

Interview: Bezahlen per Smartphone

## *Mobiles Bezahlen im Kommen*

Von Jana Elsner – Lesedauer: 5 Minuten – 22. November 2018

**Mobile Bezahlverfahren setzen sich zunehmend durch. Prof. Dr. Ludwig Hierl von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg schickte Studierende als Testkäufer los, die mobil mit Handy bezahlen sollten. Im Interview berichtet der Mobile Payment Experte über den Stand mobiler Zahlungsmethoden in Deutschland und erteilt Auskunft zu weltweiten Trends.**



Bezahlen per Smartphone setzt sich zunehmend durch.  
Foto: Davizro Photography/Fotolia

**Herr Prof. Dr. Hierl, im Januar 2017 überprüften Sie zum ersten Mal den Status quo von mobilen Zahlungsmethoden in Deutschland und schickten hierfür Studierende als Probanden los. Was war das Ergebnis?**

Prof. Dr. Ludwig Hierl: Unsere Studierenden unternahmen den Versuch, in 261 Filialen aus 119 Unternehmensgruppen mit Smartphone zu bezahlen. Bei der Auswahl der Ladengeschäfte achteten wir darauf, sowohl die „Big Player“ der Lebensmittelhändler und stationären Händler als auch Restaurants, Systemgastronomen und Tankstellen in die Studie mit einzubeziehen. Allerdings funktionierte das Mobile Payment nur bei etwa neun Prozent aller getesteten Unternehmen. Obwohl bei einem Drittel der untersuchten Läden die technischen Voraussetzungen gegeben waren, konnte eine Bezahltransaktion nur in 24 Fällen tatsächlich durchgeführt werden.

**Woran lag das?**

Die Ursachen waren vielfältig. 2017 war Mobile Payment in vielen Unternehmen noch in der Einführungsphase. Auch mangelte es an vollständig ausgestatteten Kassenterminals oder geschultem Kassenspersonal. Weiterhin waren die Handys der Studierenden teilweise nicht NFC-fähig (Near Field Communication).

**Etwa eineinhalb Jahre später haben Sie den Test noch einmal durchgeführt. Ist das mobile Bezahlen inzwischen im Handel angekommen?**

Es hat sich zwischenzeitlich viel getan. Bei den größeren Marktteilnehmern sind nun alle Kassenterminals NFC-fähig. Auch hat sich seit dem ersten Test das kontaktlose Bezahlen – per Karte oder Mobiltelefon – bei deutschen Händlern etabliert. Die technischen Voraussetzungen sind gegeben, zahlreiche Applikationen sind flächendeckend funktional. Wer jetzt mobil bezahlen will, kann es tun.

**Was zeigte der zweite Versuch noch?**

Beim zweiten Praxistest haben wir den Fokus auf funktionale Bezahlapplikationen gelegt. Jedes Unternehmen geht dabei unterschiedlich vor. Manche bieten Lösungen an, die von der Firma selbst entwickelt wurden, manche greifen auf händlerunabhängige Anbieter zurück. Bei einigen Händlern, wie zum Beispiel Netto, kann der Kunde beide Wege nutzen. Also entweder mit der Netto-App oder via Google Pay bezahlen. Außerdem haben wir die hauseigenen Lösungen von Edeka und Starbucks, aber auch Bezahl-Apps von Payback, Boon und Google unter die Lupe genommen.

Zum Testzeitpunkt waren die Mobilbezahlapplikationen der Sparkassen sowie der Volks- und Raiffeisenbanken noch nicht verfügbar. Bankenzentrierte Lösungen, dazu gehört auch die Applikation der Deutschen Bank, können nach unserer Einschätzung ebenfalls signifikant zur Marktdurchdringung von mobilen Bezahlverfahren beitragen.



### **Welchen Unterschied macht es für den Händler, ob er hauseigene oder fremde Bezahlösungen anbietet?**

Mit eigenen Lösungen bietet der Händler nicht nur die Bezahlfunktion an, sondern kann auch Bonusaktionen kommunizieren oder Werbung schalten. Und natürlich legt der Kunde auf diesem Weg seine gesamte Kaufhistorie offen, ein unschätzbare Vorteil. Wie viele Kunden allerdings tatsächlich auf diesen Zug aufspringen, bleibt abzuwarten. Es ist davon auszugehen, dass die meisten Konsumenten keine Insellösung wollen, sondern eine App, die bei allen Einkäufen einsetzbar ist.

### **Im Gegensatz zu Google, das mit PayPal kooperiert, wird Apple erst Ende 2018 in den deutschen Markt einsteigen. Warum lässt sich das Top-Technologieunternehmen so viel Zeit damit?**

Nach meiner Einschätzung sind zwei Argumente plausibel: Apple möchte mit dem mobilen Bezahlen Geld verdienen – Händler, Kunden und Banken wollen dafür aber nichts bezahlen. Außerdem steht Apple bei jeder Produktneueinführung unter großem Erfolgsdruck. Was Apple anpackt, das muss gelingen. Ansonsten gerät ein Mythos ins Wanken. Und der rechtfertigt schließlich die Premium-Preisgestaltung. Es stellt sich daher die Frage, ob sich genug Nutzer für Apple Pay finden lassen, damit die Markteinführung als Erfolg verbucht werden kann. Theoretisch könnte Apple Pay bereits heute genutzt werden. Allerdings ist dafür ein Umweg erforderlich.

### **Was meinen Sie damit?**

In der ersten Studie konnten wir bereits bestätigen, dass mit Apple-Smartphones ein mobiles Bezahlen mit Payback Pay in Verbindung mit QR-Code-Scanning möglich ist. Nun gelang auch der Test mittels NFC-Schnittstelle, die von Apple für Deutschland eigentlich noch nicht freigegeben ist.

Für technikaffine Studierende wird dies bisweilen geradezu als Affront vom vermeintlichen Technologieführer Apple aufgefasst. Deshalb haben zwei Studierende einen im Internet kursierenden Trick nachvollzogen, der problemlos funktionierte. Ein mobiles Bezahlen mit Apple-Smartphones mittels NFC-Schnittstelle wäre damit auch ohne Apple Pay technisch jederzeit möglich. Nichtsdestotrotz scheint es in wenigen Tagen soweit zu sein. Zum Weihnachtsgeschäft 2018 will Apple nach eigenen

Aussagen seine „Zahlungspforte“ öffnen.

### **Lohnt sich Mobile Payment für den Handel?**

In einer weiteren Untersuchung stellten wir am realen Beispiel einer Bäckereikette die Kosten des baren und des bargeldlosen Zahlungsverkehrs gegenüber. Wie in den meisten Bäckereigeschäften Deutschlands üblich, bezahlen Kunden auch dort fast immer in bar. Dass der Bargeldverkehr aber hohe Kosten verursachen kann, wird in der Praxis häufig vernachlässigt.

### **Welche Kosten fallen bei der Barzahlung an?**

Für das Kassieren, das Prüfen und das Transportieren von Bargeld entstehen insbesondere Personal- und Dienstleistungskosten. Auch sehen sich Banken immer häufiger gezwungen, Gebühren zu erheben, beispielsweise für die Bereitstellung von Wechselgeld-Banderolen oder die Gutschrift von Bareinzahlungen. Bei der von uns untersuchten Bäckerei waren Wechselgeld, Geldtransporte und Bankkonto-Bareinzahlungen aufgrund untypischer Sachverhaltsspezifika noch weitgehend kostenfrei. Nur deshalb ist der Bargeldverkehr dort – noch! – konkurrenzlos günstig. Zumal andere Vorteile des bargeldlosen Zahlens wertmäßig noch nicht berücksichtigt wurden.

### **Welche sind das?**

Typische Fehlerquellen – wie das Wechselgeld falsch herauszugeben – werden vermieden. Zudem reduzieren sich die Wartezeiten erheblich: Kunden müssen nicht mehr nach Wechselgeld suchen. Im Lebensmittelhandel ergibt sich auch ein hygienischer Vorteil. Ein Geldschein kann mit bis zu 3.000 Erregern kontaminiert sein.

### **Ist denn der deutsche Kunde bereit für das mobile Bezahlen?**

Nach EHI-Angaben (EHI Retail Institute, ein Forschungs- und Bildungsinstitut) zahlt der deutsche Kunde in 50 Prozent der Fälle noch immer mit Bargeld, wenngleich besonders der Anteil von kontaktlosem Bezahlen mit Giro- und Kreditkarten stark wächst. Vor allem junge und technikaffine Personen fordern das mobile Bezahlen aktiv ein. Weil aber in den letzten Jahren beim Bezahlen mit dem Smartphone einiges schiefgelaufen ist, sind nicht wenige Käufer ernüchtert und nutzen wieder herkömmliche Zahlungsmethoden. Im Sommer 2018 hat mit Vodafone nun auch der letztverbliebene Telekomkonzern seine mobile



Zahlungsweise eingestellt – und das trotz einer Kooperation mit PayPal.

### Wie kann der Handel das Bezahlen via Smartphone fördern?

Damit Mobile Payment funktioniert, bedarf es dieser drei Faktoren: technische Voraussetzungen, geschultes Personal, Kundenwillen. Beispielsweise erlebte einer unserer Testkäufer einen Vorfall, der auf Kunden eher abschreckend wirken muss. Unsere Testperson kaufte ein Produkt und bezahlte mit dem Smartphone. Das Kassenspersonal meinte, im Bezahlvorgang einen Fehler zu erkennen, brach den Zahlungsvorgang ab und forderte die Ware zurück. Der Testkäufer prüfte daraufhin seinen Kontostand und stellte fest, dass eine Abbuchung erfolgt war, entgegen der Behauptung des Kassenspersonals. Der Filialleiter entschuldigte sich zwar oftmals, als der Testkäufer diesen Vorgang im Ladengeschäft beanstandete, aber solche Erfahrungen verunsichern die Käufer einfach.

Im Idealfall wirkt der Händler durch entsprechende Anreize auf seine Kunden ein, Mobile Payment selbst auszuprobieren, beispielsweise durch den Verkauf von werthaltigen Artikeln zum symbolischen Preis von einem Cent. Machen Kunden eine positive Erfahrung, werden sie das Bezahlen mit dem Smartphone wiederholen.

### Wenn kontaktloses Bezahlen mit Karte funktioniert, warum wird dann zusätzlich Mobile Payment benötigt?

Für viele wäre es eine erhebliche Erleichterung, wenn sich die allmorgendliche Frage nach Schlüssel, Handy und Geldbeutel auf zwei Gegenstände reduzieren ließe. Auf den Geldbeutel und damit physische Karten könnten die meisten verzichten, nicht aber – zumindest derzeit – auf das Mobiltelefon als umfassende Alltagsbegleitung und -hilfe.

### Wie sehen die weltweiten Trends zu mobilen Bezahlmethoden aus?

Andere Nationen sind bereits wesentlich weiter, in Europa zum Beispiel Schweden und Finnland. In der chinesischen Stadt Shanghai bezahlen über 50 Prozent der Bevölkerung mit WeChat oder Alipay. Da die Chinesen mit 2,5 Millionen Besuchern jährlich die zweitgrößte Touristengruppe

in Deutschland stellen, können sie an vielen Flughäfen in Deutschland bereits mit Alipay und WeChat bezahlen.

Professor Roman Macha von der DHBW Ravensburg betreut mit Drubba Touristik, einem Partnerunternehmen der DHBW, einen großen Kundenstamm aus China. Für Drubba macht sich WeChat mit einem durchschnittlichen Kundenbon von 800 Euro bereits jetzt bezahlt. Allerdings gibt es diese Lösung bisher nur für den chinesischen Markt, deutschen Kunden bleibt sie noch verwehrt.

Weitere Auskünfte gibt Prof. Dr. Ludwig Hierl in seinem neuen Buch „Mobile Payment“.

Das Interview führte Jana Elsner für die Duale Hochschule Baden Württemberg Heilbronn (DHBW).



Prof. Dr. Ludwig Hierl,  
Professor für Externes Rechnungswesen,  
DHBW Heilbronn  
Dozent Master in Wirtschaft und Technik,  
**DHBW CAS**

Foto: DHBW Heilbronn

Das DHBW CAS bietet duale und berufsbegleitende **Masterstudiengänge** in den Fachbereichen **Wirtschaft**, **Technik** und **Sozialwesen** sowie weitere Möglichkeiten zur beruflichen **Weiterbildung**.