



**WENN DINGE AUCH
SELBST BEZAHLEN**



Fingerringe mit sensitiven Bezahlkontoinformationen ausstatten, um per Handbewegung bezahlen zu können? Dass nicht alles, was technisch möglich ist, für den Kunden schon ein realistisches Anwendungsszenario ist, zeigt sich nirgendwo so deutlich wie im Payment. Der Weg dahin ist aber schon eingeschlagen

TEXT: CHRISTINA ROSE

Die Verknüpfung von vernetzten Geräten, also dem Internet of Things, mit Bezahlfunktionen (dem Internet of Payment) ist für Experten der nächste logische Schritt. „Heute, wo das Bewusstsein der Benutzer für das IoT wächst, wächst auch die Erwartung, dass es auf Kundenseite zunehmend Berührungspunkte damit geben wird. Diese Haltung hat wiederum Bezahlanbieter dazu motiviert, auf dieser Reise den perfekten Abschluss bilden zu wollen und damit eine zentrale Rolle bei der Evolution des Internets der Dinge zu spielen“, sagt Christian von Hammel-Bonten, CPO der PPRO Group. „Eine Bezahlfunktion ist unerlässlich, wenn das IoT auf Dauer Komfort für die Nutzer bringen soll“, ergänzt Henning Brandt, Head of PR and Communication bei Computop. „Etwa, wenn Geräte selbstständig Bestellungen vornehmen. Aber auch schon für kostenpflichtige Informationen, die die IoT-Devices benötigen, wäre eine manuelle Zahlungsauslösung durch den Nutzer nur eine halbherzige Lösung.“

Der traditionell kritische deutsche Kunde ist jedoch auch hier skeptisch. Im Rahmen einer Forsa-Umfrage im Auftrag des Softwareanbieters SAS wurden mehr als 1000 Deutsche zu ihrer Einstellung hinsichtlich unterschiedlicher IoT-Szenarien befragt. Demnach befürworten drei von vier Befragten einen „Emergency Button“ an Smartphones oder Smartwatches, der im Notfall



In Smartwatches wie der „Fitbit Ionic“ oder der „Garmin Vivoactive 3“ ist eine Funktion für kontaktloses Bezahlen integriert. Sie basiert auf NFC-Technologie und kooperiert mit Visa. Sportlich aktive Nutzer sollen dadurch mit einer Bewegung ihres Handgelenks bezahlen können, anstatt während des Trainings ihre Karten oder Bargeld in den Socken verstecken zu müssen

präferierten Zahlarten leicht übernommen werden können.

ES MUSS NICHT IMMER ALLES „SMART“ SEIN

Nur wenige Zahlarten seien zum jetzigen Zeitpunkt wirklich für die automatisierte Abwicklung geeignet, kritisiert er. „Eine wichtige Rolle spielen dabei Token, also Ersatz-Kartennummern oder -Bankverbindungen, die erst in der sicheren Umgebung des Payment-service-Providers in Echt-

SMARTWATCHES

gedrückt werden kann und die Standortdaten automatisch an die Polizei weiterleitet. Auch smarte medizinische Geräte, die beispielsweise bei starken Veränderungen des Blutzuckerspiegels Daten an den Hausarzt übermitteln, oder Sensoren im Reisegepäck, die Daten an das Gepäckmanagementsystem des Flughafens und die mobile App des Besitzers weiterleiten und ein Nachverfolgen des Gepäcks ermöglichen, finden breite Zustimmung.

NOTFALLKNOPE: JA, KONTODATEN: NEIN

Wenig Zustimmung dagegen herrscht in Bezug auf die Abwicklung von Zahlungen über Smartwatches. Nur jeder dritte deutsche Konsument befürwortet diese Technik. Insgesamt ist bei Finanzangelegenheiten die Sorge um die eigenen Daten am größten. Bezahlungsfunktionen müssen also dem Nutzer Komfort bieten, aber auch sicher und transparent genug sein, das notwendige Vertrauen zu gewährleisten.

Für die Kundenakzeptanz ist der Sicherheitsaspekt zentral. „Daher sind vor allem IT- und IT-Security-Experten in der Pflicht“, fordert Ralf Linden, Director of Sales and

Marketing der Universum Group. „Wenn Maut und Parkgebühren automatisch erhoben werden sollen, der Kühlschrank das Lebensmittelabonnement abrufen und die Krankenkasse einen Bonus für einen absolvierten Fitnesskurs auszahlen möchte, ergeben sich völlig neue Herausforderungen an Authentifizierung, Autorisierung, Security und User-Experience.“

Die Herausforderung für das Internet of Payment bestehe eher darin, Vertrauen aufzubauen als in der rein technischen Abwicklung, betont Henning Brandt: „Der Komfortgewinn für den Nutzer gerät schnell aus dem Blickfeld, wenn er umständliche Konfigurationen durchlaufen und kryptische AGBs bestätigen muss, damit seine Waschmaschine Pulver bestellen kann.“ Die Hersteller seien gefordert, eine möglichst reibungslose Integration in das Heimnetzwerk zu gewährleisten, für das Payment sollten die vom Nutzer

DIE HERAUSFORDERUNGEN BEIM BEZAHLEN ÜBER DAS INTERNET OF THINGS BESTEHEN IN DER BENUTZERFREUNDLICHKEIT, DER GLOBALITÄT UND DER SICHERHEIT DER BEZAHLFUNKTIONEN

daten umgewandelt werden. Wenn dann noch eine komfortable Bestätigung, zum Beispiel über das Smartphone des Nutzers mit biometrischer Authentifizierung, erfolgt, ist dem Sicherheitsbedürfnis der Verbraucher Genüge getan.“

Das erfordere Omnichannel-Funktionen sowohl beim Händler als auch beim Payment-service-Provider. Einen großen Schritt gelte es zudem beim Thema Sicherheit zu machen. Viele Geräte, zum Beispiel in der Homeautomation, stünden im Ruf, nicht wirklich effektiv gegen Angriffe abgeschirmt

Seit Beginn der Spielzeit 2017/18 sind die Fantrikots von Schalke 04 mit einem Ärmel-badge des Sponsors Allyouneedfresh ausgestattet. Darin integriert ist ein Chip, über den die Fans in der Gelsenkirchner Veltins Arena zahlen können und über eine spezielle Landingpage Lebensmittel-Angebote des Online-Supermarktes finden. Der Chip kann sowohl gelesen als auch beschrieben werden

zu sein. Gleiches gelte für den Datenschutz. Das Verbrauchervertrauen verlange auch, dass die Nutzer von der Sicherheit ihrer (nicht nur Zahlungs-)Daten ausgehen können.

Man müsse sich von dem Gedanken verabschieden, „dass alles immer smart sein muss“, fordert Mirko Hüllemann, Geschäftsführer der Heidelberger Payment GmbH. „Derzeit gibt es zu allem und jedem eine App – egal wie sinnvoll oder sinnlos. Unternehmen und Produktentwickler müssen den Fokus stärker auf den tatsächlichen Nutzen einer Anwendung legen.“

In der Pflicht sieht er aber die Verbraucher. „Man muss sich offen und aufgeschlossen gegenüber neuen Technologien zeigen und akzeptieren, dass man gewisse Daten über sich damit preisgibt. In Skandinavien sehen wir erste Konzepte, die das Einsetzen eines NFC-fähigen Chips unter die Haut vorsehen – und diese werden dort angenommen. In Deutschland ist das undenkbar.“ Die Bezahlungsfunktion muss „smooth“ und „seamless“ sein, formuliert es Michael Seifert, Managing Director der Netcetera GmbH. Der Kunde sollte sich weder bei der Registrierung, noch beim eigentlichen Einkauf gestört fühlen. Außerdem müsse sie dem Anwendungsfall angepasst sein. „Das Hauptaugenmerk sollte bei IoT darauf gelegt werden, den Nutzer und seine Bedürfnisse und Emotionen in den Mittelpunkt zu stellen. Dem Bezahlen kommt dann eine Hygienierolle zu. Sie ist wichtig, steht aber nicht im Mittelpunkt.“



BEZAHLEN PER FANTRIKOT

BEZAHLFUNKTION ALS HYGIENEFAKTOR

So ist für Ralf Linden folgendes Szenario möglich: Die Waschmaschine stellt einen Defekt fest und fragt den Besitzer auf seinem Smartphone, ob ein Techniker beauftragt werden soll. Nach Freigabe beauftragt die Waschmaschine einen zuvor bestimmten Handwerker. Der Termin findet sich automatisch durch Abgleich mit dem Kalender des Besitzers. Der Techniker kommt, führt die Reparatur durch. Die Zahlung wird unmittelbar als P2P-Zahlung in Echtzeit vom Konto des Eigentümers ausgeführt. Linden: „Entscheidend für die Akzeptanz solcher Lösungen ist, dass beim Thema Zahlung auch Bezahlmethoden zur Verfügung stehen, die dem Komfort- und Sicherheitsbedürfnis des Verbrauchers entgegenkommen, etwa die Lastschrift, oder die Zahlung per Rechnung. Der Kunde muss stets die Hoheit über seine Finanzen behalten.“

AUCH GAFA BRAUCHEN PARTNER

In Sachen Akzeptanz kommt Firmen mit der größten Erreichbarkeit von Kunden auch die größte Bedeutung zu, sagt Michael Seifert überzeugt. „Google und Amazon sind und bleiben das Maß aller Dinge in diesem Umfeld, wenn es um verbrauchsorientierte Güter und verhaltensorientierte Daten geht. Sie sind in der Regel auch das ‚Face to the Customer‘ und ihnen wird Vertrauen geschenkt.“

Dabei zeige sich gerade in jüngster Vergangenheit, dass auch diese Megaunter-

nehmen vermehrt Kollaborationen eingehen müssen, um weiterhin zu skalieren und erfolgreich zu sein. Seifert: „Google und Amazon, um beim Beispiel zu bleiben, machen ja selbst keine Bezahlungsfunktionen, führen keine Bezahlkonten und haben keine Infrastruktur für das Settlement. Hierfür gehen sie Partnerschaften mit den globalen Bezahlnetzwerken ein. Ein schönes Beispiel ist Uber, die auf der Money 20/20 in Partnerschaft mit Barclays ein eigenes Zahlungsprodukt angekündigt hat. Dahinter steht aber eine Visa-Karte und das Visa-Tokensystem.“

BENZIN, PARKTICKETS UND GESCHIRRSPÜLERTABS

Seifert fordert mehr Aufklärung, um vielen die Angst vor der totalen Vernetzung und der vollkommenen Transparenz zu nehmen. „Will ich das vernetzte Zuhause und alle seine Vorteile oder lebe ich weiter wie bisher? Die Konzepte und Visionen sind bislang oft noch viel zu negativ belegt. Einstellungen zu verändern kommt deshalb die größte Bedeutung zu, um den ‚Next Step‘ vorzubereiten.“ Beispiele aus der jüngsten Vergangenheit – Touch-ID, Facebook, Alexa – zeigen jedoch: Kümmere ich mich um ein emotionales Kundenbedürfnis auf höchst einfache Art, dann treten tradierte Vorbehalte schnell in den Hintergrund. Und dies sind laut Seifert genau die nächsten To-dos: „IoT-Anwendungen liefern, die dem Nutzer Nutzen bringen. Das Bezahlen ist dann eine Komponente davon.“

IoT-Anwendungen mit dem größten Potenzial, Akzeptanz für integrierte Payment-Lösungen zu erzielen, finden sich im Mobility-Bereich. Autos, die ihre Benzinkosten direkt an der Tankstelle bezahlen (s. u.) und die Schranke im Parkhaus durch automatische Zahlung selbsttätig öffnen, sind schon Realität. „Für diese Anwendung sehen wir eine große Akzeptanz beim Nutzer. Den berühmten selbst nachbestellenden Kühlschrank mit einer Zahlungsoption zu versehen, wäre kein Problem – die Schwierigkeit liegt hier eher darin, dass der Mensch noch nicht bereit ist, diese Autonomie zu übertragen. Güter, die weniger emotionsbehaftet

sind als Lebensmittel, beispielsweise Waschmittel oder Geschirrspülertabs, könnten mit Unterstützung der Hersteller schon bald selbstständig bestellt – und dann auch bezahlt werden“, so Brandt.

Im Bereich des individuellen Transports liegen nach Einschätzung von Mirko Hüllemann die größten Chancen. „Carsharing-Konzepte mit integriertem Payment je nach Anzahl gefahrener Kilometer sind Trend, ebenso wie intelligente Navigation zu freien Parkplätzen und gleichzeitige Bezahlung der Parkgebühr. Es sind auch andere Konzepte denkbar: Intelligente Zapfsäulen, die das Fahrzeug erkennen und die Spritkosten

derzeit im Rahmen der PSD2 diskutiert werden. Diese könnten den automatisierten Paymentprozessen einen Strich durch die Rechnung machen.“ Mit der neuen Payment Service Directive 2 (PSD2) der EU, die im Januar 2018 in Kraft tritt, wird bei Zahlungen eine Zwei-Faktoren-Authentifizierung nötig, um das Betrugsrisiko zu minimieren: Neben Passwörtern, Kreditkartennummern oder PINs und TANs wird ein zweiter Identifikationsweg Pflicht.

FUNKTIONEN „HINZUBUCHEN“

„Bezahlen im IoT wird sich überall dort abspielen, wo es zum Ersetzen, Kontrollieren, Messen, Nachkaufen und Bestellen von verbrauchsorientierten Gütern und Waren kommt“, fasst Michael Seifert zusammen. Die Einsatzgebiete werden also elektronische Geräte im Haushalt, aber auch Haushaltsgüter des täglichen Bedarfs sein.

Ob es denn wirklich der selbstbestellende und selbstzahlende Kühlschrank sein werde, sei dahingestellt. Seifert: „Stromverbrauch steuern und bezahlen, Wartung von Geräten durch zu bezahlende Updates, infrastrukturelle Themen, wie das selbstfahrende Auto oder die automatisierte Tankstelle und das ‚intelligente‘ Fahrzeug sind sehr wahrscheinlich Teil davon.“

Seifert kann sich auch den Zukauf von notwendigen Zusatzfunktionen vorstellen: „Das erleichtert der Industrie die Fertigung und schafft Potenzial für viel Zusatznutzen und Zusatzumsatz.“ Zudem könnte es den Verbraucher freuen, nicht beim Kauf schon entscheiden zu müssen, was das Gerät, die Maschine oder das Fahrzeug können soll, wenn er diese Möglichkeiten nachträglich buchen kann.

Interessant seien auch aggregierte IoT-Dienstleistungen, die mit einer Gebühr bezahlt werden, diese Gebühr dann aber zielgenau auf jede Unterdienstleistung verteilt wird. Ein Beispiel wurde kürzlich auf



IN-CAR-PAYMENT

Jaguar-Fahrer können den Touchscreen ihres Autos nutzen, um Kraftstoff zu bezahlen. Über eine von Shell entwickelte App können sie an einer Shell-Tankstelle (bisher nur in Großbritannien) an eine beliebige Säule fahren und über den Touchscreen des Fahrzeugs auswählen, wie viel Kraftstoff sie benötigen. Abgebucht wird über Paypal und Apple Pay. Auf dem Touchscreen wird eine elektronische Quittung angezeigt. Diese wird an die E-Mail-Adresse des Fahrers gesendet und kann zum Beispiel der Buchhaltungs- oder Spesen-Software hinzugefügt werden. Die App ist auch in Deutschland verfügbar. An Shell-Tankstellen in Hamburg und Berlin soll mit Smartphone bezahlt werden. In-Car-Payment steht allerdings nicht zur Verfügung.

direkt über das Fahrzeug abrechnen.“ Das Internet of Payment umspannt ein breites Feld von möglichen Geräten und zugehörigen Services, zählt Christian zu Hammel-Bonten auf: „Dazu gehören Brillen, Ringe, Auto, Smartwatches, Fitnessarmbänder, Bohrmaschinen, Trecker, Standheizungen, Kühlschränke, Waschmaschinen et cetera. Es ist heute nicht abschätzbar, welche dieser Geräte sich am schnellsten durchsetzen werden.“

Wirklich komplex werde es, wenn die Beträge höher werden. Hüllemann: „Wir sehen die Regelungen und Ausnahmen, die

ZAHLEN, BITTE!



Mastercard hat das Interesse der Konsumenten an innovativen Zahlungstechnologien anhand von Diskussionen in Social Media ausgewertet. Das Ergebnis: Insgesamt waren die Konsumenten vor allem offen für Technologien, die Einkäufe schneller, einfacher und sicherer gestalten. In Wearables und Dingen mit integrierter Bezahlungsfunktion (Internet of Things) sehen die Verbraucher das meiste Potenzial

der Messe für Zahlungsverkehr, der „Money 20/20“, von Toyota vorgestellt: Ein Autobesitzer vermietet sein Auto. Der Nutzer bezahlt dafür eine Gebühr, die dann automatisch auf den Besitzer, die Versicherung, das Straßenverkehrsamt und zum Beispiel auf die Maut aufgeteilt und so weiterbezahlt wird.

„PARALLELGESELLSCHAFT“ VON INTELLIGENTEN UND DUMMEN GERÄTEN

Uns steht aber noch eine lange Übergangsphase bevor. Produktentwicklungszyklen, Produkteinführung, Vermarktung, Erklärung und Einführung und der schrittweise und flächendeckende Ersatz von bestehenden Endgeräten werde bei einer globalen Sichtweise sehr lange in Anspruch nehmen. Vieles werde sich konzentriert in Ballungsräumen und wirtschaftlich stärker aufgestellten Ländern vollziehen, schätzt Seifert. „Auch wenn die Sogwirkung durch die globale Vernetzung und die sozialen Medien nicht zu verachten ist, werden wir noch viele Jahre eine eher inhomogene Landschaft von intelligenten und dummen Endgeräten parallel existent sehen.“ ■

KAUFT SIE ODER KAUFEN SIE NICHT?

Der Moment, der über Ihren Umsatz entscheidet ...

... erleichtern Sie ihr die Entscheidung!

Nutzen Sie die Kauflaune Ihrer Kunden und verringern Sie signifikant die Zahl der Kaufabbrüche beim Checkout – indem Sie die beliebtesten Zahlungsarten anbieten: **Den Kauf auf Rechnung, Rate und Lastschrift.** Dank 100%-iger Zahlungsgarantie von FlexiPay® völlig risikolos für Sie – damit die Rechnung aufgeht!



UNIVERSUM
GROUP