

Die neue Norm im Zahlungsverkehr?

Marc Bröking, Experte für Digital Payments beim Beratungsunternehmen CGI, erklärt, wie Instant Payments das Bezahlen am POS künftig verändern können.

Das Interview führte Kirstin von Elm

Herr Bröking, was ist das Besondere an SEPA-Instant Payments?

Dahinter steckt ein technologischer Systemwandel, der die neue Norm im Zahlungsverkehr in Zukunft sein wird. Der Unterschied von Echtzeitüberweisungen im Vergleich zu normalen Überweisungen ist die sofortige durchgängige Verarbeitung von Einzeltransaktionen. Dabei werden Zahlungen direkt auf dem Konto verbucht. Bisher werden Zahlungstransaktionen im Massenzahlungsverkehr im sogenannte „Batch-Verfahren“ zu festgelegten Zeitpunkten verarbeitet, um umfangreiche IT-Verarbeitungen und Prüfungen zu verarbeiten. Während die klassische Überweisung, Sepa Credit Transfer (SCT) meist am Folgetag beim Empfänger ankommt, funktioniert die Echtzeitüberweisung (SCTInst) dagegen innerhalb von maximal 10 Sekunden. Oft läuft heute bereits die automatisierte Zahlungsverarbeitung schon schneller.

Handelt es sich bei Instant Payments stets um Echtzeit-Überweisung oder wird es auch Echtzeit-Lastschriften geben?

Heute sprechen wir bei Instant Payments stets von Überweisungen (SCTInst). Mit dem technologischen Systemwandel kann ich mir die neue Infrastruktur aber auch sehr gut für andere Zahlverfahren vorstellen. Die „Anfrage nach einer Zahlung“ durch den Händler (Request-To-Pay, RTP) ist zwar fachlich keine Lastschrift, aber ein vergleichbares Thema. Ob in diesem Fall eine Echtzeit-Lastschrift überhaupt noch benötigt wird, ist fraglich. Als Mitglied in der Expertengruppe RTP im European Payment Council EPC in Brüssel, diskutieren wir gerade diese Anwendungsfälle, wo ein Händler eine Echtzeitüberweisung über seine Kasse am POS anfragen kann: Der Endnutzer erhielte dann die Anfrage über seine Banken-App und könnte die Zahlung mit seinem Smartphone mobil freigeben, zum Beispiel per PIN

Europa-Expertise

Marc Bröking ist Director Consulting und Experte für Digital Payments bei CGI in Sulzbach. Er vertritt CGI im Arbeitskreis Zahlungsverkehr des EHI Retail Institutes und arbeitet in der Expertengruppe des European Payment Councils (EPC) an der Entwicklung von SEPA Request to Pay und ISO 20022 RTP in Brüssel mit.



Marc Bröking
Director Consulting und Experte
für Digital Payments, CGI

oder auch per Fingerabdruck. Mobiles Bezahlen wird aber erst dann so funktionieren, wenn wichtige Hürden bewältigt sind, wie zum Beispiel die Einleitung der Überweisung an der Ladenkasse durch einen QR-Scanner oder NFC Kontaktlosleser.

Wo liegen die Vorteile von Request-To-Pay-Transaktionen für den Handel?

Wesentlicher Pluspunkt ist die Schnelligkeit: Bei einer „angefragten Echtzeitüberweisung“ ist die Zahlung nach der Gutschrift für den Händler sicher. Im E-Commerce könnte er dann zum Beispiel die Ware sofort versenden. Bei der klassischen Lastschrift gibt es dagegen die Möglichkeit der

Rückgabe durch den Käufer. Es wird auch keine starke Kundenauthentifizierung (SCA) gefordert, da der Kunde dem Lastschriftinzug vorher zustimmen muss. Ob durch RTP die abgesicherte Lastschrift als beliebtes nationales Zahlverfahren im Handel abgelöst wird, bleibt allerdings abzuwarten und hängt von den Serviceleistungen rund um eine RTP-Zahlung ab. Denn einerseits möchte der Käufer sicher gehen, dass er die Ware erhält, bevor er die Zahlung tätigt und andererseits will der Händler den Zahlungseingang mit dem Warenversand verknüpfen können.

Gibt es außer dem Thema Zahlungssicherheit noch weitere Pluspunkte?

Ja, ein Vorteil von Instant Payments besteht aus meiner Sicht in der verbesserten Verbuchungslogik durch die direkte Kontoverarbeitung. Das senkt für den Handel zum einen Prozesskosten, zugleich lässt sich die Liquidität präziser und besser steuern. Zudem sehe ich durch direkte Konto-zu-Konto Transaktionen wie SCTInst oder Lastschrift Optimierungspotenzial bei den Gebühren für bargeldlose Zahlungen. Auf Basis der Echtzeitinformationen soll es darüber hinaus möglich werden, auch weitere Daten sozusa-

gen „Huckepack“ abzuwickeln, um Käufern und Händlern datengestützte Mehrwerte anzubieten und um den Bezahlvorgang sinnvoll zu ergänzen.

Sehen Sie auch Nachteile?

Aus Kundensicht bringen Instant Payments an der Ladenkasse zunächst keine erkennbaren Vorteile, sondern verlangen sogar zusätzliche Schritte für die Starke Kundenauthentifizierung (SCA). Eine sehr gute Umsetzung der Customer Experience im Check-Out ist deshalb Pflicht. Zudem ist die Endgültigkeit einer Überweisung aus Sicht des Kunden meist kein Vorteil und nicht immer gewünscht. Ein Manko aus Kundensicht ist auch die unterschiedliche Preispolitik der Banken. Hier bin ich der Meinung, dass ein „Bestellerprinzip“ verankert werden sollte. Der Gesetzgeber sollte Preisgestaltungen und Kooperationen als Ausgleich für die Nutzung sowie die Bereitstellung der Infrastruktur zulassen. Ebenfalls aus Kundensicht sollte zum Beispiel sichergestellt werden, dass die initiiierende Partei stets auch die Gebühren für die Transaktion zahlt. Der Handel würde dann, wie ja heute auch schon, die Gebühren für Echtzeitüberweisungen tragen, profitiert aber in der Summe von



Den Zahlungsverkehr beschleunigen, dadurch Zeit und Kosten sparen und gleichzeitig den Kunden ein komfortables Käuferlebnis bieten – es gibt viele Gründe, der Einführung einer europaweiten Echtzeitüberweisung positiv gegenüberzustehen. Als Ihr Partner vereinfachen wir Ihnen die Umstellung. Wir verfügen über 35 Jahre Erfahrung im Financial Services Umfeld und zählen führende Banken und Händler zu unseren Kunden.

den Vorteilen und könnte Instant Payments als preiswerte und sichere Zahlungsmethode am POS vorantreiben.

Sie glauben also, dass Instant Payments den Wettbewerb im Zahlungsverkehr zugunsten des Handels verändern werden ...?

Ich denke, dass kostenintensive Strukturen bei intermediären Anbietern oder Systemen zukünftig geringe Erfolgsaussichten haben werden, sobald nämlich der Zahlungsver-

kehr der meisten Banken realtime-fähig ist und die Banken ihre Open API Services für Payment Initiation Services umgesetzt haben. Banken werden künftig neben den Kartensystemen zum Zahlungsabwickler am POS und werden eigene Angebote für den Handel und seine Payment Service Provider entwickeln. Payment Service Provider müssen künftig zudem Multiakzeptanzlösungen via API-Services sowohl für den POS als auch für digitale Kanäle bereithalten. Viele PSPs haben da noch Handlungsbedarf.

+ Mobile Payments werden sich durchsetzen

Professor Dr. Antonio Krüger ist Direktor des Innovative Retail Laboratory am Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz. In enger Zusammenarbeit mit der SB-Warenhauskette Globus werden hier innovative Retail-Anwendungen für den Checkout der Zukunft getestet.



Professor Dr. Antonio Krüger

Herr Professor Krüger, wie lange wird es die klassische Kassenzone im Supermarkt noch geben?

Solange es Kunden gibt, die bar bezahlen möchten, muss es auch einen Kassenbereich geben. Die Frage lautet also: Wie lange wird es noch Bargeld geben? Andere Länder mögen da schon weiter sein, in Deutschland wird Cash an der Kasse dagegen sicherlich auch in fünf oder zehn Jahren noch eine relevante Rolle spielen.

Welche Chancen räumen Sie komplett kassenlosen Konzepten wie Amazon Go ein?

Amazon Go ist mit sehr hohen Investitionen in die technische Ausstattung verbunden. Betriebswirtschaftlich rechnen sich diese Läden bisher nicht und Amazon wird sicherlich kein Minusgeschäft skalieren. Ich glaube, hier geht es eher um Daten als um Kundenservice. Über die installierten Sensoren und Kameras liefert Amazon Go feingranulare Informationen über das Kundenverhalten am Regal, die es so bisher nicht gab. Dieses Wissen könnte das Unternehmen künftig auch für andere Formate nutzen.

Studien zufolge verdirbt vielen Kunden vor allem eine lange Kassenschlange das Einkaufserlebnis. Wenn die Kasse bleibt, wie lässt sich die Wartezeit verkürzen?

Ich denke, dass insbesondere Self-Scanning deutlich ansteigen wird. Globus bietet Scan & Go mit Kundenkarte und einfach zu bedienenden Handscannern bereits in 30 Märkten erfolgreich an. Nicht nur junge, digitalaffine Kunden sind da-

mit sehr zufrieden. Gerade auch die älteren schätzen die Bequemlichkeit: An der Kasse müssen Sie die Ware jetzt nicht mehr einzeln aufs Band legen. Außerdem haben Sie während des Einkaufs stets den Überblick, was sich bereits im Wagen befindet und wieviel das kostet.

Werden die Kunden Mobile Payments mit Smartphone oder Smartwatch annehmen?

Ich glaube fest daran, dass Mobile Payments sich durchsetzen werden. Offen ist nur die Frage: in welcher Form und bis wann. Ein großer Vorteil ist vor allem die Schnelligkeit des Bezahlvorgangs. Die „gefühlte“ Zeitersparnis ist für die Kunden oft sogar noch größer als die tatsächliche, weil das Zahlen mit Wallets wie Apple Pay oder Google Pay so bequem ist.

Tatsächlich beträgt der Unterschied zur kontaktlosen Kartenzahlung aber nur wenige Sekunden ...

Das ist richtig. Auf mittlere Sicht bieten mobile Wallets jedoch einen weiteren Vorteil, nämlich den digitalen Kassenschein. Als Kunde kann ich dann endlich Garantien und Gewährleistungsansprüche digital verwalten und Einkäufe per Klick in mein digitales Haushaltsbuch übertragen. Das schafft eine Basis für innovative Services, beispielsweise individuelle, genau auf meine Bedürfnisse abgestimmte Liefer- und Abo-Dienste. Gerade der Lebensmitteleinkauf ist heute doch noch ziemlich archaisch: Einen Großteil der Logistik muss ich selbst erledigen und habe trotzdem permanent Overstock oder Out-of-Stock zuhause im Kühlschrank.

Beflügelt Self-Scanning mobiles Bezahlen?

Self-Scanning im Supermarkt oder SB-Warenhaus liegt im Trend. Das eigene Smartphone könnte sich dabei künftig als Alternative zum mobilen Handscanner etablieren – und so auch das mobile Bezahlen vorantreiben. In Europa scannen immer mehr Kunden mit dem Handy, auch in Deutschland starten erste Projekte.

Self-Scanning mit mobilen Handscannern, die die Kunden im Eingangsbereich ausleihen, gehört in vielen Supermärkten und SB-Warenhäusern bereits heute zum Alltag. Der Service erspart den Kunden das Umräumen am Kassenscheinband und verschafft während des Einkaufs stets einen Überblick. Als Alternative zum Leihgerät könnte sich künftig das private Smartphone etablieren – und so auch Mobile Payments ankurbeln.

Bei verschiedenen europäischen Händlern ist das Smartphone bereits als mobiler Warenschanner im Einsatz: Bei Coop Schweiz, Albert Heijn (Ahold Delhaize) in den Niederlanden oder bei Coop Dänemark können Kunden ihre Einkäufe beim Gang durch den Markt mit dem eigenen Handy erfassen. Lidl testet seit 2017 Smartphone-Scanning in Lissabon und seit Anfang 2019 auch in Paris. Die App dazu stammt von GK Software – genau wie das weltweit eingesetzte Kassensystem von Lidl. „Wir erwarten, dass Self-Scanning mit Kundengeräten zukünftig in dafür geeigneten Formaten eine bedeutende Rolle spielen wird“, sagt René Schiller von GK Software. Im Gegensatz zum Amazon-Go-Konzept bleibe der technische Aufwand und das Thema Datenschutz beherrschbar. Darüber hinaus könnten auch große Sortimente verarbeitet werden und viele Kunden gleichzeitig mit der Lösung arbeiten: „Die Qualität der Smartphones reicht bereits heute vollkommen aus, um solche Konzepte umzusetzen“, so Schiller.

SMART SCANNEN & ZAHLEN BEI KNAUBER Bezahlt wird bislang in der Regel an SB-Stationen, wo verschiedene bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten angeboten werden. Bei Coop Dänemark können Shopper mit der App „Scan & Betal“ dagegen direkt mobil zahlen und den Laden verlassen.



Foto: Coop Dänemark

In Deutschland gehört Knauber zu den Vorreitern beim Self-Scanning per Smartphone. In den sechs Freizeitmärkten des Bonner Familienunternehmens können Kunden seit Mitte 2019 mit ihrem privaten Handy Artikel scannen und am Ende mobil bezahlen. Der Service basiert auf der App des Bonner Start-ups Snabble, unterstützt werden Zahlungen per Paypal, Lastschrift oder Kreditkarte. Zur Kontrolle zeigen Knauber-Kunden im Ausgangsbereich einen QR-Code als digitalen Zahlungsbeleg an einer digitalen SB-Säule vor: Erscheint auf dem Display ein grünes Häkchen, ist die Ware ordnungsgemäß bezahlt. „Das beruhigt nicht nur den Händler, sondern auch viele Kunden, die sich anfangs oft ein bisschen wie Ladendiebe vorkommen“, sagt Snabble-Produktmanager Patrick Queisler.

Neben Knauber testen weitere Unternehmen Self-Scanning per App oder planen entsprechende Test, darunter beispielsweise Edeka-Paschmann in Mülheim, die Bunting-Gruppe oder Ikea. Aus Sicht von GK-Unternehmenssprecher Schiller steht dabei der verbesserte Kundenservice und ein attraktives, zeitgemäßes Einkaufserlebnis im Fokus: „Digital Natives und auch Digital Immigrants erwarten immer stärker, dass ihre Smartphones in das Shopping-Erlebnis eingebunden werden. Dem tragen immer mehr Händler Rechnung.“ (KvE)