



Cash me if you can

Deutschland mag Bargeld. Doch Kartenzahlungen sind hierzulande weiter auf dem Vormarsch. Das Bezahlen mit Smartphone fristet dagegen noch ein Nischendasein. Dabei liegen die Vorteile klar auf der Hand. Text: Martin Scheele

Die Kassiererin in der Lidl-Filiale konnte es nicht glauben. Sie wollte vom Kunden noch eine Unterschrift auf dem Bon haben, doch der wies sie darauf hin, dass die Zahlung mit der Girocard längst kontaktlos erfolgt sei. Die Anekdote datiert auf Juli 2015. Lidl hatte vor dreieinhalb Jahren das Bezahlen mit Kreditkarte eingeführt. Im Zuge dessen war es ebenfalls möglich, kontaktlos und bei Beträgen bis 25 Euro ohne PIN-Eingabe oder Unterschrift zu bezahlen. Nur, manche Mitarbeiter waren offenbar nicht hinreichend geschult worden.

Deutschland und seine Bezahlarten: Erst gab es nur Bargeld, dann kamen Giro- und Kreditkarten auf, seit ein paar Jahren ist nun das kontaktlose Bezahlen mit Karte auf dem Vormarsch. Grundlage dafür sind zum einen Kassen, die mit der sogenannten NFC-Technologie ausgerüstet sind. Near Field Communication ermöglicht drahtloses Bezahlen per Funk. Dafür müssen Kunden ihre Karte mindestens vier Zentimeter nah an das Kartenlesegerät heranhalten. So kann sie zweifelsfrei identifiziert werden. Von in Deutschland rund 820.000 bestehenden Terminals sind bislang 550.000 mit der neuen Technologie ausgerüstet.

Auch wächst die Zahl der Bürger, die über eine Girocard mit NFC-Funktion verfügen, stetig. Eine Girocard besitzt praktisch jeder Bundesbürger, rund 40 Prozent des gesamten Umsatzes im Einzelhandel vor Ort läuft über Girokarten, Kreditkarten kommen auf sechs Prozent. Im Vergleich zu 2017 hat sich die Zahl der Girocards mit NFC-Funktion von 13 auf 29 Prozent erhöht, ergab eine Umfrage der Deutschen Kreditwirtschaft. Auch der Anteil der Befragten, die die Funktion schon genutzt haben oder sich eine Nutzung vorstellen können, ist gewachsen: Von 48 Prozent im Jahr 2017 auf aktuell 58 Prozent.

Transaktion im Vorbeigehen

Überdies ist der technologische Fortschritt keine Frage des Alters. 45 Prozent der über 60-jährigen Inhaber einer NFC-Girocard erachten die kontaktlose Bezahlung als praktisch oder sehr praktisch, ergab eine repräsentative Umfrage von Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme. Über alle Altersgrenzen hinweg schätzen es sechs von zehn Inhabern einer Girocard. Besonders offen für diesen Bezahlvorgang zeigen sich aber die 16- bis 29-Jähri-

gen, von denen 77 Prozent sich dafür begeistern. Auch das renommierte EHI Retail Institute, die Forschungseinrichtung des Handels, sieht seit einem Jahr einen starken Trend zum kontaktlosen Bezahlen mit Karte. Mittlerweile wird jede zehnte Transaktion quasi im Vorbeigehen durchgeführt, hat das Institut herausgefunden. Viele Länder auf der Welt sind da allerdings schon moderner aufgestellt. Zum Vergleich: In China bezahlt längst die Mehrheit der Bevölkerung überwiegend mit dem Smartphone, die beiden Marktführer Alipay und Wechat haben jeweils mehrere Hundert Millionen Kunden.

Denn: Mit der kontaktlosen Bezahlung durch eine Karte hört der technologische Fortschritt nicht auf. Eine weitere Vereinfachung an der Kasse ist das mobile Bezahlen. Die Zahlungsdetails sind dabei im Smartphone hinterlegt und Kunden brauchen weder Bankkarten noch Bargeld zum Einkaufen. Gerade dieser Teil des Marktes ist stark in Bewegung, da mit Google Pay, der Sparkassen-App „Mobiles Bezahlen“ und Apple Pay bis Ende 2018 gleich drei große Anbieter um die Gunst der Nutzer buhlen. Sie alle verwenden die NFC-Technologie.

Ein Vorteil ist die höhere Geschwindigkeit

Alles bestens also mit Deutschlands bargeldlosem Zahlungsverkehr? Sicher, die Vorteile liegen auf der Hand. Der Kunde kann durch diese Bezahlformen schneller und komfortabler an der Kasse seine Rechnung begleichen. Einer Umfrage des EHI Retail Institute zufolge sieht knapp die Hälfte der Befragten denn auch die hauptsächlichen Vorteile in der höheren Geschwindigkeit und der Vereinfachung des Bezahlens. Befürworter werfen noch den Hygiene-Aspekt in die Waagschale. 26.000 potenziell gesundheitsschädliche Bakterien tummeln sich laut einer Untersuchung von Mastercard auf einer europäischen Banknote. Nicht zuletzt sparen Händler die Kosten und den Aufwand für den Transport von Bargeld. »



» Wenn es eine hohe Wettbewerbsintensität gibt, dann steigt die Verbreitung von Mobile Payment.«

Jürgen Moormann, Frankfurt School of Finance & Management



»Viele Händler sind noch unwissend auf diesem Gebiet und sollten sich über NFC-Technologie informieren.«

Jochen Siebert,
Traxpay

Doch Zweifel an einem schnellen Ende des Bargelds und einer hohen Marktabdeckung durch die Technologien sind angebracht. Zwar bieten 77 Prozent der großen Händler die modernen Bezahlformen schon an, im Mittelstand sind es aber bislang nur gut 27 Prozent. Wie vorsichtig die kleinen und mittleren Betriebe dabei sind, zeigt sich auch bei der Investitionsbereitschaft. Nur jeder vierte mittelständische Händler ist momentan bereit, Geld dafür auszugeben. Zum Vergleich: Von den großen Handelsunternehmen planen derzeit 33,8 Prozent Investitionen in die Payment-Infrastruktur – nach 47,2 Prozent im Vorjahr.

Warten auf die Nachfrage

Der entscheidende Grund für den Unterschied ist einfach: Je größer das Netzwerk oder eine Filiale eines Händlers, desto niedriger sind die Stückkosten für das

Anbieten einer zusätzlichen Zahlungsweise. Im Falle der NFC-Akzeptanz sind die Kosten für große Unternehmen niedriger, weil sie die Umrüstung auf neue Terminals günstiger gestalten können. Gerade kleinere Händler wechseln die Terminals aus Kostengründen eher erst beim nächsten Wartungszyklus aus, um Zusatzkosten zu umgehen.

Wie weit ist die Technologie wirklich im kleinen und mittleren Einzelhandel angekommen? Beispiel Heymann. In fast allen 14 Filialen des norddeutschen Buchhändlers kann man im NFC-Verfahren bezahlen. „Google Pay sowie Apple Pay haben wir noch nicht“, sagt Inhaber Christian Heymann und ergänzt: „Beim kontaktlosen Bezahlen gibt es noch keine große Nachfrage.“ Heymann ist skeptisch, ob sich die Technologie schnell durchsetzt. Seiner Aussage nach kostet der Austausch der Terminals viel Geld. „Früher hat man diese für fünf bis zehn Jahre eingesetzt, jetzt kann man sie fast alle zwei, drei Jahre austauschen“.

In einigen Branchen ist die Moderne noch gar nicht angekommen. Jochen Siebert, Vorstand des Zahlungsverkehrsdienstleisters Traxpay, sagt: „Kioske, Bäckereien oder Friseurgeschäfte sind es vor allem, die Kartenakzeptanz kaum anbieten.“ Siebert begründet dies mit den niedrigen Einkaufsbeträgen in den Geschäften. Ralf von Allwörden, Mitinhaber der gleichnamigen Bäckereikette aus Norddeutschland, meint: „Kontaktloses Bezahlen hat noch keine Akzeptanz bei den Kunden gefunden“.

Die Anzahl der Nutzer wird nicht verraten

Beim ungleich größeren Einzelhändler Tchibo ist die Reaktion ebenfalls verhalten. Ein Pressesprecher sagt: „Mittlerweile sind alle 640 Filialen in Deutschland mit NFC-fähigen Terminals ausgestattet. Insofern ist die Bezahlung mit Google Pay in jeder Tchibo-Filiale möglich. Für ein Fazit oder eine Bewertung der Nutzung ist es aber noch zu früh.“ Konkrete Zahlen über die Nutzer gibt, wie sich weiter herausstellt, kein angesprochener Einzelhändler heraus. Die Biolebensmittelkette Alnatura nennt die Nachfrage nach NFC-Verfahren „positiv“, will aber aus Wettbewerbsgründen keine Zahlen veröffentlichen.

Frankfurt, Einkaufsstraße Zeil. Jürgen Moormann, Professor für Bank- und Prozessmanagement an der Frankfurt School of Finance & Management, hat zusammen mit seinen Studenten die Mobile-Payment-

IM VORBEIGEHEN BEZAHLEN

Was NFC-Terminals und -Transaktionen kosten

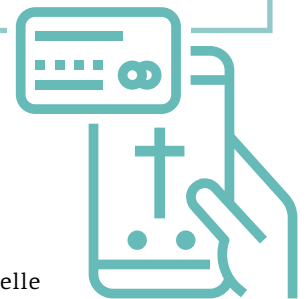
Mobile Kartenlesegeräte für EC- und Kreditkarten von den großen Anbietern wie **Concardis und Ingenico** kosten üblicherweise zwischen 70 und 80 Euro. Die Verbindung zu einem Smartphone wird etwa durch Bluetooth hergestellt. Pro Transaktion werden Gebühren von bis zu einem Prozent bei Girokarten und bis zu drei Prozent bei Kreditkarten fällig. Der Vorteil: Die fixen Kosten sind relativ gering. Ein zweiter Kreis von Anbietern wie **Sumup, iZettle und Orderbird** vergibt die Terminals oft komplett kostenlos und verlangt keine Kaufgebühr – dafür werden höhere Transaktionsgebühren erhoben.

Deutlich teurer sind EC-Kartenterminals mit autarker GPRS-Verbindung. Die Anschaffungskosten liegen bei 500 bis 700 Euro. Alternativ können Betriebe die Terminals auch dauerhaft für eine feste Laufzeit mieten, üblicherweise für 24 bis 60 Monate. Ein Argument für die Miete ist der Verschleiß. Wird das Gerät sehr häufig verwendet, nutzen sich der Lesekopf für den Magnetstreifen und der Kontakt für den Chip schnell ab. Hinzu kommen weitere Gebühren für SIM-Karten und Netzbetreiber sowie Transaktionskosten pro Buchung. In der Summe sind die Kosten pro Transaktion jedoch geringer als bei Kartenlesegeräten. Daher lohnen sich GPRS-Terminals eher für Betriebe mit vielen Umsätzen.



KONTAKTLOSE KOLLEKTE

Die Bank für Kirche und Diakonie hat jüngst in einer evangelischen Kirche in Duisburg ein Terminal für kontaktlose Spenden per EC-Karte aufgestellt. Seit November testet die Bank einen Kollektorkorb mit kontaktlosem Bezahlen, auch die evangelische Landeskirche Berlin arbeitet an einem entsprechenden Gerät. In Schweden gibt es längst Spenden per Karte in Kirchen.



Verbreitung untersucht. Ergebnis: Nur elf Prozent der Händler bieten Mobile Payment an. Moormanns Erkenntnis: „Wenn es eine hohe Wettbewerbsintensität durch die räumliche Nähe zueinander gibt, dann steigt die Verbreitung.“

Generell beklagen Experten ein Informationswirrwarr im Markt. „Es besteht großer Informationsbedarf – sowohl bei Händlern wie auch bei Verbrauchern, die vermutlich aufgrund der vielen unterschiedlichen Mobile-Payment-Lösungen in Deutschland verunsichert sind“, konstatiert Horst Rüter, Zahlungsexperte im EHI. Er verweist darauf, dass für 64 Prozent der Händler die Vorzüge des mobilen Bezahls nicht klar sind. Ein Viertel von ihnen gibt an, den Nutzwert dieser Methode nicht ausreichend zu kennen. 24 Prozent erklären, sich bei dem Thema zu wenig auszukennen. Außerdem hat rund die Hälfte von ihnen Bedenken in puncto Datenschutz und -sicherheit, insbesondere die Angst vor Datenmissbrauch durch Hacker, geäußert.

„Viele Unternehmen verschwenden Geld“

Rüter beobachtet einen „recht unübersichtlichen“ Markt. Er hat deshalb mit Partnern eine Aufklärungsinitiative gestartet. Mit von der Partie sind unter anderem Girocard, Mastercard und Visa, dazu Google Deutschland, Payback und Dienstleister für bargeldlosen Zahlungsverkehr wie Blue Code und Ingenico. Bankmanagement-Professor Moormann verweist vor allem auf die große Auswahl an Mobile-Payment-Lösungen. „Während sich die Banken in Schweden schnell auf eine einzige Lösung geeinigt haben, gelingt dies den drei großen Bankengruppen in Deutschland weiterhin nicht.“ Solange sich kein einheitlicher Prozess durchgesetzt habe, investieren Unternehmen wie Einzelhandelsketten, Banken und Kartenanbieter Unsummen in ihre eigenen Lösungen. „Viele verschwenden

jetzt schon Geld“, sagt Moormann. Die aktuelle Schwemme von Bezahl-Apps zeige den Irrweg.

Auf jeden Fall sollten Händler, die schon eine Mobile-Payment-Lösung haben, regelmäßig mit den Dienstleistern über die Kosten verhandeln. Im Rahmen der Akzeptanz von Zahlkarten fallen drei Gebührenkomponenten an, die vom Händler zu tragen sind. Während die sogenannte Interchange und die sogenannte Scheme Fee festgelegt sind, kann die sogenannte Acquirer Fee verhandelt werden. Das ist eine Abwicklungsgebühr, die die Partner-Bank des Online-Händlers für die Abwicklung der anfallenden Bezahlungen per Kreditkarte erhält. Der Acquirer stellt aufgrund der übermittelten Transaktionsdaten des Händlers sicher, dass Kartenumsätze dem Konto des Händlers gutgeschrieben werden.

Unterschiedliche Transaktionsgebühren

„Viele Händler sind noch zu unwissend auf diesem Gebiet und sollten sich informieren“, sagt Online-Payment-Experte Siegert. Er weist auf große Unterschiede bei den Gebühren von Kartentransaktionen der Banken hin. „So manche Bank verlangt noch zwei Prozent für eine Kartentransaktion“, weiß Siegert. „Gerade bei kleineren Händlern wird zugeschlagen.“ Unterm Strich seien die Kostenreduktionen durch die gesunkene Interchange-Gebühr aber deutlich höher als die kleinen Steigerungen der Acquirer-Gebühr der letzten zwei Jahre.

Letztendlich, so Siegert, könnten sich deutsche Einzelhändler gar nicht gegen die NFC-Technologie und damit das kontaktlose Bezahlen wehren. „Wer eine Mastercard oder Maestro-Bezahlfunktion in seinem Geschäft haben möchte, der muss bis 2020 ein Terminal haben, das die NFC-Technologie unterstützt“, sagt Siegert.

IIIIII