

# Von Click to Pay zu Krypto – wohin die Reise beim digitalen Bezahlen geht

Von Tobias Czekalla



Mit zunehmender Nutzung des digitalen Bezahlers wird die Nutzerfreundlichkeit ein immer wichtigeres Kriterium, sagt Tobias Czekalla. Daran orientiert sich die technologische Weiterentwicklung. Als Beispiele nennt der Autor die Lösung Click to Pay, die Nutzern in Zukunft die Eingabe von Bezahldaten ersparen soll, das künftige Bezahlen mit digitalen Währungen oder sogenannte In-Car-Payments im vernetzten Autor. All das, so Czekalla ist mehr als bloße Zukunftsmusik, sondern steht auch in Deutschland bereits in den Startlöchern.

Red.

Wir alle haben in den vergangenen zwei Jahren erlebt, wie sehr sich die Bedeutung des digitalen Bezahlers im Alltag der Menschen in Deutschland und weltweit vergrößert hat. Ich gehe davon aus, dass dieser Trend nachhaltig ist. Nicht zuletzt, weil ein Großteil der Konsumenten (83 Prozent) hierzulande glaubt, dass das geänderte und teils neu gelernte Bezahlerverhalten auch nach der Pandemie beibehalten wird. Das zeigt unser aktueller Mobile Payment Monitor, eine repräsentative Studie von Visa in Zusammenarbeit mit Forssa.

## Anwenderfreundlicher Online-Checkout gefragt

Mit der wachsenden Bedeutung digitaler Bezahlmöglichkeiten wird vor allem auch die User Experience ein im-

mer wichtigeres Kriterium. Die individuell favorisierte Zahlweise muss möglichst intuitiv nutzbar sein – und dafür müssen die dahinterliegenden Prozesse nahtlos ineinandergreifen. Der Bezahlprozess selbst rückt immer weiter in den Hintergrund und ist nichts, womit sich die Verbraucher im Detail auseinandersetzen möchten. Er muss einfach funktionieren, bequem, schnell und sicher sein.

Wir sehen, dass beim Einkaufen immer häufiger mobile Endgeräte das Portemonnaie ersetzen – und mittlerweile haben sechs von zehn Konsumenten (62 Prozent) schon einmal Waren oder Dienstleistungen mit einem mobilen Endgerät im Internet gekauft. Im Vorjahr waren es 55 Prozent. Verbraucher gehen mit einer bestimmten Erwartungshaltung im Netz shoppen: Sind die gewünschten Produkte einmal im

Warenkorb, muss der Checkout maximal unkompliziert und mit so wenigen Angaben wie möglich vonstattengehen.

Diesem Wunsch begegnet Visa mit dem Dienst „Click to Pay“. Bei Click to Pay handelt es sich um einen EMV-Co-Standard, was bedeutet, dass das Online-Bezahlen mit Kredit- und Debitkarten der verschiedenen internationalen Schemes unterstützt wird. Dank dem neuen Service können Konsumenten ganz einfach bezahlen, ohne sich Passwörter merken zu müssen oder Kartennummern einzugeben – mit wenigen Klicks. Auch wenn Verbraucher ohne Anmeldung in den Shops der Händler als Gast einkaufen wollen, trägt die Lösung zu einem schnelleren und reibungsloseren Online-Einkauf bei. Mit dem Multidevice-fähigen Service Click to Pay kommt somit eine neue Checkout-Lösung auf den Markt, die den Bezahlvorgang noch einfacher, nahtloser und sicherer macht.

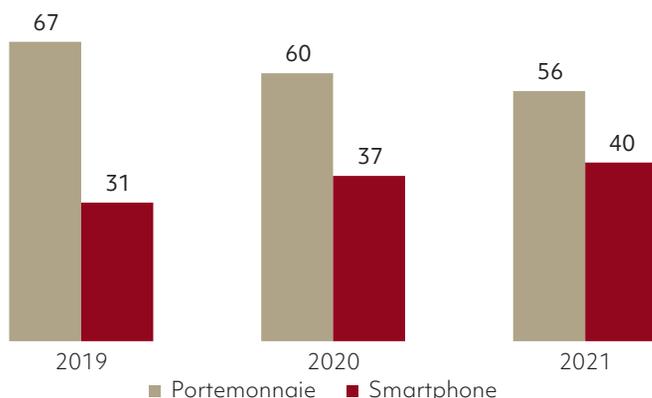
## Click to Pay in den Startlöchern

Produktseitig steht Click to Pay in Deutschland bereits in den Startlöchern. Kartenausgebende Banken können ihre Kunden informieren, sich für Click to Pay anzumelden. Hier gibt es verschiedene Wege – zum Beispiel über



Tobias Czekalla, Country Manager Deutschland, Visa Europe Management Services Limited, German Branch, Frankfurt am Main

## Relevanz des Smartphones wächst



Anteil der Verbraucher, die ihr Portemonnaie beziehungsweise ihr Smartphone mitnehmen, wenn sie aus dem Haus gehen, in Prozent  
n = rund 1 800 Verbraucher in Deutschland ab 18 Jahre, Online-Umfrage im Juni 2021

Quelle: Visa/Forsa

die deutsche Visa-Website oder in Zukunft im Checkout-Prozess bei teilnehmenden Händlern. Um eine Nutzung in der Breite der Bankkunden zu erreichen, wird es aus meiner Sicht entscheidend sein, dass Finanzinstitute es ihren Kunden ermöglichen, sich über ihre Online-Banking-Zugänge und Mobile-Banking-Apps anzumelden.

Um Bankenpartnern die technische Umsetzung zu erleichtern, steht ihnen zur Unterstützung das Visa Card Enrollment Hub (VCEH) zur Verfügung. Mit dieser API können Kunden direkt aus der Banking-App heraus Zahlungsinformationen bei Click to Pay einfügen – sicher und komfortabel. Für Bankenpartner, die eine noch aktivere Rolle bei Click to Pay spielen möchten, werden in Zukunft Card-Level-Features und noch weitere APIs verfügbar sein.

### Weniger Fehler und Kaufabbrüche

Click to Pay ist besonders anwenderfreundlich, da nach der einmaligen Eingabe der Zahlungs- und Lieferdaten bei weiteren Nutzungen in angeschlossenen Online-Shops nicht jedes Mal ein neues Passwort oder eine E-Mail-Adresse angegeben werden muss. Das spezielle Click-to-Pay-Symbol (ein Pfeil) dient als Wegweiser zum Checkout. Der Service speichert die Informationen sicher, sodass Käufer in jedem teilnehmenden Shop weltweit mit jedem Gerät und mit wenigen Klicks einkaufen können – ohne ein neues Konto bei den je-

weiligen Händlern einrichten zu müssen oder lange Formulare auszufüllen.

Für Händler ist das aus mehreren Gründen sehr wichtig:

- Denn zum einen werden Fehler vermieden, die sich beim Ausfüllen der Formulare oft einschleichen.

- Zum anderen sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden durch einen komplizierten Checkout-Prozess den Einkauf abbrechen: Weltweit werden 86 Prozent der Onlineeinkäufe auf Mobilgeräten abgebrochen, am Computer sind es 73 Prozent<sup>1</sup>.

Da vonseiten von Visa für diesen Service keine zusätzlichen Gebühren erhoben werden, ist Click to Pay eine günstige Möglichkeit für Händler, eine moderne User Experience in ihren Checkout-Prozess einzubinden. Auf der Akzeptanzseite sind wir in Deutschland in der Implementierung mit verschiedenen Dienstleistern, die E-Commerce-Lösungen anbieten. Erste Händler sind im Rahmen einer Pilotphase bereits live. In den nächsten Monaten erwarten wir weitere Online-Shops, die mit Click to Pay starten werden.

### Authentifizierung und Autorisierung im Hintergrund

Die Authentifizierung der Kunden sowie die Autorisierung der Zahlung erfolgt für Händler ohne großen Aufwand und spielt sich kaum wahrnehmbar im

Hintergrund ab. Besonders sicher wird Click to Pay durch den Einsatz von Tokens. Dabei werden Karteninformationen durch eine zufällige Reihung von Zahlen getauscht und damit für potenzielle Betrüger praktisch wertlos. Der Schutz bleibt grundsätzlich selbst dann bestehen, wenn das Smartphone einmal verloren geht.

Nach den Erfahrungen von Visa steigen die Autorisierungsraten bei Token-Verfahren um bis zu fünf Prozentpunkte – dadurch haben auch Händler weit weniger Umstände mit diesem Verfahren. Die Tokens werden automatisch aktualisiert, sobald die Bank an Visa meldet, dass eine Karte abgelaufen ist – auch das sorgt für mehr Komfort.

### Banken müssen sich für Krypto aufstellen

Ein weiterer Aspekt, der aufzeigt, wohin die Reise beim Bezahlen geht, hat mit digitalen Währungen zu tun. Diese sind längst den Kinderschuhen entwachsen: Während Bitcoin eher eine volatile und spekulative Geldanlage darstellt, gibt es mittlerweile mit Stablecoins sichere und vertrauenswürdige Zahlungsmittel.

Finanzinstitute, die Krypto-Payments ermöglichen, bieten Kunden bislang noch ein echtes Unterscheidungsmerkmal. In naher Zukunft wird das Bezahlen mit digitalen Währungen jedoch von allen Anbietern erwartet werden. Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, müssen Banken frühzeitig handeln. Visa bietet ihnen dazu neben fundiertem Know-how für den Aufbau einer Kryptostrategie auch handfeste Lösungen für die Etablierung der bankeigenen Angebote.

Es gilt Brücken zu schlagen zwischen der klassischen Finanzwelt und der Kryptowelt, denn wir sehen Krypto als ein wichtiges Zukunftsthema. Visa investiert vermehrt in diesen Bereich und sieht dies als Teil der Strategie, neue Zahlungsströme zu erschließen und diese auch außerhalb des klassischen Kartengeschäfts zu ermöglichen. Das baut Brücken zwischen der klassischen Finanzwelt und der Kryptowelt. Diesen Ansatz nennen wir „Network of Networks“ – und diesem Prinzip folgt auch die Art und Weise, wie wir uns mit digitalen Währungen beschäftigen.

Aktuell verfolgt Visa fünf verschiedene Vorgehensweisen auf diesem Gebiet:

– Der erste Ansatz ist besonders niedrigschwellig für die Verbraucher, denn Visa-Karteninhaber können ihre Karte dazu nutzen, Kryptowährungen zu erwerben.

– Darüber hinaus arbeiten wir mit Krypto-Wallets und Exchanges zusammen, die Visa-Karten ausgeben. So können Nutzern dieser Plattformen ihre digitalen Assets einsetzen, um im Handel mit ihrer Karte zu bezahlen.

– Der dritte Bereich umfasst die Value Added Services wie APIs – mit denen Visa es Partnern auf Banken- und FinTech-Seite ermöglicht, schnell Kryptoangebote für ihre Kunden zu entwickeln. Die APIs helfen ihnen dabei, ihren eigenen Endkunden den Kauf oder Verkauf digitaler Währungen – etwa über ihre Banking-Apps – einfacher zu ermöglichen.

– Das vierte Feld ist die Abwicklung von Transaktionen über die Ethereum Blockchain in der digitalen Währung US-Dollar-Coins. Dieses Verfahren haben wir im Rahmen eines Pilotprojektes Anfang des Jahres getestet.

– Der fünfte Bereich fokussiert sich auf Partnerschaften mit Zentralbanken und das Konzept der Central Bank Digital Currencies (CBDC). Diese neue digitale Form von Zentralbankgeld, das von Verbrauchern, Händlern und Finanzinstituten direkt verwendet werden kann, ist ein aktuelles Thema für eine wachsende Zahl der Zentralbanken. Visa hat begonnen, mit Zentralbanken auf der ganzen Welt zusammenzuarbeiten, um sie auf dem Weg dahin zu unterstützen, CBDC künftig nahtlos in ihre bestehenden Systeme integrieren zu können. Für sie ist es wichtig, ihre potenziellen Anwendungsfälle besser zu verstehen und Möglichkeiten zu erkennen, wie diese Technologie die bestehenden Zahlungssysteme ergänzen kann – ohne sie zu ersetzen.

### Visa als Universaladapter zwischen Blockchains

Digitale Zentralbankwährungen können nur dann erfolgreich sein, wenn sie über zwei wesentliche Bestandteile verfügen: ein sehr gutes Kundenerlebnis

und eine breite Akzeptanz bei Händlern. Das bedeutet, dass Zahlungen unabhängig von der Währung, dem Kanal oder dem Formfaktor getätigt und empfangen werden können.

Die Forschungs- und Produktteams von Visa haben ein neues Konzept entwickelt, um dies künftig zu ermöglichen: einen „Universal Payment Channel“ (UPC). Vereinfacht gesagt, ist ein UPC ein „Universaladapter“, der mehrere Blockchain-Netzwerke miteinander verbindet und es Zentralbanken, Unternehmen und Verbraucher ermöglicht, Werte nahtlos auszutauschen – unabhängig vom Formfaktor der digitalen Währung.

Es gibt inzwischen zahlreiche Finanzinstitute, die ihren Kunden mit der Ausgabe von maßgeschneiderten Visa-Debit- oder Kreditkarten genau das Bezahlerlebnis bieten, das sie sich wünschen – und die oben genannten Online-, Krypto- und weitere Zahlungswelten für sie erschließen. Die Karten der Visa-Partnerbanken bedienen in vielen Bereichen aktuelle Themen: Seien es etwa die erwähnten Krypto-Payments, nachhaltige Kartenprodukte aus Maisstärke oder Holz sowie passende Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen. Momentan arbeiten wir mit weiteren großen deutschen Banken an dem Launch neuer Visa-Debitkarten.

### Nächster Schritt In-Car-Payments

Abgerundet werden alle Zahlungsservices durch einen sehr hohen Sicherheitsstandard. Neueste Technologien

wie Künstliche Intelligenz und vielschichtige Sicherheitsebenen gewährleisten, dass Karteninhaber gut geschützt sind. Visa erreicht eine Serviceverfügbarkeit von 99,9999 Prozent – somit gibt es so gut wie keine Ausfälle. Auch Betrugsraten sind extrem niedrig – und beispielsweise beim kontaktlosen Bezahlen mit Visa und einer Rate von unter 0,01 Prozent in Europa kaum noch wahrnehmbar. Damit wird auf vielschichtigen Ebenen eine Basis geschaffen, die mit den Neuerungen von heute und in den kommenden Jahren angemessen Schritt halten kann.

Von all den genannten Entwicklungen profitieren in Zukunft aber nicht nur Zahlungen mit der physischen Visa-Karte, mit dem Smartphone oder im Internet – der Formfaktor des Bezahlers entwickelt sich stetig weiter. Gemeinsam mit einem unserer Partner arbeiten wir momentan daran, die erste integrierte Lösung für In-Car-Payments auf den Markt zu bringen. Ziel hierbei ist es, intelligente Lösungen für den Mobilitätssektor zu entwickeln, die Fahrern und ihren Begleitpersonen der nächste Generation von vernetzten Einkaufserlebnissen im Auto bieten. Denn weltweite Mobilitätstrends in den Bereichen Elektromobilität, Carsharing, autonomes Fahren und Connected Car erhöhen den Bedarf an innovativen und vernetzten Möglichkeiten, um Waren und Dienstleistungen im Fahrzeug zu bezahlen.

#### Fußnote

1) Forbes, Why Cart Abandonment Rates Aren't Falling, 2018, <https://www.forbes.com/sites/paultalbot/2018/06/27/why-cart-abandonment-rates-arent-falling/#7f1bfd7f7bb6>



IHR ANSPRUCH IST EXPERTENWISSEN.  
UNSERER AUCH!

Unser **RESEARCH SERVICE** für Sie:

**AKTUELLE STUDIEN RUND UM ZAHLUNGSVERKEHR  
UND PAYMENT**

zum kostenlosen Download

[WWW.KREDITWESEN.DE/RESEARCH](http://WWW.KREDITWESEN.DE/RESEARCH)

