

Der Handel

● **branche**
Exklusiv-Interview
Neue Verdi-Handelschefin
im Gespräch > 10

● **verkauf**
Touristen
Ausländische Kunden
richtig ansprechen > 20

● **praxis**
Betriebsprüfung
Gute Vorbereitung
zahlt sich aus > 44

● **technik**

Neue Karten im Spiel

Die Revolution an der Kasse
Kontaktlose Kartenzahlung
erobert den deutschen Handel > 30

Lars Tamme,
selbstständiger
Kaufmann,
nutzt die neue
Technik bereits.



KARTENZAHLUNG

Ein Wink genügt

Die kontaktlose Kartenzahlung hält Einzug in den deutschen Einzelhandel. 2012 wird zum Schicksalsjahr für die Technologie, die eine Brücke zum Mobile Payment schlagen soll.

▶ **Hans Schmidt ist hellauf begeistert.** Der Buchhändler kommt aus dem Schwärmen gar nicht mehr heraus: „Es ist phantastisch“, beschreibt er seine ersten, noch recht frischen Erfahrungen mit der neuen Technik. Mitten im Weihnachtsgeschäft des vergangenen Jahres führte das Thalia-Buchhaus Campe in Nürnberg die kontaktlose Kartenzahlung ein. „Das Kassieren geht in Sekundenschnelle – keine Unterschrift, keine PIN-Eingabe, kein Wechselgeld. Unser Personal ist glücklich, und die Kunden sind es auch“, erzählt der Geschäftsführer der Thalia-Filiale.

„Near Field Communication“ (NFC) heißt die Technologie, die das Bezahlen mit der Karte im Vorbeigehen ermöglicht. Der Kunde hält sein Kärtchen kurz gegen ein Lesegerät an der Kasse und per Funk werden alle notwendigen Informationen ausgetauscht. „Das ist die Zukunft“, glaubt auch Edeka-Kaufmann Lars Tamme, der als einer der ersten Händler in Deutschland die NFC-Technik im August 2010 einführte. Sein Supermarkt am Hamburger Flughafen war das ideale Testgebiet, da viele Lufthansa-Angestellten zu Tammes Stammkunden zählen, die NFC-fähige Miles&More-Kreditkarten besitzen – ohne solche Karten ergeben die Terminals allein wenig Sinn.

Raus aus der Nische, reif für den Massenmarkt

Bislang ist das kontaktlose Zahlen mit der Karte in Deutschland ein Nischenthema. Lediglich rund 1,2 Millionen Kreditkarten sind derzeit für das berührungslose Verfahren gerüstet – alle basieren auf dem PayPass-System von Mastercard. In Nürnberg war es die örtliche Sparda-Bank, die Anfang Dezember entsprechende Kreditkarten ausgab. Aber auch auf der Akzeptanzseite gibt es aktuell nur einige wenige Händler und Systemgastrono-

„Die NFC-Technologie ist die Zukunft.“

Lars Tamme
Selbstständiger
Edeka-Kaufmann



FOTO: BERT BOSTELMANN; MARC SCHULZ-COULON

men, die über die notwendigen Lesegeräte verfügen.

Doch in diesem Jahr könnte die kontaktlose Kartenzahlung den Durchbruch in den breiten Markt schaffen. Denn die deutsche Kreditwirtschaft, allen voran die Sparkassen-Finanzgruppe, will den NFC-Verfahren der beiden internationalen Kreditkartenorganisationen Mastercard (PayPass) und Visa (payWave) ein eigenes Debitkarten-Produkt entgegensetzen.

Das girogo-Projekt der deutschen Kreditwirtschaft

Am 17. April 2012 wird in der Region Hannover-Braunschweig-Wolfsburg dazu ein breit angelegter Praxistest starten. Die Sparkassen vor Ort gehen hierfür ab diesem Frühjahr 1,2 Millionen NFC-fähige Girocards (ehemals EC-Karte) heraus, die Volks- und Raiffeisenbanken sind mit rund 150.000 Karten mit von der Partie. Auf Händlerseite beteiligen sich an dem Pilotprojekt – Stand Ende Dezember – Edeka Hannover-Minden mit 140 Filialen, die Douglas Holding mit sämtlichen Vertriebslinien, dm-Drogeriemarkt, Esso und Famila (Bartels-Langness). Mit den großen Discountern sei man im Gespräch, betont Wolfgang Adamiok, Leiter der Kartenstrategie im Deutschen Sparkassen- und Giroverband (siehe Interview Seite 33).

„Ich glaube, dass viele Kunden die Möglichkeit, kontaktlos mit der Karte oder dem Handy zu bezahlen, schätzen und gerne nutzen werden“, begründet Roman Melcher, Geschäftsführer bei dm-Drogeriemarkt das Engagement beim Feldtest. „Einem solchen Zukunftstrend wollen wir uns nicht verschließen.“ Melcher, bei dm-Drogeriemarkt für die IT verantwortlich, hält es für realistisch, dass kontaktlose Zahlverfahren künftig breit genutzt werden, eine Auffassung, der sich auch Olaf Schrage von der Douglas In-

„Einem solchen Zukunftstrend wollen wir uns nicht verschließen.“

Roman Melcher
IT-Chef bei
dm-Drogeriemarkt



formatik & Service anschließt (siehe Interview Seite 34).

„girogo“ soll das kontaktlose Kartenzahlverfahren des Verbands Deutsche Kreditwirtschaft (DK) nach Informationen von **Der Handel** heißen. Es knüpft an die 1996 auf den EC-Karten eingeführte Geldkarte-Technologie an. Die Karten müssen vom Kunden daher vor dem Einsatz mit Guthaben aufgeladen werden. Darüber hinaus funktioniert das Zahlen zunächst nur bis zur Grenze von 20 Euro kontaktlos, bei höheren Beträgen muss die Karte wie gehabt eingesteckt und die PIN eingegeben werden. Zwei Knackpunkte, die die Akzeptanz

bei den Verbrauchern gefährden und für Skepsis im Handel, aber auch in der Kreditwirtschaft sorgen.

Die Banken müssen den Kunden die Vorteile der Karte erklären

„Damit das Projekt ein Erfolg wird, sind noch einige Bedingungen zu erfüllen“, betont Günter Heppes, IT-Chef von Famila. „Insbesondere muss die Hürde des Aufladens überwunden werden. Die Kreditinstitute werden ihren Kunden die Vorteile der Karte erklären und erheblich in Marketing investieren müssen.“ Die norddeutsche Supermarktkette gehört wie Edeka-Händler Lars Tamme zu den deutschen NFC-Pionieren. In rund 30 Märkten im Raum Hamburg sammelt Heppes Erfahrungen mit der Nahbereichs-Funktechnik. Sehr lange hat Famila auch die Geldkarte akzeptiert, die einst angetreten war, um das Bargeld bei Kleinbetragszahlungen zu verdrängen. „Wir hatten Nutzungsquoten von bis zu 30 Prozent, dort wo die örtliche Bank die Werbetrommel kräftig gerührt hat“, erinnert sich Heppes. Heute spielt die Geldkarte im Einzelhandel keine Rolle mehr. Vielen gilt sie als totes Pferd, das an den Bedürfnissen des Handels vorbei entwickelt wurde.



Hier funk'ts: Einfach, schnell und bequem soll das Bezahlen per Nahbereichsfunk funktionieren.



FOTOS: MASTERCARD, MICHAEL BRINKMEYER

Interview

„Es gibt keine Alternative zu NFC-Technologie“



Wolfgang Adamiok, Leiter Zahlungsverkehrs- und Kartenstrategie im Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV), über die Pläne der Kreditinstitute.

Die deutsche Kreditwirtschaft bringt ab April die kontaktlose Geldkarte heraus, die Sparkassen-Finanzgruppe ist dabei maßgeblich engagiert. Warum nicht gleich eine kontaktlose Girocard?

Bei kleinen Beträgen ist der Bargeldanteil im Handel am Größten. Hier wollen wir eine schnelle, bequeme und hygienische Alternative bieten. Hinzu kommt ein wirtschaftlicher Vorteil für den Handel, denn es lassen sich hier sehr attraktive Gebührenstrukturen realisieren. Für zukünftige Angebote arbeiten wir an einer Variante von ec-cash auf Grundlage der berührungslosen NFC-Technologie.

Die Notwendigkeit des Aufladens war eines der Gründe, weshalb sich die Geldkarte nie richtig etablieren konnte. Wie wollen Sie dieses Problem nun entschärfen?

Die Lademöglichkeiten werden entscheidend erweitert. Das reicht von einer Lade-App über Abo-Ladeangebote bis hinein ins Onlinebanking. Händler, die am Piloten teilnehmen, bieten das Laden der Karte als Service an der Kasse an. Das dauert weniger als eine Sekunde. Das Laden stellt also keine Hürde mehr da, wie es früher vielleicht der Fall war.

NFC gilt als Brückentechnologie für das mobile Zahlen – auch für die Sparkassen?

Es gibt keine Alternative zu NFC, wenn es um das Zahlen im stationären Handel geht. Wir werden bereits ab April eine Händler-App anbieten, die als mobiles Terminal Zahlungen mit der kontaktlosen Geldkarte akzeptiert. Sobald der Markt dafür reif ist, werden die Sparkassen ihren Kunden auch das Bezahlen mit dem Smartphone ermöglichen.

Wann wird es so weit sein?

Technisch ist es machbar, die Daten der Girocard auf eine SIM-Karte oder einen NFC-Chip abzulegen. Die Herausforderung ist, das sichere Herunterladen – die Verteilung – zu gewährleisten. Wir führen hierzu zahlreiche Gespräche. Datensicherheit und das Vertrauen der Kunden haben dabei oberste Priorität. Auch über das Geschäftsmodell wird noch hart verhandelt. Wenn all diese Fragen geklärt sind und der Kunde Bedarf hat, kann es mit der Einführung dann sehr schnell gehen. Bis 2013 gibt es aber vermutlich noch nicht genügend NFC-fähige Handys im Markt.

INTERVIEW: HANNO BENDER

Die Konkurrenten bei kontaktlosen Kartenzahlungen



girogo – das Verfahren der Deutschen

Kreditwirtschaft baut auf der Technologie des Geldkarten-Chips auf. Alle rund 45 Millionen SparkassenCards sollen bis 2014 NFC-fähig sein. Die Douglas Holding und Esso haben bereits erklärt, die Karten bundesweit zu akzeptieren. Im April 2012 beginnt der Praxistest mit weiteren Händlern und Kreditinstituten.



PayPass – in Ländern wie Polen, der Türkei und Kanada ist das „Tap&Go“-Verfahren von Mastercard schon recht weit verbreitet. Auch in Deutschland gibt es mit der Douglas-Gruppe, Aral und den Star-Tankstellen bereits zahlreichen Akzeptanzstellen. 1,2 Millionen PayPass-Kreditkarten sind aktuell hierzulande im Umlauf – weltweit sind es laut Mastercard 96 Millionen.



payWave – die Kreditkartenorganisation Visa hat in Deutschland sechs Banken gefunden, die in diesem Jahr eine siebenstellige Anzahl von Visa-Kreditkarten mit der kontaktlosen payWave-Funktion ausgeben werden. Erste Piloten für die Akzeptanz im Handel sollen Anfang dieses Jahres bekanntgegeben werden. In Europa gibt es 30 Millionen payWave-Karten.

Interview

„Es sind noch Verbesserungen notwendig.“

Die Redaktion von **Der Handel** sprach mit Olaf Schrage, Geschäftsführer der Douglas Informatik & Service, über das Projekt kontaktlose Geldkarte.

„Für den Kunden darf es keinen Bruch in der Handhabung der Karte geben.“

Olaf Schrage
Douglas Gruppe



Was sind die Gründe für die Douglas-Gruppe, die NFC-Technik von Mastercard und der kontaktlosen Geldkarte einzusetzen?

Das kontaktlose Bezahlen ist schnell und bequem und damit für die Kunden attraktiv. Für den Handel sind die Gebühren interessant, die für die neue Geldkarte geplant sind. Aus unserer Sicht wird die Karte damit konkurrenzfähig zum Bargeld. NFC ist darüber hinaus eine Brückentechnologie für das Zahlen mit dem Smartphone.

Die Geldkarte besitzt im Handel bislang keine Bedeutung. Glauben Sie, dass sie nun eine Erfolgsstory mit einer breiten Akzeptanz wird?

Zur Person

Olaf Schrage ist Geschäftsführer der Douglas Informatik & Service GmbH (DIS). Das Unternehmen managt den konzernweiten IT-Bedarf der Douglas Holding und wickelt auch die Kartenzahlungen aller Vertriebslinien im eigenen Netzbetrieb ab. Schrage ist darüber hinaus Vorsitzender des Arbeitskreises „Kartengestützte Zahlungssysteme“ des EHI Retail Institutes.

Ja. Allerdings sind dazu noch einige Verbesserungen notwendig, bei denen wir die Kreditwirtschaft unterstützen werden. Zum einen muss das Aufladen der Karten ebenso bequem und schnell erfolgen wie das Bezahlen. Zum anderen brauchen wir einen friktionslosen Zahlungsvorgang – unabhängig davon, welcher Betrag am Ende auf dem Kassenzettel steht. Es darf für den Kunden keinen Bruch in der Handhabung der Karte geben, nur weil eine bestimmte Betragsgrenze überschritten wurde.

Dem steht die geplante Grenze von 20 Euro bei der Geldkarte entgegen.

Wir haben ein Konzept entwickelt, das einen übergangslosen Wechsel vom Prepaid-Produkt Geldkarte zur Girocard ermöglicht. Das einmalige Vorbeiziehen der Karte am Terminal würde genügen, ab 20 Euro müsste der Kunde lediglich noch seine PIN zur Autorisierung eingeben. Aktuell ist allerdings offen, ob die Kreditwirtschaft dieses Verfahren zulassen wird.

Sie wollen auch das Aufladen der Karten in sämtlichen Douglas-Filialen ermöglichen.

Wie soll dies funktionieren?

Der Ladeprozess ist sicher einer der kritischen Punkte, an denen sich entscheiden wird, ob die Geldkarte im zweiten Anlauf ein Erfolg wird. Wir wollen das Laden in einem Zug mit dem Bezahlen ermöglichen, ohne dass ein zusätzlicher Schritt zur PIN-Eingabe erforderlich wird. Technisch genügt es, die Karte einmal in die Nähe des Lesegeräts zu halten, um alle notwendigen Informationen auszulesen. Die Kunden werden es nicht akzeptieren, für das Aufladen einen zusätzlichen Aufwand zu betreiben, und auch der Handel hat an der Kasse keine Zeit zu verlieren.

Sie sprechen von NFC als Brückentechnologie für das Zahlen mit dem Smartphone. Was macht Sie da so sicher?

NFC hat entscheidende Vorteile gegenüber allen anderen Übertragungswegen: Geschwindigkeit, Sicherheit, Kostenstrukturen und Verfügbarkeit. Früher oder später werden mobile Zahlungslösungen auf dieser Basis in den Markt kommen. Bis es so weit ist, sind wir mit NFC auch in der Zwischenzeit optimal aufgestellt.

INTERVIEW: HANNO BENDER

Ein zweiter Anlauf mit interessanten Gebühren

Interessant ist ihr zweiter Anlauf unter dem Namen girogo für den Handel aber nicht nur, weil das kontaktlose Zahlen den Kassiervorgang drastisch beschleunigt. Auch die Gebühren sind wesentlich attraktiver als bisher. Je nach Betragshöhe des Bons kostet die Transaktion ein, zwei oder drei Cent – zuzüglich eines Obolus für den Netzbetreiber. Sämtliche Händler, die an dem Pilotversuch teilnehmen, ermöglichen auch das Laden der Karten an ihren Kassen. „Das Aufladen ist für den Handel kostenfrei“, versichert Matthias Kaufmann, Geschäftsführer der B+S Card Service, des ersten Netzbetreibers mit einem Preismodell für girogo.

Ein großer Nachteil von girogo ist allerdings die Tatsache, dass es sich bei der Geldkarte um ein rein nationales Verfahren mit einigen technischen Sonderlocken handelt. Die Metro Group AG engagiert sich auch aus diesem Grund nicht bei dem Pilotprojekt: „Wir testen das Zahlen per Funk bereits seit 2008 im Real Future Store. Unsere Erfahrungen zeigen, dass die Akzeptanz des Verfahrens vor allem davon abhängt, wie einfach es sich einsetzen lässt“, erläutert Gerd Wolfram, Mitglied der Geschäftsführung der Metro Systems. „Wir benötigen für das kontaktlose Zahlen eine branchenübergreifende, standardisierte Lösung, die nicht auf einen oder mehrere Anbieter beziehungsweise Plattformen zugeschnitten ist.“ Die Metro arbeitet mit der Standardisierungsorganisation GS1 Germany an einer solchen Lösung.

Ob girogo der Durchbruch gelingt oder die Geldkarte auch mit neuem Sattel ein totes Pferd bleibt, wird der Feldtest im April schnell zeigen. Die beteiligten Einzelhändler blicken mit Spannung, aber auch leidenschaftlos nach Hannover, denn mit den NFC-



„Die Banken werden den Kunden die Vorteile erläutern müssen.“

Günther Heppes
IT-Chef von Famila

Terminals setzen sie in jedem Fall auf das richtige Pferd: „Gleichgültig ob girogo, PayPass oder payWave – das kontaktlose Zahlen wird kommen“, ist etwa Mark Freese, Geschäftsführer des Zahlungsdienstleisters Telecash überzeugt. „Es wird ein zusätzlicher Service sein, so selbstverständlich wie das Scheibenwasser an Tankstellen“, urteilt auch Nicolas Adolph von der InterCard AG, Sprecher des Arbeitskreises der EC-Cash-Netzbetreiber.

Etablierte Spieler bleiben bei M-Payment am Tisch

Auch in einem anderen Punkt herrscht ein breiter Konsens unter den Kreditkartenanbietern, Banken, Netzbetreibern und vielen Händlern: NFC ist die Brückentechnologie zu mobilen Zahlverfahren. Kartenzahlung und M-Payment muss kein Widerspruch sein: „Für mobile Zahlungen wird die Karte in NFC-fähige Smartphones integriert, sei es auf einem NFC-Chip, einer SIM-Karte oder einer SD-Speicherkarte“, erläutert etwa Ottmar Bloching, Visa-Deutschland-Chef gegenüber **Der Handel**. „Wir testen aktuell alle drei Optionen in Europa, denn das Potenzial von mobilen Zahlungen ist so groß, dass wir alle Möglichkeiten weiter verfolgen wollen.“

Ähnlich hält es der Wettbewerber Mastercard, der mit Google Wallet in den USA ein aufmerksamkeitsstarkes M-Payment-Projekt auf NFC-Basis pilotiert. Welche Lösungen für das Zahlen per Smartphone auch gefunden werden, eines zeichnet sich schon heute erkennbar ab: „Die etablierten Spieler im Zahlungsverkehr – die Banken und Kreditkartengesellschaften – werden auch bei mobilen Zahlungen mit an Bord sein“, urteilt Kay-Hendrik Eichler, Geschäftsführer des Zahlungsdienstleisters Montrada. „Die Abläufe mit all ihren Implikationen sind zu komplex, um etwas gänzlich Neues aufzubauen.“ Selbst ein Newcomer wie PayPal, dem von allen Seiten große Chancen im Wettlauf um mobile Zahlungslösungen eingeräumt werden, wickelt sämtliche Transaktionen im Hintergrund über Kreditkarten oder die gute alte Lastschrift ab. Doch auch diesbezüglich kann der Einzelhandel recht entspannt verfolgen, wer das Rennen macht. Im Gegensatz zum Onlinehandel brechen im stationären Geschäft die wenigsten Kunden den Einkauf ab, weil ihnen die angebotenen Zahlungsmethoden nicht zusagen.

„Das Potenzial ist so groß, dass wir auf allen Hochzeiten tanzen wollen.“

Ottmar Bloching
General Manager
Germany, Visa Europe



HANNO BENDER

Andere Interessen, unterschiedliche Geschäftsmodelle: Das Rennen um das Handy des Kunden ist offen.

