

Swiss Payment Forum 2015

Rückblick

Den Spagat zu schaffen zwischen Sicherheit und Nutzerfreundlichkeit von Payment Systemen ist eine der grössten Herausforderungen in der nahen Zukunft. Und auch die Frage, wie tiefgreifend moderne Bezahlfverfahren den stationären Einzelhandel wirklich verändern werden. Dabei wird das Verhältnis zwischen Handel, Kunden und Banken neu zu definieren sein. Wo für den Handel günstige und zeitnahe Lösungen im Vordergrund stehen, überwiegen beim Kunden vor allem die Sicherheit der Bezahlung und dies an jedem Ort zu jeder Zeit. Der Fokus der Finanzinstitute liegt bei all dem auf der Verwendung der Daten und einem reibungsfreien Geldtransfer. Neue Geschäftsmodelle zu Mobile und Realtime Payment stehen dabei im Spannungsfeld von Wirtschaftlichkeit und Kundenbedarf. Durch die Vormachtstellung von Apple und Google im Mobile Payment droht eine Verschiebung im weltweiten Marktwettbewerb. Verschiedene Initiativen und Unternehmen in der Schweiz denken bereits über Kooperationen nach, um gegen die ausländische Konkurrenz bestehen zu können.

Denn: der elektronische Handel in der Schweiz hinkt dem mobilen Zeitalter hinterher. Laut einer aktuellen Studie der Swiss Mobile Association (smama) und der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (zhaw) bietet der Schweizer Detailhandel dem mobilen Internet-Kunden nur unzureichende Leistungen. Hauptgründe seien laut der befragten Unternehmen der fehlende Druck des Marktes sowie mangelndes Know-How. Sandro Graf (zhaw) und Tobias Wirth (smama) verwiesen in ihrer Präsentation zudem darauf, dass die Rechnung weiterhin als häufigstes Zahlungsmittel, auch bei Detailhandelsunternehmen, verwendet wird.

Bernhard Lachenmeier (CCV Schweiz AG) stellte gemeinsam mit Christian Vetsch (Abrantix AG) zunächst unterschiedliche Einkaufsszenarien vor, die den unterschiedlichen Bedürfnissen der Kunden in verschiedenen Situationen Rechnung tragen. Dabei spielen Erlebniswelten im stationären und Online-Handel ebenso eine Rolle wie unkompliziertes schnelles Einkaufen. Insbesondere KMUs brauchen hier bei der Auswahl der richtigen Payment Strategie Unterstützung. Die eingesetzten Lösungen sollten nicht nur für die Konsumenten, sondern auch für die Händler intuitiv und kompakt sein.

Kontaktloses Bezahlen mit Apple Pay hat in den Ländern, in denen es angeboten wird, eine hohe Nutzerakzeptanz. Allerdings steht diesem eine unzureichende Infrastruktur gegenüber. Viele Nutzer einer Apple Watch seien gewillt, per Device zu bezahlen, stossen jedoch aufgrund fehlender Bezahlterminals und Unkenntnis seitens der Bezahlmethode an ihre Grenzen. Thomas Fromherz (Netcetera AG) veranschaulichte dies mit dem zusätzlichen Hinweis, dass auf internationalen Bezahlwegen insbesondere die Gebühren ein Hindernis zum Zahlvorgang mit Apple Pay darstellen.

Laut Matthias Hönisch vom Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken BVR liefert Instant Payment aus Sicht der EU-Regulierer das zukunftsweisendste Model zur Überweisung. Eine Überweisung solle so schnell und einfach durchzuführen sein wie der Versand einer E-Mail. Für die involvierten Banken habe dies einen Einfluss auf ihre Prüfpflicht und auf die Garantiefunktion der Karten, was sich in einer Erhöhung der Kosten und Gebühren auswirken könne.

In ihrem Vortrag zur Digitalisierung und zu neuen Geschäftsmodellen bei PostFinance resümierten Nicole Walker und David Kauer, dass es sich zukünftig nicht mehr um einen Wettbewerb einzelner Institute, sondern einen Wettbewerb der Netzwerke handeln wird. Wer mit wem kooperiert wird deutlich ausschlaggebender sein für eine erfolgreiche Positionierung am Markt. Zentral sei dabei die Integration des Kunden in die Wertschöpfungskette. PostFinance setzt hierbei auf die Transformation der IT-Systemarchitektur und die Standardisierung des Zahlungsverkehrs in der Schweiz, um offene Geschäftsmodelle realisieren zu können.

Wie integriertes Bezahlen mit der Swisscom Rechnung im Alltag bereits funktionieren kann, veranschaulichte Karim Abiriga (Swisscom AG): „Der grosse Erfolg von Mobile Ticketing zeigt auf, dass Mobile Payment in der Schweiz bereits heute Realität ist und von den Konsumenten geschätzt wird.“ Die Abrechnung soll dabei über die Mobilfunkrechnung oder das Pre-Paid-Guthaben erfolgen.

Als Spin-Off der PostFinance will TWINT eine interdisziplinäre Zahlungsstrategie zwischen Privatkunden, Händlern und Banken etablieren, die es mit der Vorherrschaft der Technologiegiganten Apple und Google aufnimmt. CEO Thierry Kneissler verdeutlichte, dass mit diesem System ein digitales Portemonnaie statt Karten zum Einsatz kommt, welches einen Mehrwert für den Kunden generieren soll.

Keynote-Speaker Prof. Dr. Key Pousttchi zeigte auf, welche Gefahren Banken und Detailhandel in der Schweiz durch den asymmetrischen Wettbewerb drohen: "Für Apple, Google & Co. ist M-Payment Mittel zum Zweck. Sie werden versuchen, sich mit Big-Data-Strategien zwischen Kunde und Händler zu schieben, um ihre Marktmacht in die reale Welt auszudehnen."

In der Schweiz bestehe die Kultur des Rechnungsaufs, so Patrick Kessler (VSV ASVAD). Im Jahr 2014 wurden 84% aller Zahlvorgänge in der Schweiz per Rechnung abgewickelt. Das Zahlen mit der Kreditkarte nimmt zu, jedoch werden Bezahlvorgänge per Debitkarte weiterhin kaum getätigt. Kunden und Händler wollen beide einfache und günstige Zahlungsmethoden, die keinen Aufwand bedürfen. Dabei können Zahlungsprozesse zum Conversion Treiber aber eben auch zum Conversion Killer werden.

Das Forcieren von Partnerschaften zum Schaffen eines Mehrwerts sei laut Dimitri Gugunava (SumUp) die sinnvollste und natürlichste Strategie, um Bezahlvorgänge zu vereinfachen, eine Wertsteigerung der Produkte zu erzielen und den Umsatz zu erhöhen. Payment sollte seiner Ansicht nach um

unterschiedliche Zusatzleistungen wie Lösungen beim POS, Coupons und Produktgarantien mit mehr Raum für Kollaborationen angereichert werden.

Mit *Paymit*, einer Bezahl-App, die unabhängig von einem Bankkonto genutzt werden kann, soll das Smartphone als Portemonnaie etabliert werden. *Paymit* will CHF 87 Mio. Bargeldtransaktionen in der Schweiz durch den Geldtransfer auf mobilen Endgeräten ersetzen und ein offenes Payment Ecosystem schaffen, zu dem jeder in der Schweiz Zugang hat, so Thomas Landis (SIX Payment Services).

Jean-Francois Groff (Mobino SA) legte dar, dass sich neue Bezahlösungen nur durchsetzen können, wenn ein umfassender Zugang, Benutzerfreundlichkeit, starke Verbundenheit, geringe Investitionen, politische Neutralität und Internationalität gewährleistet seien. Dabei ist seine Prognose, dass in den kommenden Jahren sowohl Bargeld- als auch Kreditkartenzahlungen zugunsten von E-Geld als Zahlungsmittel am POS verlieren werden.

Auch Oliver Brokelmann (Brodos Group) stellte eine Kombination aus Online- und Offline-Kanälen als zukunftsweisendes Modell vor, um die Vorteile beider Seiten auszuschöpfen und damit die Positionierung der Einzelhändler am Markt zu gewährleisten. Der sogenannte *Vernetzte Laden* biete die regionale Nähe und individuelle Beratung samt Reparatur des stationären Handels sowie die allzeit verfügbare Produktvielfalt und –transparenz des Onlinehandels.

Die Kombination und den Verbund mehrerer Services für einen „Connected Commerce“ sah auch Oliver Bohl (Payback GmbH) als wichtigsten Faktor des Mobile Payments. Die Synergien verschiedener Partner und Kanäle sollten ein Einkaufserlebnis schaffen, welches auf den Kunden zugeschnitten ist, mit Angeboten und Informationen direkt am POS.

Durch verschiedene Initiativen entstehe derweil eine Fragmentierung und hohe Marktdynamik im Digital Commerce. Im Wettstreit um die digitale Kundenschnittstelle werden Konsumenten und Händler jedoch eher überfordert anstatt unterstützt, so Roland Zwyszig (Aduno-Gruppe). Herstellerspezifische Lösungen stossen schnell an ihre Grenzen, SCHEME-basierte Digital Payment Modelle wie das Swiss-Wallet würden bei allen Händlern auf deren bestehender Infrastruktur funktionieren. Die Initiative vereint verschiedene Authentisierungsprozesse, Karten und Applikationen und unterstützt einfache und sichere Bezahlprozesse über mehrere Kanäle.

So waren sich auch die Teilnehmer der Podiumsdiskussion (Thomas Fromherz, Patrick Kessler, Roland Zwyszig und Thomas Landis) einig, dass nun viel Bewegung im Schweizer Markt ist und es wichtig ist, dass die „grossen Player“ an Lösungen arbeiten. Damit sich eine mobile Bezahlmethode künftig durchsetzen kann, müssen verschiedenste Voraussetzungen (Sicherheit, Verbreitung, Mehrwerte etc.) erfüllt sein. Letztendlich ist aber entscheidend, dass sich die Lösung in den Alltag der Anwender integriert und an deren Bedürfnissen konsequent ausgerichtet ist.

Über das Swiss Payment Forum

Das Swiss Payment Forum ist die jährlich stattfindende Plattform zum Thema Zahlungsverkehr in der Schweiz. Es ist der Treffpunkt für alle, die an neuen Payment Trends interessiert sind. Fokusthemen sind Mobile Payment, Mobile Commerce, Mobile Banking und Innovative Payment-Modelle.

www.swisspaymentforum.ch

Kontakt

Vereon AG | Pressestelle | Hauptstrasse 54 | CH-8280 Kreuzlingen
Tel. +41 71 677 87 00 | presse@vereon.ch | www.vereon.ch/presse

Über die Vereon AG

Die Vereon AG veranstaltet hochkarätige Tagungen, Konferenzen und Workshops zu aktuellen Themen aus Wirtschaft und Wissenschaft. Ausgewiesene Experten aus Forschung, Wissenschaft, Praxis und Politik präsentieren regelmässig pragmatische Lösungsansätze und wegweisende Trends. Führungs- und Fachkräfte aller Branchen schätzen diese Informationsplattformen zum Wissensaufbau, Erfahrungsaustausch und zur Gewinnung wertvoller neuer Kontakte.