

Wirrwarr an der Kasse

Mobile Payment Migros, Swisscom, Postfinance und Manor suchen die Superlösung für das Bezahlen mit dem Handy. Jeder für sich. Mit ruinösen Folgen.

MARC BADERTSCHER
UND JORGOS BROUZOS

Mit grosser Kadenz übertrumpfen sich Händler, Banken und Zahlungsabwickler bei der Lancierung von neuen mobilen Zahlungsangeboten. Vor drei Wochen war es Postfinance, in diesen Tagen ist es Mastercard zusammen mit Smartlink. Und schon sickert im Markt der nächste Kandidat durch, der mit einem eigenen Bezahlssystem starten will: Die Migros. 2015 soll es so weit sein.

Auf die Konsumenten wartet ein heilloses Durcheinander. Kompatibel ist nichts, wenn es darum geht, mit dem Handy an der Kasse zu bezahlen: Die einen setzen auf die NFC-Funktechnologie, die ändern auf Bluetooth, die dritten auf QR-Codes. Bei den einen braucht es eine neue Sim-Karte, bei den andern eine bestimmte Kreditkarte. Noch ist an den meisten Kassen nichts installiert, doch der Konkurrenzkampf tobt heftig. Jeder Anbieter will der erste mit seinem Standard sein. «Wir beobachten derzeit ein taktisches Positionieren», sagt

Tom Sprenger vom IT-Entwickler Adnovum. In der Branche ist klar: Es wird vor allem Verlierer geben.

In die gleiche Richtung schoss letzte Woche Swisscom-Chef Urs Schaeppi, als er bei einem Branchentreffen die mangelnde Kooperation zwischen Schweizer Unternehmen anprangerte. «Am Schluss werden wir eine amerikanische Lösung haben», befürchtete Schäppi. Er ist mit dieser Einschätzung nicht alleine. «Je länger sich kein alternativer Standard etabliert, desto mehr steigen die Chancen für Apple und Google, sich mit ihren Lösungen durchzusetzen», so Sprenger. In den USA sind Apple Pay und Google Wallet bereits in Gebrauch.

Es geht um viel Geld. Heute werden in Europa bereits 74 Milliarden Euro mit allen Formen des mobilen Zahlens umgesetzt. Dazu gehören auch die kontaktlosen Kreditkarten, also nicht nur Smartphone-Lösungen. Aber das prognostizierte Wachstum ist gigantisch. Laut Marktforscher Steinbeis Research geht es 2020 bereits um rund 1800 Milliarden Euro.

«Jeder Anbieter will sich ein möglichst grosses Stück vom Kuchen sichern», sagt Georges Grivas, Studienleiter an der Hochschule Luzern, zum Wildwuchs der mobilen Brieftaschen. Wenn die Firmen untereinander kooperierten, müssten sie sich den Kuchen teilen.

Beziehung zum Kunden

Das schiere Transaktionsvolumen ist allerdings nicht der Hauptmotivator für den akuten Verdrängungskampf. Wichtiger sind die Kundenbeziehungen und die Kun-

dendaten, die beim Bezahlen entstehen. «Die grosse Angst der Akteure ist der Verlust der Endkundenbeziehung», sagt Bernhard Lachenmeier, Leiter Strategische Partnerschaften bei der SIX Group. Ohne eng verwobene Kundenbeziehung wäre der Anbieter austauschbar, lautet die Befürchtung.

Vor allem aber brauchen die Firmen die Daten über das Kaufverhalten ihrer Klientel. Dieses Wissen über die Gewohnheiten erleichtert es, dem Kunden Zusatzprodukte anbieten zu können. Die Banken brauchen sie für Kreditofferten, die Telekomfirmen für Online-Dienstleistungen, Detailhändler für Produktwerbung. «Es ist vorstellbar, dass einem Kunden auf dem Smartphone automatisch eine Ratenzahlung vorgeschlagen wird», fasst ein Banker die Erwartungen zusammen.

Kurz: Es geht um das Sichern der eigenen Einflussphäre. Deshalb setzt jeder Akteur gegenwärtig auf seinen proprietären Zugang zum Kunden: Die Swisscom auf die Sim-Karte, die Postfinance auf ihre starke Stellung im Zahlungsverkehr, die Banken auf ihre Bankverbindungen. «Alle Akteure versuchen, auf dem aufzubauen, was sie haben, was sie auszeichnet», so Lachenmeier. Das ist das Biotop, in dem der Wildwuchs der Technologien gedeiht – ohne verlässliche Aussicht auf Erfolg. «Das Entscheidende ist das Ökosystem», sagt Lachenmeier. «Ohne zahlreiche Kunden hilft die beste Technologie nichts.»

Schon früh war allen Beteiligten die Gefahr des gegenseitigen Kan-

42
Prozent

Smartphone 70 bis 80 Prozent der Schweizer besitzen ein Smartphone. Das iPhone von Apple hat gemäss Weissbuch einen Marktanteil von 42 Prozent. Der Anteil von Geräten mit dem Google-Betriebssystem Android wächst stark.

Terminals Laut dem Zahlungsdienstleister SIX sind in der Schweiz 103 000 Bezahlterminals installiert. 47 000 davon sind bereits für den Einsatz von NFC-Funktechnologie ausgerüstet.

Kontaktlos Mit neuen Debitkarten von Visa kann auch ohne Smartphone kontaktlos bezahlt werden. Beträge bis 40 Franken werden ohne Eingabe des PIN-Codes durch Hinhalten der Karte beglichen. Bei grösseren Beträgen ist der PIN notwendig.

nibalisierens klar, und es gab durchaus Verhandlungen. «Jeder hat mit jedem gesprochen», sagt einer, der bei solchen Gesprächen dabei war, aber nicht mit Namen genannt werden möchte. «Es gab Absichtserklärungen, dann Pausen, dann wieder Gespräche. Jeder fuhr irgendwann seinen Sonderzug.»

So sprach die Swisscom etwa mit Swiss Alps, dem Zusammenschluss der Kreditkartenherausgeber. Offenbar gab es Phasen der Annäherung, immer wieder unterbrochen durch Kritiker, die fragten: Braucht es die Telekomfirmen? Wollen die nicht auch ihren Anteil an Gebühren? Nun will Swiss Alps im ersten Quartal des neuen Jahres entscheiden, ob man eine eigene Firma gründen und ein eigenes Wallet bauen will. Dieses stünde dann allen Kreditkartenherausgebern offen, sie könnten es sogar unter der eigenen Marke anbieten. Entschieden ist aber noch nichts.

Auch die Postfinance wollte nicht mit der Swisscom ins Boot. Natürlich – es gab Gespräche. Aber irgendwann entschied die Chefetage, den Alleingang zu wagen. Dabei sind die Risiken beträchtlich. So muss für die Postfinance-Lösung Twint zuerst jede Kasse mit einem Beacon-Bluetooth-Sender ausgestattet werden. «Es werden nur ein oder zwei Bezahlösungen überleben», sagt Twint-Geschäftsführer Thierry Kneissler. Grosse Chancen sieht er nur für jene, die auch Zusatzdienstleistungen wie das Verwalten von Kundenbindungsprogrammen übernehmen. «Die Detaillisten könnten ein Interesse daran

haben, sie in der Twint-App zu hinterlegen», so Kneissler.

Zumindest die Migros arbeitet nun allerdings an einer eigenständigen Lösung. Basierend auf einer Zusammenarbeit mit dem deutschen IT-Sicherheitsexperten Kobil entwickelt die Detailhändlerin ein komplett neues System, das in den Filialen zum Einsatz kommen soll. Vorderhand will sich die Migros nicht zu diesem System äussern. «In den nächsten Jahren werden noch mehr Angebote auf den Markt kommen», sagt Grivas. «Die Konsolidierung kommt erst 2018.»

Von Schweden lernen

Zwingend wäre der innerhelvetische Grosskampf nicht. Dass es auch anders geht, zeigt das Beispiel Swish aus Schweden. Swish ist eine Bezahl-App, hinter der alle wichtigen Banken des Landes stehen. Die App ist äusserst simpel gehalten. Nach einer einmaligen Registrierung via Online-Banking reicht es, die Telefonnummer des Empfängers einzugeben, und ein Swish-Nutzer kann Geld an einen anderen überweisen. In nur zwei Jahren hat sich das System stark verbreitet und ist fast nicht mehr aus dem Markt wegzudenken. Rund zwei Millionen Nutzer sind bereits registriert, «swisha» ist als Verb in der Alltagssprache verankert. Nun soll das System auf Restaurants und Bars ausgeweitet werden.

Von solchen Verhältnissen können die Schweizer Anbieter auf absehbare Zeit nur träumen. Und auch die Konsumenten. Auf sie wartet vorerst eine lange Phase des Auswählens, Ausprobierens und Abwägens.

Die Anbieter der digitalen Brieftaschen

		 			
	Manor Mobile	Tapit	Twint	SIX P2P	Apple Pay
Starttermin	1. September 2013	1. Juli 2014	1. 2. Halbjahr 2015	1. 2. Quartal 2015	1. USA 2014 / CH unbekannt
Einsatzmöglichkeit	2. Bezahlen bei Manor	2. Zahlen an Kasse, Schlüssel u. a.	2. Zahlen an Kasse & zw. Handys	2. Zahlen an Kasse & zw. Handys	2. Bezahlen
Technologie	3. App und Barcode	3. NFC	3. Beacon	3. Mobilfunk/Internet	3. NFC
Betriebssystem	4. Apple und Android	4. Wenige Android-Handys	4. Apple und Android	4. Apple und Android	4. Ab iPhone 6, Apple Watch
Bezahlkarte nötig?	5. Keine, da Monatsrechnung	5. Kreditkarte	5. Nicht notwendig	5. Kreditkarte oder Konto	5. Kredit- oder Debitkarte