

# Die Zukunft des Bezahlens

**MOBILE PAYMENT** Am 6. und 7. November findet im Zürich Marriott Hotel das Swiss Payment Forum statt. Es referiert unter anderem Dr. Thomas Fromherz, Chief Strategy Officer Payments bei Netcetera. Im Gespräch mit MK verrät er die neusten E-Payment-Trends und beurteilt die Chancen der Schweizer Lösung Twint.

VON SIMON WOLANIN

**MK** Welche Rolle wird Mobile Payment in Zukunft in der Schweiz spielen?

**THOMAS FROMHERZ** Mobile Payment kann sehr breit definiert werden. Das kontaktlose Bezahlen beim Händler wird eine zunehmend wichtigere Rolle spielen. Als Methoden bieten sich, Stand heute in der Schweiz, die Kreditkarten-basierten Methoden und Twint an. Zuerst werden sicher diejenigen Zahlungen mobil ausgeführt, die bisher schon per Kreditkarte (kontaktlos) getätigt wurden. Erkennt der Kunde die Einfachheit dieser Zahlungsform und gewöhnt sich dran, dann wird er vermutlich vermehrt auch Bargeldzahlungen durch mobile Zahlungen ersetzen. Gerade bei den Beträgen unter CHF 40.00 ist das in der Schweiz sehr einfach, weil hier kein PIN verlangt wird.

Trotzdem, ungefähr 60 Prozent der Transaktionen werden in der Schweiz nach wie vor mit Bargeld bezahlt. Bargeld wird daher auf absehbare Zeit nicht verschwinden.

**MK** Was sehen Sie als die grössten technischen Herausforderungen im Mobile Payment?

**FROMHERZ** Hier muss sicher zwischen den Umsetzungen von Apple Pay, Samsung Pay und Android Pay, der Umsetzung von Twint und der Umsetzung via die sogenannte Host Card Emulation (HCE) unterschieden werden. Bei Letzterer bedeuten die technische Anbindung an die Tokenisierungssysteme von Mastercard, Visa und Amex wie auch die technisch sichere Umsetzung des Bezahlvorganges hohe Anforderungen.

Netcetera ist weltweit einer der wenigen fünf Anbieter, die die Mastercard Tokenisierung zertifiziert haben. Die Benutzerfreundlichkeit ist eine grosse Herausforderung und insbesondere bei Androidgeräten wegen der vielfältigen Geräte und der verschiedenen Varianten der Schemes eine Gratwanderung. Hier haben Apple Pay, Samsung Pay und Android Pay sicher die Nase vorn.

Auch das sogenannte «Onboarding» – die Registrierung der Kreditkarte im mobilen Wallet – muss sehr einfach gestaltet sein. Ansonsten bricht der Kunde schon bei diesem Schritt ab und kommt gar nie zum Bezahlen.

**MK** Die Schlagzeilen zu Twint waren zuletzt nicht immer positiv. Wie beurteilen Sie das bisherige Abschneiden der Schweizer Lösung?

**FROMHERZ** Ein delikates Thema in der Schweiz – da mir scheint, dass an Twint viel emotionaler, nationaler Stolz hängt. Zunächst muss bei Twint zwischen Twint als nationalem Debitverfahren, der Mobile-Marketing-Plattform, dem P2P-Bezahlen, dem E-Commerce-Bezahlen und zu guter Letzt dem mobilen Bezahlen beim stationären Händler via Bluetooth (BLE) oder QR-Code unterschieden werden.

BLE wie QR-Code haben jeweils ihre eigenen Probleme. BLE ist eigentlich eine gute Technologie, die aber im Handy oft ausgeschaltet ist, weil sie die Handybatterie belastet. Ausserdem haben die Händler in den letzten Jahren NFC, die Technologie der heutigen Plastikkarten und auch von Apple Pay & Co, in ihre gängigen Terminals integriert und die Schulung des Personals vorangetrieben.

Twint Beacon bedeutet neue Technologie und neue Schulung. QR-Code, auf der anderen Seite, kann auf zwei Arten umgesetzt werden: Der Kunde scannt mit seinem Handy den Code vom Terminal, wie Twint das umsetzt, oder die Kassierin scannt mit ihrer Scan-Pistole den Code, der auf dem Handy des Kunden angezeigt wird. Ersteres ist für den Kunden im schnellen Umfeld der Kasse kein einfacher Vorgang, während die Kassierin Letzteres täglich mehrere Male durchführt.

**MK** Wie beurteilen Sie die Usability von Twint?

**FROMHERZ** Generell finde ich störend, dass man erst das Handy entsperren, die Twint App auf dem Handy suchen, diese öffnen



Dr. Thomas Fromherz ist Chief Strategy Officer Payments bei Netcetera und hat den Payment-Bereich mit aufgebaut.

und «Bezahlen» drücken muss, bevor die Bezahlung ausgeführt werden kann. Bei Apple Pay halte ich das Gerät mit dem Daumen auf dem TouchID-Knopf ans Terminal und schon ist bezahlt.

Erfolgreicher und auch sehr gut umgesetzt wurde aber das Twint P2P Bezahlen. Und auch die Twint Mobile-Marketing-Plattform scheint mir vielversprechend.

**MK** Welche Angebote aus dem Ausland im Mobile Payment sind für den Schweizer Markt besonders relevant?

**FROMHERZ** Wenn wir weiterhin beim kontaktlosen Bezahlen bleiben, sind alle auf NFC und auf Kredit- oder Debitkarten basierten Mobile Payment Angebote für die Schweiz relevant, weil damit auch hier in der Schweiz problemlos bezahlt werden kann. Des Weiteren werden sicher Zahlungsmethoden aus China wie WeChat Pay und QuickPass von Union Pay den Weg in die Schweiz finden.

**MK** Wie wichtig sind Loyalitätsprogramme für mobile Bezahlverfahren?

**FROMHERZ** Loyalty-Funktionen können einen zusätzlichen Anreiz fürs mobile Bezahlen schaffen. Dann nämlich, wenn sie eng miteinander integriert wurden. Das Vorzeigen der Loyalty-Karte und das Bezahlen sollten für den Kunden nach Möglichkeit nur eine

Handlung sein. Natürlich kann man das auch ausbauen. Zum Beispiel wenn dem Kunden aufgrund seines Einkaufsbetrags oder seines Einkaufsverhaltens an diesem Tag ein Loyalty-Angebot auf dem Handy in der Wallet-App angeboten wird.

**MK** Welche Technologien werden in Zukunft beim Mobile Payment an Bedeutung gewinnen und wieso?

**FROMHERZ** Hier möchte ich den Blickwinkel etwas vom kontaktlosen Bezahlen öffnen. Einerseits glaube ich, dass Bezahlvorgänge vermehrt wie bei Uber – oder neuerdings auch bei «amazon go» – in den Hintergrund gedrängt werden. Ums Bezahlen kümmere ich mich nicht mehr, es passiert einfach. Ausserdem wird SEPA Instant Payment auch in die Schweiz kommen, mit welchem Erfolg werden wir sehen.

Des Weiteren werden wir vermehrt Bezahlmöglichkeiten im normalen Chat-Verlauf sehen, wie das bei WeChat in China schon etabliert ist. Dies dann vor allem auch mit einer natürlichen Sprachschnittstelle, also ohne Tippen. Auch die eigentlichen Sprachassistenten wie Alexa werden irgendwann in der Schweiz Fuss fassen, wenn Amazon dem Schweizer Markt ein grösseres Augenmerk schenkt. Sonst wird sich Apple mit Homepod breit machen. ■