

## ZAHLVERFAHREN

# Was morgen zahlt

Innovative Zahlverfahren verdrängen das Bargeld aus den Kassen des Einzelhandels. Mit der neuen Technologie wird das Bezahlen für Kunden und Händler leichter, schneller – und kostengünstiger.

Von Hanno Bender

Mehr als zwei Stunden werkten die Männer an dem Kassenautomaten herum. Niemand im Markt nahm Anstoß an dem Treiben. Ein Fernsighteam ist für das Personal nichts Ungewöhnliches, Reporter aus der ganzen Welt reisten schon an, um über das neuartige Zahlverfahren zu berichten. Nach unzähligen Anläufen war es dann endlich geschafft: Die Kasse akzeptierte den gefälschten Fingerabdruck – der „Skandal“ war im Kasten.

Im fünfminütigen Fernsehbeitrag des ARD-Magazins Plusminus Ende 2007 sah man nichts von den zahlreichen gescheiterten Versuchen. Der Zuschauer gewann den Eindruck, mit etwas Holzleim, Folie und einer Digitalkamera lasse sich auf die Schnelle eine perfekte Kopie von einem fremden Fingerabdruck anfertigen, um das Lesegerät an der Kasse auszutricksen. „Unter realen Bedingungen hätte das nicht geklappt“, sagt Ulrich M. Kipper, Geschäftsführer des Technologieanbieters IT-Werke. „Kein Betrüger hätte so viel Zeit gehabt.“

## Statt PIN und Portemonnaie

Schauplatz der öffentlich-rechtlichen Enthüllungsgeschichte war ausgerechnet

jener Edeka-Markt im pfälzischen Rülzheim, der im Jahr 2004 als erstes Lebensmittelgeschäft weltweit das Zahlen mit dem Finger einführte. Mittlerweile setzen rund 120 Händler das „Digi-Proof“-System der IT-Werke ein. „Wir waren zunächst skeptisch, ob das Verfahren von den Kunden angenommen wird“, erinnert sich Edeka-Kaufmann Roland Fitterer. „Schon nach dem ersten Pressebericht erlebten wir aber eine unglaubliche Resonanz.“ Kunden, die mit ihrem Finger zahlen wollen, müssen sich einmalig mit Personalausweis und Bankverbindung anmelden. Im Anschluss können sie Portemonnaie und PIN



getrost vergessen, an der Kasse genügt fortan das Handauflegen.

„Den Anteil bargeldloser Zahlungen konnten wir auf 30 Prozent erhöhen“, freut sich Fitterer. Rund die Hälfte davon geht auf das Konto von Digi-Proof (siehe auch Interview Seite 6 im **Der Handel.Inside.**).

Münzen und Geldscheine aus den Kassen zu verbannen und durch einfachere und kostengünstigere Zahlverfahren zu ersetzen – das ist das Ziel von vielen Handelsunternehmen. Ob Fingerabdruck, Karte oder Handy, neue Technologien sind willkommen, sofern sie sicher und für die Kunden wie für den Händler praktikabel sind.

Roland Fitterer ist von dem Digi-Proof-Verfahren begeistert und plant als Nächstes, seine sechs Niederlassungen zu vernetzen, damit die Kunden in jedem Markt mit dem Zeigefinger einkaufen können. Zu einem späteren Zeitpunkt könne vielleicht eine Ausweitung auf die gesamte Edeka-Gruppe folgen, meint der Technik-Pionier. Rund 80 Edekaner setzen das System inzwischen ein, immer mehr Regionalgesellschaften springen auf den Zug. Sobald die mit Spannung erwartete Deutschland-Card kommt, will Fitterer auch das Bonusprogramm in das biometrische System integrieren.

Für das Gewandhaus Gruber war die Kundenbindung der Hauptgrund, sich für Digi-Proof zu entscheiden. „Wir wollten nicht wie alle anderen noch eine Kundenkarte, sondern etwas Neues“, erklärt Verwaltungsleiter Stefan Seybold. Die Rechnung ging auf: 5.000 Kunden sind im „Zebra-Club“ des Erdinger Textilhauses mit ihrem Fingerabdruck verzeichnet. Zwischen 10 bis 15 Prozent des Gesamtumsatzes von Gruber laufen über das System. „Bei der Ausweitung auf alle acht Filialen gab es einige Serverprobleme, doch jetzt läuft das System stabiler als EC-Cash“, sagt Seybold. Nach der Plusminus-Sendung im November vergangenen Jahres hatte die Geschäftsleitung das Personal auf Fragen von

verunsicherten Kunden vorbereitet, die blieben jedoch aus. „Ich denke, der Finger ist sicherer als die Karte“, urteilt Seybold.

## Großes Interesse

Der Fingerabdruck als Zahlungsmittel der Zukunft? Ulrich M. Kipper ist überzeugt, dass „biometrische Verfahren langfristig eine zentrale Rolle bei der Identitätsfeststellung spielen“. Die Rechnerkapazitäten erlauben immer größere Datenbanken und schnellere Autorisierungen. Vor wenigen Jahren galten 5.000 Kunden als Obergrenze für den Einsatz an der Kasse. „Heute habe ich auch vor der Millionenmarke keine Angst mehr“, sagt Kipper im Gespräch mit **Der Handel.** Im März dieses Jahres wird das erste ausländische Handelsunternehmen sein Verfahren importieren. Die großen Anbieter von Kassensystemen, IBM, Toshiba, Awak, NCR, GK und Torex Retail, haben Schnittstellen zu Digi-Proof implementiert oder arbeiten aktuell daran. Keiner will den Anschluss verpassen, nachdem nun auch die neuen Reisepässe den Fingerabdruck dokumentieren.

Ursprünglich hat Kipper das Verfahren für Zahlungen im Internet konzipiert. Derzeit führt er Gespräche mit Homeshoppingsendern und Kabelnetzbetreibern, um einen ersten Pilotversuch im Distanzhan-

Handlauflegen genügt: Bislang beschränkt sich das biometrische Verfahren vor allem auf Stammkundschaft.



Foto: Edeka



Foto: IT-Werke

Ulrich M. Kipper, Geschäftsführer der IT-Werke und „Mister Fingerprint“, stellt sich den Medien. Das Zahlen mit dem Fingerabdruck stößt auf großes Interesse.

del zu starten. Sein Ziel: „Wir wollen Digi-Proof über die Grenzen von einzelnen Handelsgruppen hinaus als flächendeckendes Zahlssystem etablieren.“

## Die Henne und das Ei

Wer wie Kipper dem Bargeld Konkurrenz machen will, der muss einiges anbieten: Schnell, sicher und kostengünstig – das ist nur eine Grundvoraussetzung, damit das neue Zahlungsmittel eine Chance gegen den Marktführer hat. Schwierig ➤

➤ riger ist die Lösung des Henne-Ei-Problems: ohne Nutzer keine Akzeptanzstellen, ohne Akzeptanz keine Nutzer. An dieser Hürde scheitern viele innovative Zahlungsmittel, ob im stationären Geschäft oder im E-Commerce. Wenn es nicht gelingt, eine kritische Größe bei der Verbreitung zu erreichen, bleibt das Verfahren in einer Nische verhaftet oder verschwindet ganz von der Bildfläche. Die Liste der gescheiterten Anläufe ist lang.

Seit rund acht Jahren etwa bemühen sich Mobilfunkbetreiber und Banken bislang erfolglos, die Zahlung per Handy in Deutschland zu etablieren. An Interesse mangelt es nicht, die Kunden wollen mit ihrem tagtäglichen Begleiter zahlen, allein ein breit akzeptiertes Verfahren fehlt Deutschland. In diesem Jahr wird es allerdings einige vielversprechende, neue Anläufe zum mobilen Zahlen geben: „Es ist viel Bewegung im Markt, entweder in den nächsten Monaten gelingt ein Durchbruch oder das Thema bleibt hierzulande auf Jahre hin ein Nischenmarkt“, urteilt Dr. Key Pousttchi, einer der profiliertesten deutschen M-Payment-Experten von der Universität Augsburg.

Vodafone will in den nächsten Monaten zusammen mit O<sub>2</sub> eine gemeinsame Lösung vorstellen: „Wir bringen vom Start weg 13 Millionen Vertragskunden ins Spiel, die ohne Anmeldung-

„Wir bringen zum Start 13 Millionen Vertragskunden mit.“

**Jochen Bornemann,**  
Leiter Wholesale  
Marketing bei Vodafone  
zur gemeinsamen  
M-Payment-Initiative  
mit O<sub>2</sub>



„2008 wird den deutschen M-Payment-Markt verändern.“

**Dr. Key Pousttchi,**  
Universität Augsburg,  
Experte für mobile  
Zahlverfahren.



aufwand mit ihrem Handy zahlen können“, erläutert Jochen Bornemann von Vodafone im Gespräch mit **Der Handel**. Als Akzeptanzstellen sollen im ersten Schritt vor allem E-Commerce-Händler geworben werden. Wer mit dem Handy im Internet surft, muss nur ein persönliches Kundenkennwort eingeben, um seine Einkäufe zu bezahlen. Sitzt der Surfer am PC, muss er zusätzlich seine Mobilfunknummer eingeben. Die Zahlungsanweisung wird dann mit einer SMS bestätigt und vom Kunden per Knopfdruck autorisiert. Die technische Plattform für das Verfahren stellt ein alter Bekannter der M-Payment-Welt bereit: die Paybox, ein Unternehmen, das einst mit Kapital von der Deutschen Bank das Zahlen mit dem Handy etablieren sollte. 2003 wurden die Bemühungen mangels Resonanz eingestellt. In Österreich ist die Paybox aber auch heute noch aktiv.

„Wir arbeiten daran, dass sich auch die anderen Mobilfunkner wie T-Mobile und E-Plus dem System anschließen“, sagt Bornemann und betont den offenen Charakter der Plattform, die grundsätzlich allen Mobilfunkkunden zur Verfügung stehe. Nach den E-Commerce-Händlern will Vodafone auch den stationären Handel und Taxis erobern. Ende des ersten Quartals soll es losgehen.

Auch andere Anbieter wie Luupay oder Valuephone versuchen mit

unterschiedlichen Ansätzen einen Fuß in den Zukunftsmarkt zu setzen. Der Branchenriese T-Com testet in Frankfurter S-Bahnhöfen still und leise das Zahlen mit dem Handy an Süßigkeitenautomaten, die Abrechnung erfolgt über die Festnetzrechnung.

### Kontaktlos per Handy

Mit Giesecke & Devrient (G&D) engagiert sich zudem ein Unternehmen in Sachen Payment-Lösungen für das Handy, das auf eine mehr als 150-jährige Erfahrung mit Zahlungsmitteln zurückblickt. Die Münchener drucken seit 1852 Banknoten, stellten die ersten Euroschecks samt zugehöriger Karte



„Zahlen mit dem Handy wird kommen – und zwar in naher Zukunft.“

**Dr. Kai Grassie,**  
Leiter New Business  
bei Giesecke &  
Devrient



her und liefern heute neben Euro-Scheinen SIM- und Chipkarten für die Mobilfunkbetreiber und die Finanzbranche.

„Wir sind davon überzeugt, dass das Handy in Zukunft auch zum Bezahlen eingesetzt wird – und zwar in naher Zukunft“, sagt Dr. Kai Grassie, Leiter New Business bei G&D, im Gespräch mit **Der Handel**. Die Verbindung von Handy und NFC-Technologie, die ein kontaktloses Zahlen er-

## INTERVIEW

# „Der Gegner ist das Bargeld“



Foto: Mastercard

Die Redaktion von **Der Handel** sprach mit **Norbert Gebhard**, seit Februar 2008 Leiter Strategic Business Development bei Mastercard Worldwide, über die Konsequenzen der Kommissionsentscheidung in Sachen Interchange-Gebühren, über die Chancen und Risiken im SEPA-Prozess sowie über zukunftssträchtige Zahlverfahren.

## **Die EU-Kommission hat das Interbankenentgelt von Mastercard für wettbewerbswidrig erklärt. Werden die Kartengebühren nun sinken, wie vom Einzelhandel erhofft?**

Die Kommission hat das Modell der Interchange-Gebühren nicht grundsätzlich in Frage gestellt, nur die grenzüberschreitenden Entgelte wurden beanstandet. Wir werden dennoch wie bereits angekündigt gegen die Entscheidung klagen. Interbankenentgelte kommen weltweit zur Anwendung und haben dazu beigetragen, dass die Kreditkarte den Stellenwert besitzt, der ihr heute rund um den Globus zukommt.

## **Die Kartenakzeptanz wird also nicht preiswerter?**

Derzeit analysieren wir die 250-seitige Entscheidung sorgfältig, im Anschluss werden wir die Forderungen der Kommission umsetzen. Wie sich die grenzüberschreitenden Gebühren verändern, hängt nicht zuletzt von der gerichtlichen Klärung ab. Bei der ganzen Kostendiskussion wird im Übrigen eines immer unterschlagen: die Kosten des Bargelds. Unser Gegner ist das Bargeld. Wenn der Handel einmal die Gesamtkosten des Bargeldhandlings betrachten würde, dann müsste er anerkennen, dass die Karte schon heute das attraktivste Medium ist, um Zahlungen einfach und kostengünstig abzuwickeln.

## **Die Händler sagen: Geringere Transaktionsgebühren führen zu mehr Kartenakzeptanz. Warum geht diese Gleichung für Mastercard nicht auf?**

Für eine Leistung muss es einen fairen Ausgleich zwischen Anbietern und Abnehmern geben. Wenn keiner mehr für die Kartenakzeptanz zahlt, dann investiert auch niemand mehr in diesen Markt. Eingriffe durch die Regulatoren führen zu Nachteilen

für alle Beteiligten. Das Beispiel Australien zeigt zudem: Weder die Verbraucherpreise noch die Kosten für den Handel sinken, wenn Wettbewerbsbehörden in das Entgeltsystem eingreifen. In Europa werden sich die Bemühungen um den einheitlichen Zahlungsraum – SEPA – nun mit Sicherheit verzögern.

## **Kritiker befürchten durch SEPA ein Oligopol von Mastercard und Visa – mit steigenden Kosten für den Handel ...**

Die Befürchtungen halte ich für unbegründet: SEPA wird nicht zu weniger, sondern zu mehr Wettbewerb führen. Es wird mehr Vielfalt bei den Kartenverfahren geben, zum Vorteil der Verbraucher und des Handels.

## **Bargeld, Karten, Mobile Payment oder Verfahren mit biometrischer Autorisierung – welchem Zahlungsmittel gehört die Zukunft?**

Fest steht, dass der Bargeldanteil weiter sinken wird, weil es unproduktiv, unkomfortabel und überholt ist. Die Karte, ob Debit oder Kredit, wird weiterhin einen hohen Stellenwert als Zahlungsmittel besitzen. Mobile Payment und Kartenzahlung schließen sich ebenso wenig aus wie biometrische Verfahren und Karten. Beide Ansätze werden von uns verfolgt und vorangetrieben. Zurzeit sehen wir in Europa eine sehr starke Nachfrage nach unserer kontaktlosen Pay-Pass-Technologie. In Deutschland gehen wir gemeinsam mit Lufthansa Miles & More voran. Auch weltweit ist das kontaktlose Zahlen auf dem Vormarsch. Im Zusammenspiel mit dem Handy ergeben sich dabei interessante Perspektiven: Die Karte verschwindet im Handy. In der Türkei testen wir dies aktuell mit Partnern aus der Kreditwirtschaft und der Mobilfunkbranche.

Interview:  
Hanno Bender

➤ möglich, sei so kundenfreundlich, schnell und günstig, dass ihr die Zukunft gehören muss, meint der Manager. Seit Mitte Januar testet G&D in der Türkei zusammen mit Mastercard, der Garanti Bank sowie einem der führenden Mobilfunkbetreiber des Landes die ersten SIM-Karten, die eine kontaktlose Zahlfunktion integrieren. „Das mobile Zahlen wird kommen, doch dazu muss das Handy sicher sein“, sagt Grassie. „Wir wollen dafür die notwendigen technischen Standards setzen, so wie wir sie für Banknoten, Schecks und Karten gesetzt haben.“ Die ersten kommerziellen Anwendungen für das kontaktlose Zahlen mit dem Handy erwartet er Ende 2008.



### Teures Bargeld

Allen innovativen Ansätzen zum Trotz: Noch immer erfolgen rund 60 Prozent aller Zahlungen im deutschen Einzelhandel ganz traditionell mit Geldschein und Münze. „Das Bargeld ist für den Handel immer noch das günstigste Verfahren“, weiß Frank Horst, vom EHI Retail Institute. Die Gesamtkos-

ten betragen je nach Branche und Betriebstyp zwischen 0,08 und 0,2 Prozent vom Umsatz. Im Schnitt zahlt ein durchschnittlicher Supermarkt rund 700 Euro für die Bargeldent- und -versorgung. Hinzu kommen interne Kosten für Abrechnung, Aufbewahrung und Sicherung. Nicht zuletzt seit dem spektakulären Heros-Fall weiß der Einzelhandel aber, wie neuralgisch die Bargeldlogistik ist. Der Gesamtschaden, den das Geldtransportunternehmen bei betroffenen Händlern verursachte, wird auf 450 Millionen Euro taxiert.

Über die volkswirtschaftlichen Kosten des Bargelds gibt es kaum verlässliche Daten. Ein Standardargument der Kreditkartenanbieter lautet: „Bargeld wird vom Steuerzahler subventioniert.“ Aber auch die EU-Kommission sieht Banknoten und Münzen als das „kostenintensivste Zahlungsmittel“ an. Um das Bargeldaufkommen im Euroraum zu reduzieren, initiierten Kommission und EZB die sogenannte Single Euro Payments Area (SEPA). Offizieller Starttermin der politischen Initiative war der 28. Januar 2008. Zum Ende des SEPA-Prozesses sollen die bargeldlosen Zahlungsverfahren europaweit vereinheitlicht sein. Dem ➤



Nie mehr Schlange stehen: Kontaktloses Zahlen mit der Karte – wie hier bei Auchan in Frankreich – verringert die Transaktionszeiten um bis zu 40 Prozent.

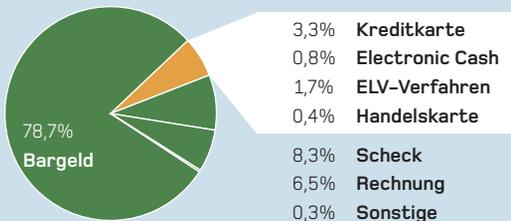
## Bargeld kontra Karte



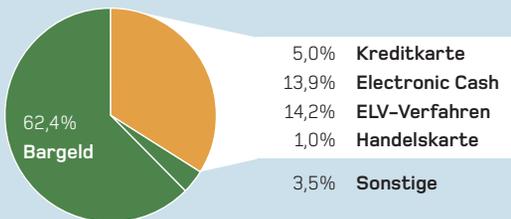
Foto: Rolf Vennenbernd

Der Kunde holt das Bargeld von der Bank, bringt es zum Händler, der es zählt und zurück zur Bank bringen lässt. Dort wird das Geld erneut gezählt und auf Echtheit geprüft, um es dem Kunden wieder auszuhändigen – volkswirtschaftlich macht das wenig Sinn. Dennoch ist Bargeld das vorherrschende Zahlungsmittel im deutschen Einzelhandel. Nur langsam gewinnt die Karte Marktanteile hinzu.

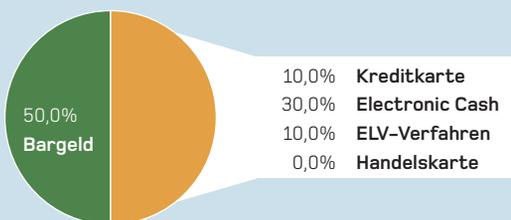
### Marktanteile 1994



### Marktanteile 2006



### Prognose 2010



Quelle: EHI, Prognose S-Card Service

> Euro-Bargeld folgt die Euro-Übersetzung, Lastschrift und schließlich auch die gemeinsame europäische Debitkarte.

### Die europäische Karte



Für den deutschen Einzelhandel ist die Absicht, eine paneuropäische Debitkarte zu etablieren, brisant (siehe auch

Der Handel 12/07). „Hier wird der Bock zum Gärtner gemacht“, schimpft HDE-Präsident Josef Sanktjohanser. „Die Banken entwickeln die neuen europäischen Zahlungssysteme weitgehend ohne Einfluss des Handels und der Verbraucher“, kritisiert der Rewe-Vorstand und warnt davor, dass effiziente Systeme wie das elektronische Lastschriftverfahren (ELV) auf der Strecke bleiben könnten. Sanktjohanser weiß sehr genau, was auf dem Spiel steht:

„Wenn die Kartengebühren um 0,1 Prozent steigen, kostet das die Rewe-Gruppe 30 Millionen Euro im Jahr“, rechnet Peter Radtke, Leiter Finanzen der Rewe-Group, vor. Bislang verfügt Deutschland europaweit über eines der wettbewerbsintensivsten Debitkartensysteme – nicht zuletzt weil der Handel mit dem ELV-Verfahren eine preiswerte Alternative zu EC-Cash etabliert hat.

Welche Verfahren sich im geplanten europäischen Zahlungsver-

kehrsraum durchsetzen, ist völlig offen und Gegenstand vieler Diskussionen in der Branche. Der Kreditkartenanbieter Mastercard schickt sein internationales Debitverfahren Maestro ins Rennen, Wettbewerber Visa das neue „V-Pay“-Produkt und ein Zusammenschluss europäischer Banken die sogenannte Euro Alliance of Payment Schemes (EAPS). Ihr Ziel ist, die nationalen Debitverfahren in die SEPA-Zeit hinüberzueretten.

Plötzlich stehen Kreditkartengesellschaften und Banken damit in Konkurrenz zueinander – etablierte Geschäftsmodelle geraten ins Wanken. So könnte etwa die friedliche Koexistenz zwischen Maestro und EC-Cash-Verfahren bald der Vergangenheit angehören. Erste Risse sind bereits zu erkennen: Der Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken (BVR) empfiehlt seinen Mitgliedern, die Maestro-Funktion von den Karten zu verbannen und nur noch für Premium-Karten anzubieten. „Nur wenige Kunden setzen die Karte auch im Ausland ein, daher macht es keinen Sinn, Maestro auf jeder Karte zu haben“, sagt Oliver Hommel, Kartenstrategie im BVR und Vizepräsident der EAPS.

Im Hause Mastercard sieht man solche Abwanderungsversuche gelassen. „Wir sind für SEPA bestens positioniert“, sagt Norbert Gebhard, ehemaliger Deutschland-Chef von Mastercard und seit Februar 2008 für die europäische Entwicklung der Kartenorganisation mit verantwortlich. „Rund 300 Millionen Europäer haben eine Maestro-Karte im Portemonnaie. 15 Jahre brauchte es, um diese Marktstellung aufzubauen“, sagt Gebhard im Gespräch mit **Der Handel** (siehe auch Interview Seite 20). Mit zusätzlichen Services wie dem kontaktlosen Bezahlen will die börsennotierte Kartenorganisation Handel und Verbraucher in Europa für sich gewinnen, um damit für die Banken unverzichtbar zu werden. Die spannende Frage im SEPA-Prozess ist, wer künftig der Herr über das an der Ladenkasse eingesetzte Verfahren sein wird: Der Kunde, die kartenausgebende Bank, der Händler oder eine der großen Kreditkartenorganisationen – das Rennen ist offen.

Anzeige

## Weiter lesen

Innovative Zahlverfahren und Kassenlösungen sind auch Thema auf der Fachmesse Euroshop 2008, die vom 23. bis 27. Februar in Düsseldorf stattfindet. Lesen Sie dazu auch unseren Messevorbericht in **Der Handel. Inside**, in der Mitte dieser Ausgabe.

