



Start von Google Pay – Start einer neuen Ära?

Vortrag auf dem Bankkarten-Forum 2018 am 20. September 2018

Eine Ära?



Artikel Diskussion Lesen Bearbeiten Quelltext bearbeiten Versionsgeschichte wikipedia durchsuchen

Ära

Das Wort **Ära** (von lat. *æra*, Plural zu *æs*, eigentlich „Zeitdauer einer Währung“, ursprünglich „Erz“ als Grundstoff für Münzen) steht allgemein für ein Zeitalter bzw. für eine Zeitrechnung.

Inhaltsverzeichnis [Verbergen]

- 1 Zeitalter
- 2 [Zeitrechnung](#)
- 3 Weblinks
- 4 Einzelnachweise

Zeitalter

[Bearbeiten | Quelltext bearbeiten]

→ *Hauptartikel: Epoche und Zeitalter*

Von einer *neuen Ära* spricht man, wenn ein bedeutendes Ereignis oder eine Entdeckung oder Erfindung das bisherige Leben bzw. die Lebensumstände vieler oder gar aller Menschen nachhaltig verändert. Es beinhaltet meistens eine positive oder neutrale Bewertung dieses Zeitalters.

- So läutete die [Entdeckung Amerikas](#) durch [Christoph Columbus](#) 1492 eine neue Ära ein, die Eroberung und Besiedelung Amerikas durch Europäer.
- Auch mit dem „[Theater der Welt](#)“ [Martin Luther](#) [1517](#) begann eine neue Ära, das Zeitalter der [Reformation](#).

Unser Blick auf Bezahlen in Deutschland ...

... und der Blick des Verbrauchers:

... und das bei rund 800 Bezahlvorgängen im Jahr



Quelle: A.T. Kearney

Mobile Payment in Deutschland: Ein langer Weg?

„Das Handy mutiert zur digitalen Brieftasche.“
Telekom MyWallet, 2014

„2018 will be the year of Mobile Payment“
Mastercard, 2018

„2015 will be the year of Mobile Payment“
Techcrunch, 2015

„2012 will be a transitional year for Mobile Payment.“
Visa, 2011



1

Warum ist das bisher nicht erfolgreich?

2

Warum dauert das immer länger als erwartet?

3

Und wann ist es denn endlich erfolgreich?

Technische Lösung notwendig, aber Kundenverhalten hinreichend

1

Worüber wir immer reden:

Was ist eine gute Lösung?

- › Hohe Akzeptanz
- › Bestehende Netzwerke/Schemes
- › State of the art-Technik
- › Offene Plattform
- › Sicherheit und Datenschutz
- › Einfach und ubiquitär
- › Ökonomisches Modell
- › Partnering-Modell

**2**

Was wirklich relevant ist:

Wie können wir Kunden begeistern?

- › Glaubwürdiger Anbieter/Nachhaltigkeitswahrnehmung
- › Wahrnehmbare Mehrwerte und Kundennutzen
- › Low-Involvement-Charakter im Bezahlvorgang
- › Anschlussfähigkeit an gewohntes Verhalten
- › Betrachten der Gesamtkette (Quittung/Beleg)
- › Early Adopter vs. Marktbreite (auch Kunden ohne passendes Smartphone)
- › Regelmäßiger Marketingdruck für „Markt machen“

**Revolution abgesagt:
Evolution oder
Generationenfrage?**

Commerzbank Mobile Payment: Erster Schritt gemacht

1

- › Vorhandene Infrastruktur: Kunden nutzen bereits vorhandene Konto/Karte-Beziehung der Bank
- › Hohe Akzeptanz: NFC als Standard an vielen Kassen vorhanden
- › Technische Voraussetzungen auf der Kundenseite: ~ 75% Marktanteil Android in Deutschland
- › Offene, kostengünstige Plattform, keine zusätzlichen Gebühren



2

- › Vollständige Integration in Commerzbank Banking App: ~ 100% Onboarding-Quote
- › DSGVO-konforme Umsetzung
- › Abwicklung des kompletten Zahlvorgangs mittels Smartphone – Gerätesperre anstelle Karten-PIN
- › Positionierung als „Fortsetzung“ des kontaktlosen Bezahlen
- › 24/7-Service durch die Bank: Kunde kann im Verlustfall Karte und Mobiles Bezahlen sperren und erneuern lassen
- › Systematisches Teasing online und In-App
- › Design: Guter Fit Karten-Layout zu Small Screen



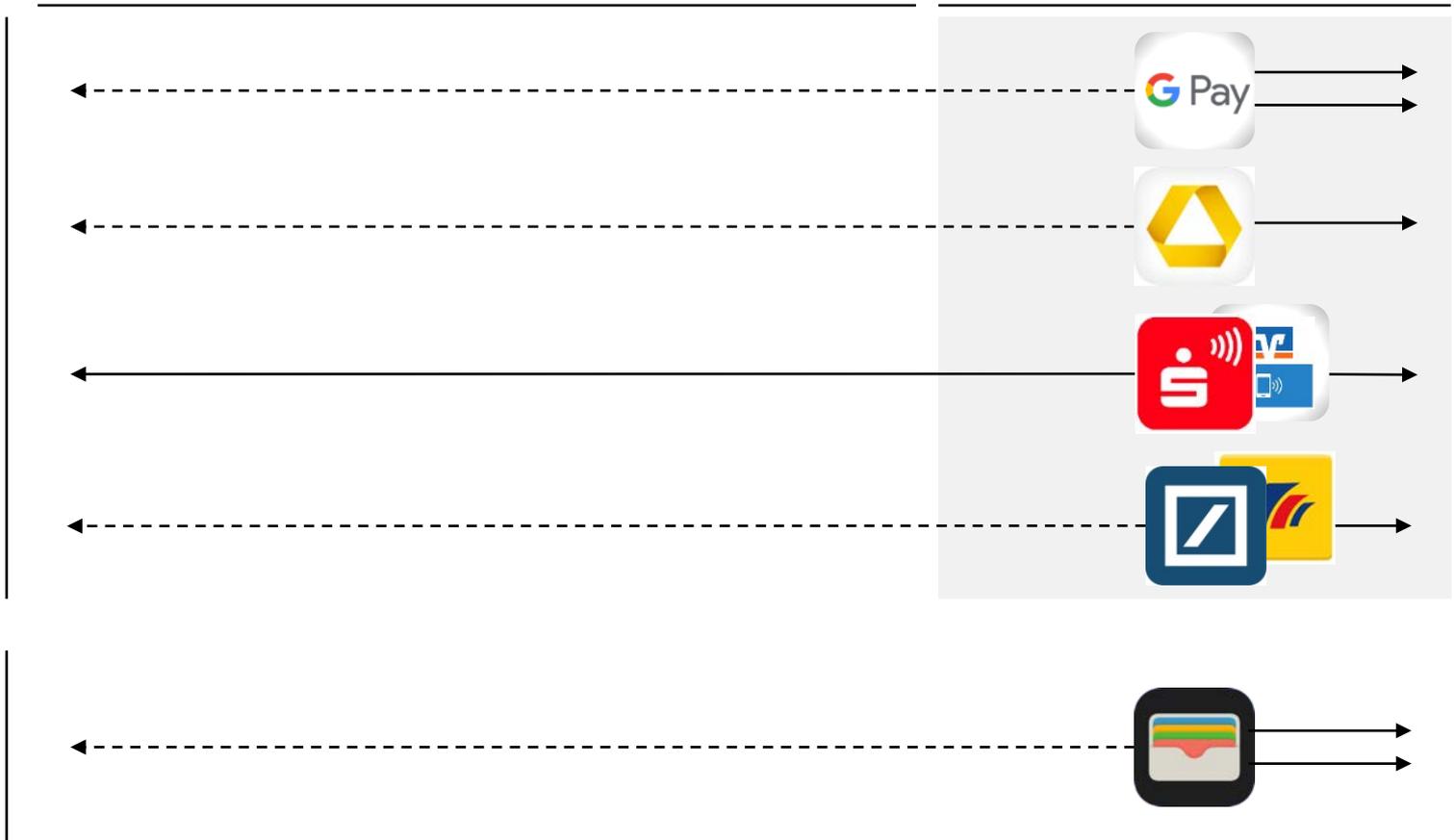
Smartphones und ihre Betriebssysteme: Neue Komplexität?

AUSWAHL



~ 75% 
ANDROID

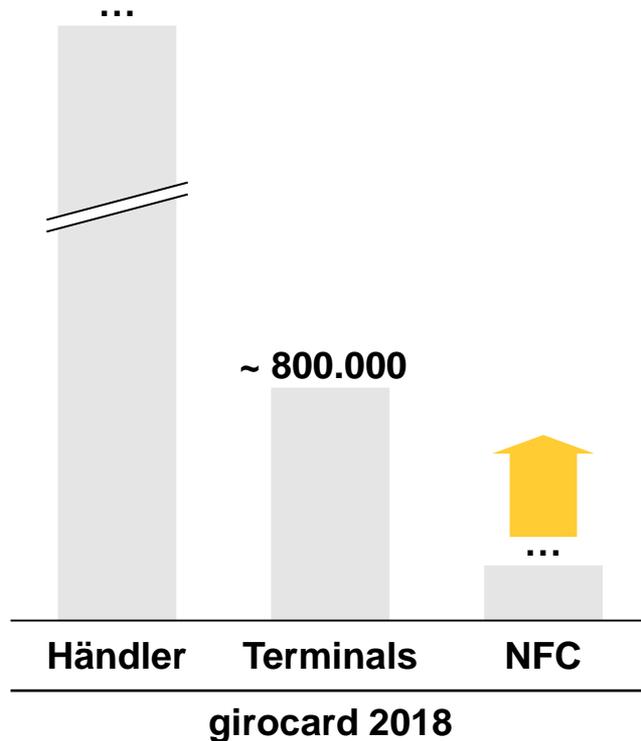
~ 25% 
iOS



Kriterien für die Auswahl von Mobile Payments

- 1 Akzeptanz: Bestehende Netzwerke und Infrastrukturen nutzen**
 - 2 Relevanz: Hohe Reichweite auf Smartphones und Kartendurchdringung**
 - 3 Technik-Fit: Offene Plattform, erfolgserprobt, reduzierte Komplexität**
 - 4 Kundennutzen: Mehrwerte und Kundenerlebnisse schaffen**
 - 5 Ökonomie: Langfristig intaktes Ertragsmodell**
 - 6 Strategie-Fit: In digitalen Ökosystemen positionieren**
- 

1 Akzeptanz: Es fehlen mehr als „gallische Dörfer“



Insights

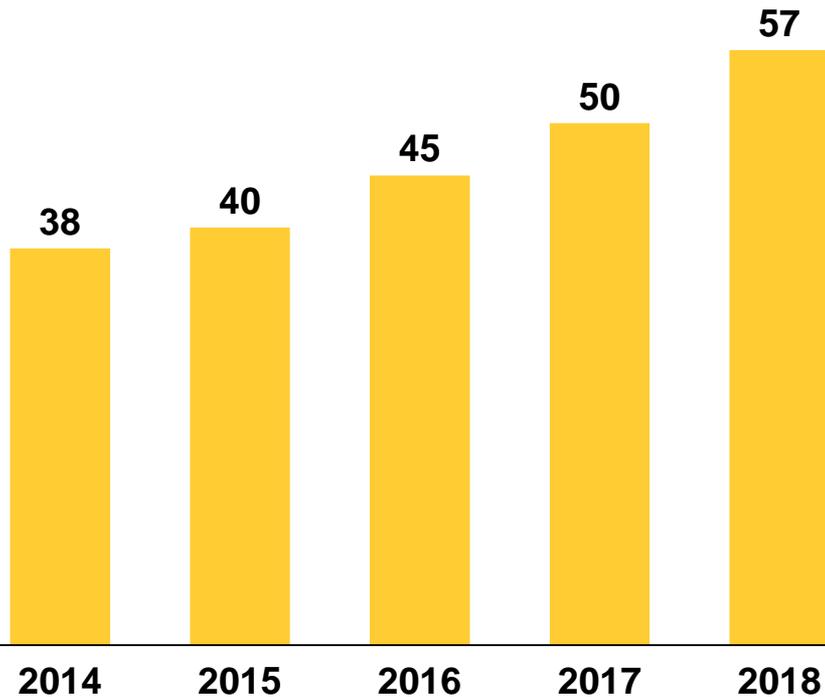
- › Steigende Kartenakzeptanz/Karteneinsatz
- › Bessere NFC-Durchdringung
- › Ohne girocard nicht denkbar
- › Anstieg kontaktloses Bezahlen (~ 7% bei girocard)

Offen

- › Ausbau Akzeptanz, auch abseits Metropolen?
- › Welche Schemes?
- › Forcieren/Enabling Akzeptanzstellen?
- › Nutzung UK-Erfahrungen?
- › ...

Quelle: Die Deutsche Kreditwirtschaft/EKS (1. Hj. 2018)

4 Kundennutzen: Zahlen mit Smartphone noch lange nicht etabliert



Smartphones in Deutschland (in Mio.)

Insights

› Top Use-Cases mit dem Smartphone 2017:

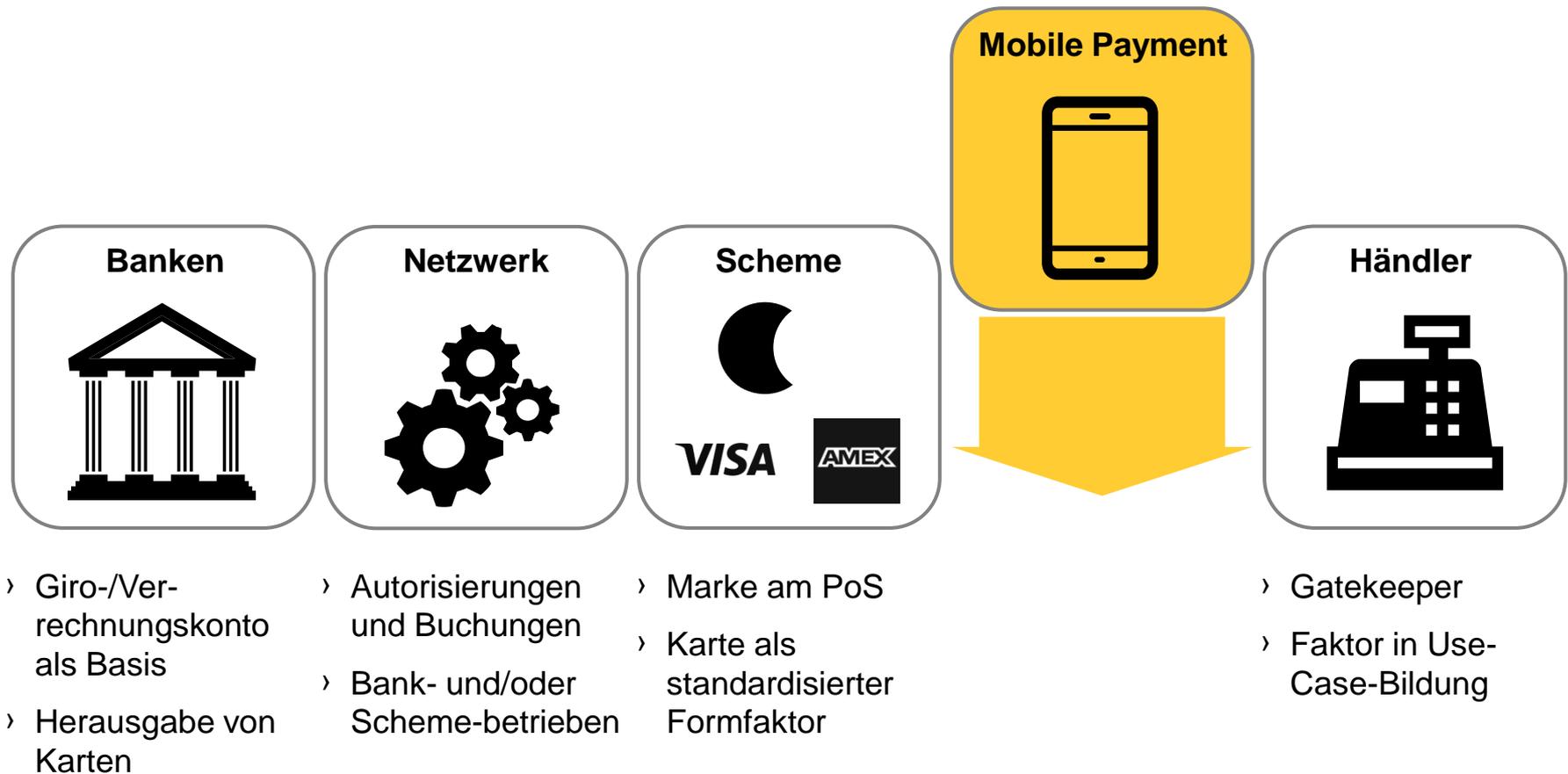
1. Telefonieren
2. Fotografieren
3. Suchen
4. Musik hören
-
8. Banking

Offen

- › Smartphone als Zahlungsstandard?
- › Kunden ohne Smartphone?
- › Sicherheitsbedenken?
- › ...

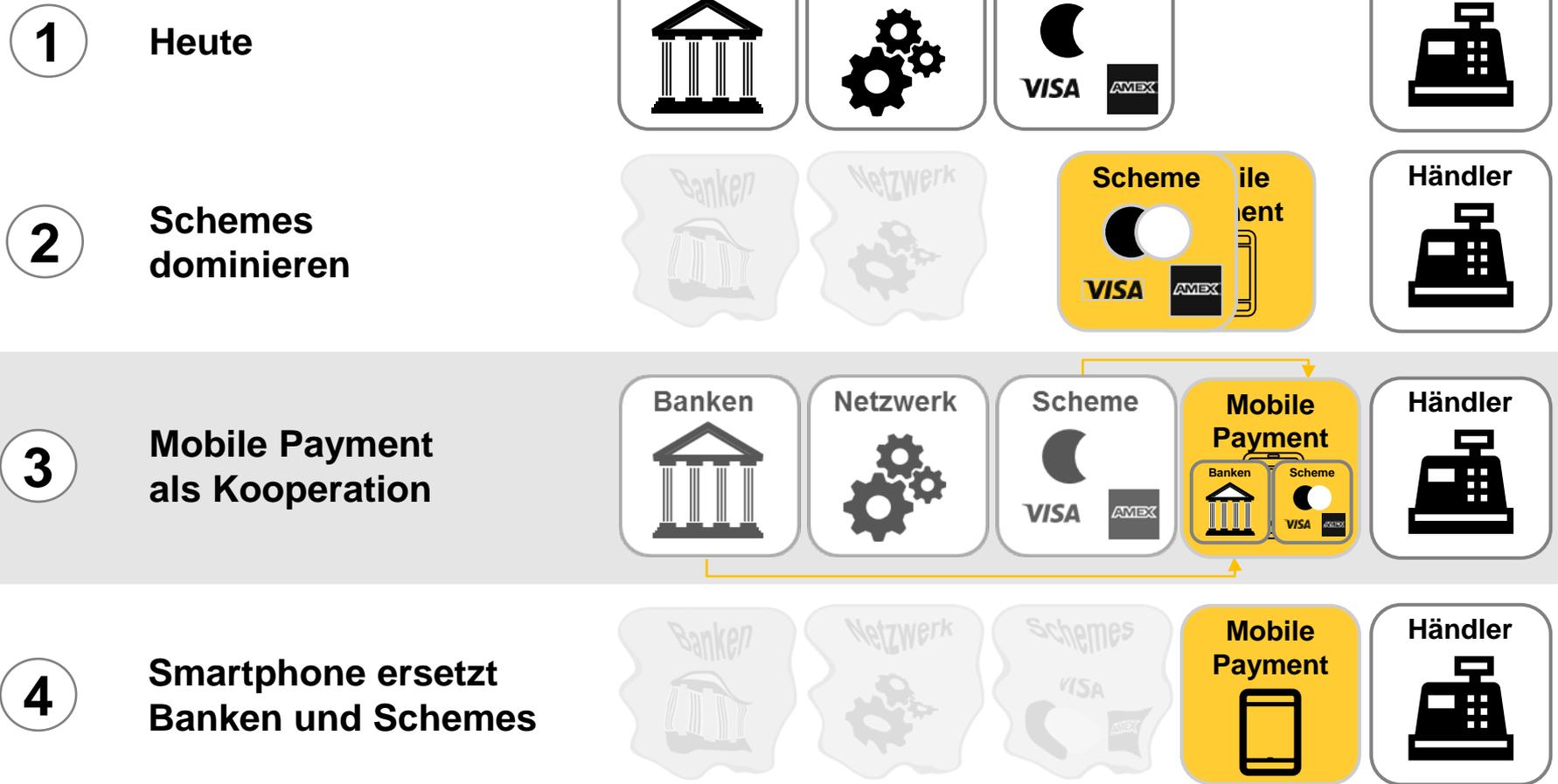
Quellen: Ernst & Young, Statista

Business Dynamics (1/2): Komplexe Wertschöpfungskette erweitert



Business Dynamics (2/2): Drei mögliche Szenarien

ZUR DISKUSSION



Mobile Payment als erfolgreiche Kooperationsform

Chancen

- › Positionierung/Nutzung in digitalen Ökosystemen
- › Relevanzsteigerung durch erhöhten Kundennutzen/Sichtbarkeit
- › Mehr Kartentransaktionen
- › Effizienzsteigerung (Bargeld)
- › Vorteile Händler (ggü. kontaktlos)?

Risiken

- › Verlust Kundenkontakt
- › Verändertes ökonomisches Modell
- › Austauschbarkeit von Bank- und Scheme-Leistung
- › „Global Game“

Fazit: Eine neue Ära – das beantworten die Geschichtsbücher



Nach Magnetstreifen, Chip und das Smartphone



er



ang



verm... wartet



**„Bezahlen
ohne Banken
kann ich mir
nicht vorstellen“**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

