Das war richtig – aber umso mehr muss es befremden, wenn Kartenemittenten Ähnliches nun selbst versuchen.

Gerade mit Blick auf die Paypal-Zahlungen mag die Einzelberechnung je Transaktion ja vielleicht noch eine gewisse Berechtigung haben. Würde man den Kunden erklären, dass es sich hier um ein Konkurrenzprodukt zu den kreditwirtschaftlichen Lösungen handelt – vielleicht ließe sich dann auf Verständnis bei einem Teil der Kunden hoffen, ähnlich, wie es bei den Verwahrentgelten der Fall ist. Die Verwendung der hauseigenen Karten jedoch ebenfalls mit einem Buchungsentgelt zu belegen, mutet den Kunden dagegen schon einiges zu. Wenn die Karte Teil des Kontopakets ist und der Kunde dafür womöglich noch eine Jahresgebühr bezahlt, empfindet er das zu Recht als Doppeltbepreisung.

Natürlich hat die Interchange-Regulierung die Profitabilität des kartengestützten Zahlungsverkehrs geschwächt und vielleicht gleichen die Skaleneffekte durch eine verstärkte Kartennutzung das nicht vollständig aus. Vor allem bei Kleinbetragszahlungen kann sich durchaus die Frage nach der Rentabilität stellen. Doch auch dafür hat die Branche jahrelang geworben. Wenn sich hier das Geschäftsmodell nicht mehr rechnet, dann sollten die Emittenten dies ehrlich kommunizieren. Eine höhere Monatspauschale für das Girokonto oder eine Anhebung des Jahresentgelts für Debit- und/oder Kreditkarte unter Hinweis auf die Gründe dafür hätte vermutlich weit höhere Aussicht auf Akzeptanz seitens der Kunden als die „klammheimliche" Berechnung von einzelnen Entgelten je Transaktion.

Wenn Kunden, die sich darüber nach mehr als eineinhalb Jahren Pandemie und entsprechend verändertem Zahlungsverhalten beschweren, dann noch „ohne Anerkennung einer Rechtspflicht oder eines Präjudizes", wie es im Schreiben einer Sparkasse heißt, eine einmalige Zahlung von sage und schreibe 20 Euro als Ausgleichsangeboten wird – muss man sich da wundern, dass die BaFin in Sachen Kundenzustimmung die Daumenschrauben anzieht? Red.

SCHEMES

Was wird aus EPI?

Gesucht wird ein Payment Scheme, das in jedem denkbaren Anwendungsszenario einsetzbar ist, das für die Banken profitabel, für Händler unkompliziert und preisgünstig ist, das mit hohem Sicherheits- und Datenschutzniveau aufwartet und für Verbraucher so einfach in der Nutzung ist und so viele Mehrwerte bietet, dass sie massenhaft von den bisher genutzten Paymentverfahren auf das neue Angebot umschwenken. So etwa lautet das Anforderungsprofil an das, was die European Payments Initiative auf politischen Druck hin entwickeln will, damit Europa den außereuropäischen Playern endlich etwas Adqäquates entgegenzusetzen hat.

Das eine solche „Eier legende Wollmilchsau" nicht so ohne Weiteres aus dem Hut zu zaubern ist, liegt auf der Hand. Das ist aber vermutlich nur ein Teil des Problems. Mindestens ebenso schwierig ist es, die divergierenden Interessen aller Beteiligten unter einen Hut zu bringen. Denn natürlich hat jedes Land ein Interesse daran, die eigenen Lösungen so weit wie möglich in EPI wiederzufinden. Dabei geht es zum einen um die Zahlungsgewohnheiten der Bürger. Es geht aber auch darum, bei der Implementierung des künftigen Systems so wenig Anpassungen wie möglich vornehmen zu müssen – und damit letztlich ums Geld.

Governance und Geld – das dürften die entscheidenden Faktoren dafür sein, ob aus EPI letztlich etwas wird oder ob sich das Projekt in die Reihe derjenigen Initiativen einreihen wird, auf die einst große Hoffnungen gesetzt worden waren, die aber dann letztlich doch gescheitert sind. Die Frage, ob EPI Realität wird oder nicht, wird sich nun bald entscheiden müssen. Die Entscheidung darüber, hatte Martina Weimert, CEO der EPI Interimsgesellschaft für den Herbst dieses Jahres angekündigt. Je nachdem, ob man das meteorologische oder das astronomische Datum zugrunde legt, müsste die Entscheidung also bis zum 30. November oder bis zum 21. Dezember fallen.

Offizielle Neuigkeiten gibt es von EPI seit dem Dezember 2020 nicht mehr. Damals wurde mitgeteilt, dass die größte polnische Bank, die PKO Bank Polski sowie die größte finnische Retailbank, die OP Financial Group, als Gründungsgesellschafter an der Interimsgesellschaft beteiligt sind und zwölf spanische Banken ein Konsortium gegründet haben, das als kollektiver Gesellschafter auftritt. Seitdem herrscht Funkstille.

Dass dies nichts bedeuten muss, wissen nicht zuletzt Eltern flügge gewordener Kinder. Sie haben gelernt: Keine Nachrichten sind meist gute Nachrichten – von Katastrophen hätte man sicher gehört. Und doch mehren sich im Markt Hinweise darauf, dass EPI zwar vielleicht nicht scheitern wird – aber doch sehr viel kleiner ausfallen könnte als ursprünglich geplant. Sicher dabei sollen nur noch drei Länder sein – alle anderen gelten zumindest als „Wackelkandidaten". Sollte sich dies bewahrheiten, dann hätte das europäische Payment Scheme eine mehr als bescheidene Ausgangsposition, die niemanden befriedigen könnte.

Natürlich ist es denkbar, sich erst einmal vornehm zurückzuhalten, um dann auf den fahrenden Zug aufzuspringen, wie es die Sparkassen bei Paydirekt gemacht haben. Allerdings zeigt dieses Beispiel schon die zweifelhaften Erfolgsaussichten einer solchen Strategie.

Die Sparkassen wollen diesen Fehler offenbar nicht wiederholen. Dass sie 148 Millionen Euro für EPI freigegeben haben, bei einem Gesamtfinanzierungsvolumen von rund 1,5 Milliarden Euro, darf wohl als Bekenntnis zum europäischen Payment Scheme verstan-

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

den werden. Wie viele andere Player diesem Beispiel folgen werden, ist jetzt die spannende Frage.

Was aber, wenn EPI scheitern oder nur als abgespeckte Lösung in ganz wenigen Märkten starten sollte? Das Ziel eines europäischen Payment Schemes auf Augenhöhe mit Mastercard und Visa, aber auch mit Paypal und anderen wäre dann verfehlt. Aufgeben wird es die Politik aber vermutlich nicht.

Im Grunde gilt heute das gleiche, was schon bei Monnet galt: Wenn die Politik ein Interesse an einer wirklich europäischen Lösung hat, dann muss sie die Rahmenbedingungen dafür schaffen. Möglicherweise muss sie technologische Vorgaben machen, sie muss einen wirtschaftlichen Betrieb ermöglichen und sie sollte sich auch an den Kosten für Entwicklung und Implementierung beteiligen – nach dem Motto: Wer anschafft, zahlt. Eher dürfte es aber anders kommen: Eine neue Regulierung, die eine europäisches Scheme verordnet und dafür lediglich technische Standards vorgibt. Denkbar wäre natürlich auch, die Idee eines europäischen Payment Schemes endgültig ad acta zu legen und dafür ganz auf den digitalen Euro zu setzen. Auch der ist allerdings noch Zukunftsmusik. Die Abhängigkeit von außereuropäischen Lösungen bliebe also auf unabsehbare Zeit weiterhin bestehen. Red.

MOBILE PAYMENT

Per NFC-Tag auch mit iOS

Mobile Payment per i-Phone oder i-Watch, das war bisher nur mit Apple Pay möglich. Denn noch immer hat Apple seine NFC-Schnittstelle nicht für andere Anbieter geöffnet. Das war bekanntlich ein Grund für die relativ späte Markteinführung von Apple Pay in Deutschland und auch dafür, dass den Sparkassen so viel daran gelegen war, auch das Bezahlen per Girocard via Apple Pay und damit für alle Sparkassenkunden möglich zu machen.

Die Mitnutzung der eigenen NFC-Schnittstelle in Form des Hinterlegens der eigenen Karten in der Apple-Wallet lässt sich das Unternehmen allerdings bezahlen. Wie viel genau die Emittenten dafür von der Interchange an Apple abtreten müssen, ist zwar nicht bekannt. Angesichts der in Europa ohnehin schon gedeckelten Interbankenentgelte ist allerdings jeder Anteil im Grunde zu viel. Selbst die US-amerikanischen Emittenten, die mit dieser Problematik nicht zu

E-LADESÄULEN

Eine Frage der Gerechtigkeit

Nachdem es bis zuletzt eine „Zitterpartie" war, hat der Bundesrat kurz vor der Bundestagswahl doch noch die neue Ladesäulenverordnung so verabschiedet, wie sie von der Bundesregierung vorgeschlagen worden war – also mit der Verpflichtung der Betreiber von Ladesäulen, künftig alle neuen Ladesäulen mit Kartenlesern auszustatten. Dass dies von den kreditwirtschaftlichen Verbänden und von Payment-Dienstleistern lautstark begrüßt wurde, muss nicht verwundern – schlagen doch die bisherigen App-Lösungen der Betreiber in der Regel oftmals nur als Lastschriften bei den Banken auf. Alle freuen sich nun, dass das Laden einer zukünftig weiter wachsenden Anzahl von Elektrofahrzeugen ihnen neue Umsatzpotenziale ermöglicht.

Und doch darf man den Bemühungen der Branche, die Kartenleser an den Ladesäulen durchzusetzen, nicht allein puren Eigennutz unterstellen. Sondern es ist neben einer Vereinfachung für die Nutzer auch eine Frage des Wettbewerbs. Wenn etwa Fluggesellschaften verpflichtet werden, mindestens eine gängige Bezahlmethode kostenfrei anzubieten, dann muss das auch für die Betreiber von E-Ladesäulen gelten. Geschlossene Systeme, für die sich der Nutzer jeweils registrieren müssen, reichen dafür keinesfalls aus. Dass der deutsche Gesetzgeber sich letzten Endes nicht darauf eingelassen hat, sich mit webbasierten Lösungen wie Paypal zu begnügen, um den proprietären Lösungen der Anbieter etwas entgegenzusetzen, ist vielleicht ein gutes Zeichen, aus dem sich ablesen lässt, dass auch die deutsche Politik nicht mehr ohne Weiteres bereit ist, die Dominanz außereuropäischer Lösungen länger widerstandslos hinzunehmen, beziehungsweise sie auch noch zu fördern, wie es bei einem Verzicht auf die Verpflichtung zum Einbau von Kartenlesern der Fall gewesen wäre. Allerdings weisen Marktteilnehmer darauf hin, dass so etwas in anderen Ländern vermutlich gar nicht erst diskutiert worden wäre, wenn eine praktikable nationale Lösung bereit steht.

Beim E-Mobility-Angebot der VR-Banken ist das Bezahlen per Girocard schon seit sieben Jahren möglich

Die genossenschaftliche VR Payment weist noch auf einen ganz anderen Umstand hin: Sie machen vielleicht bisher nur einen kleinen Teil der E-Ladeinfrastruktur aus – aber es gibt sie bereits, die Ladesäulen mit Girocard-Akzeptanz. Gemeinsam mit der DRWZ Mobile GmbH bietet VR Payment bereits seit sieben Jahren Ladelösungen mit einem offenen Bezahlsystem an und treibt die Installation solcher Ladesäulen auf den Filialparkplätzen von Volks- und Raiffeisenbanken voran. Red.

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

kämpfen haben, legen sich dem Vernehmen nach derzeit mit dem Technologiegiganten an, weil ihnen Apple Pay zu teuer wird.

Umso interessanter ist eine Meldung von Computop. Denn der Payment-Dienstleister hat mitgeteilt, mit seinem neuen Service „Close-by" einen Weg gefunden zu haben, NFC-Transaktionen auch mit iOS verfügbar zu machen. Das Verfahren funktioniert aber natürlich auch für Google Pay. Die Lösung basiert auf digitalen Preisschildern mit NFC-Sender am Regal, am Produktetikett oder auf einer Aktionsfläche. Über diese Sender können Kunden auf ihrem Smartphone eine fertig konfigurierte Bezahlseite aufrufen, wie sie aus Online-Shops bekannt ist. Dort wählen sie ihre favorisierte Zahlart und bezahlen direkt.

Der Wermutstropfen dabei: Am schnellsten, so Computop, geht das per Paypal – oder per Click to Pay. Nutzen die Kunden Paypal, dann bringt das den Banken wenig. Umso mehr sollte ihnen daran gelegen sein, Click to Pay bei ihren Kunden bekannt zu machen und dafür zu werben. Für Paypal dagegen ist die Lösung eine weitere Chance, sich am stationären PoS zu etablieren.

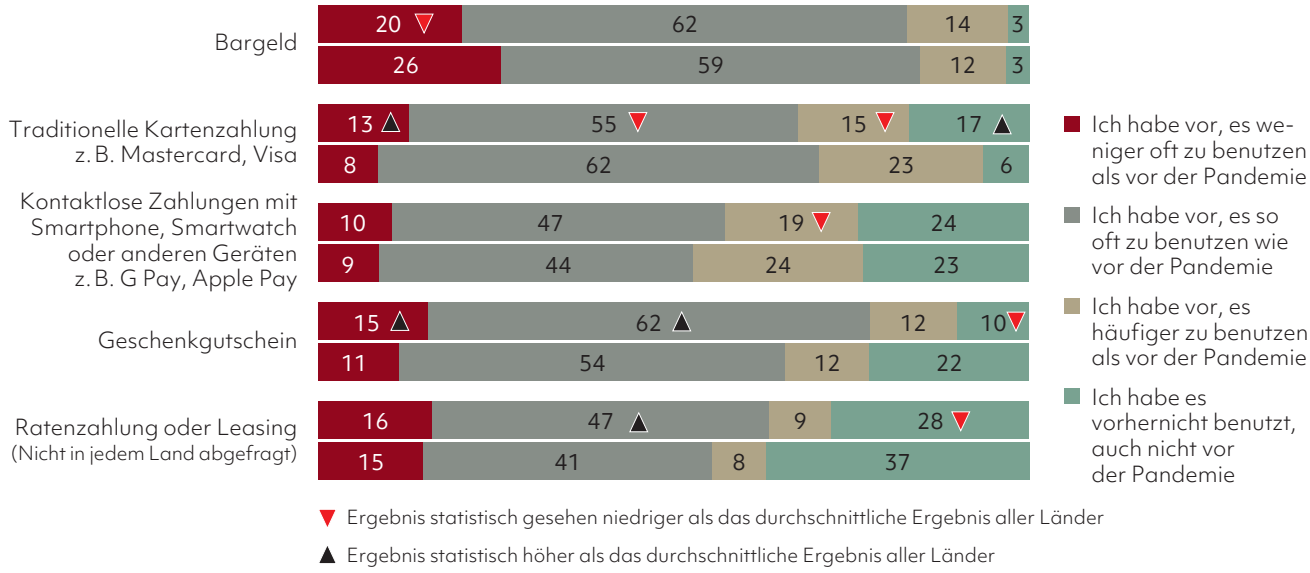
Ein NFC-Sender macht E-Commerce Bezahlarten am stationären PoS verfügbar

Was die Einsatzbereiche angeht, denkt Computop vor allem an unbediente Verkaufspunkte wie beispielsweise Automaten oder E-Ladesäulen. Automaten können dazu einfach mit einem NFC-Sender ausgestattet werden, der erheblich günstiger ist als ein PoS-Terminal für Kartenzahlungen. Für Ladesäulen gilt das allerdings – der neuen deutschen Ladesäulenverordnung wegen – wohl nur im Ausland. Hierzulande kann der NFC-Sender in Zukunft allenfalls ein Kartenterminal ergänzen. Ein ganz neuer Einsatzbereich ist hingegen auch in Deutschland das Einwerben von Spenden. NFC-Tags können beispielsweise als Aufkleber an Spendenplakaten, Prospekten oder Schlüsselanhängern befestigt werden. Mit ihrer Hilfe ruft der Spendenwillige die Bezahlseite auf dem Smartphone auf. Da passive NFC-Tags keine eigene Stromversorgung benötigen, ist die digitale Spende überall möglich, wo eine Netzabdeckung vorhanden ist.

Welche Bezahlarten der jeweilige Händler verfügbar machen will, ist mit der neuen Lösung individuell möglich. Denn hier kommen auch typische E-Commerce-Zahlarten wie Paypal, Giropay oder auch Alipay ins Spiel. Mit entsprechender Konfiguration im Händlersystem können aktive NFC-Sender auch variable Zahlbeträge sicher verschlüsselt an die Bezahlseite auf dem Smartphone übertragen. Und während QR-Codes vergleichsweise leicht zu fälschen sind, ist die NFC-Codierung dauerhaft und nicht überschreibbar, so Computop. Die Überlagerung durch ein betrügerisches Signal sei ebenfalls ausgeschlossen, da Smartphones auf sich überschneidende Funksignale nicht reagieren. Ein internationaler Patentschutz für Close-by wurde beantragt. Red.

BEZAHLVERHALTEN

Kreditkartenzahlung profitiert beim Offline-Einkauf in Deutschland weniger von der Pandemie als im Rest Europas



▼ Ergebnis statistisch gesehen niedriger als das durchschnittliche Ergebnis aller Länder

▲ Ergebnis statistisch höher als das durchschnittliche Ergebnis aller Länder

Wie die Pandemie die Nutzung von Bezahlverfahren beim Offline-Einkauf in Deutschland und Europa verändert, n = 3 551 (Europa) beziehungsweise 509 (Deutschland); in Prozent, oberer Balken jeweils Deutschland, unterer Balken Europa

Quelle: Evo Payments

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