

## MOBILFUNK

# Mobiles Bezahlen kommt nur im Kriechgang voran

Von Frank Erdle | 23. Mai 2014 | Ausgabe 21

Traute Einigkeit auf dem Fachkongress MCTA in der vergangenen Woche: Die Geldbörse im Smartphone-Format wird sich durchsetzen – aber niemand wagt eine klare Ansage, wann und wie. Daher kommt die Aufforderung eines Brancheninsiders noch nicht zu spät: "Deutsche Ingenieure sollten Konzernen wie Apple, Google oder Ebay mit Paypal die Stirn bieten und eigene Konzepte entwickeln!"

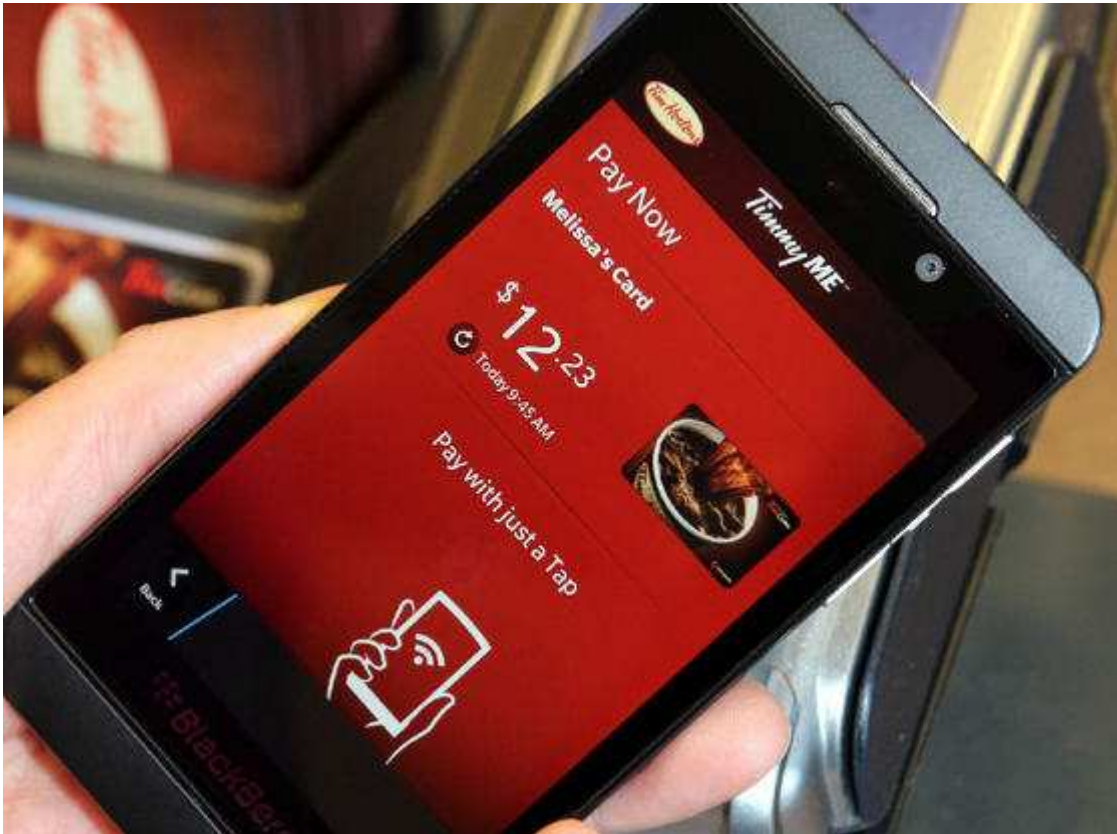


Foto: Tim Hortons

Geldbörse im Handy: Bei der kanadischen Kaffeehauskette Tim Hortons können die Kunden bereits mit ihrem Handy die Bestellung bezahlen.

"Leder war gestern – MyWallet macht das Smartphone zur Brieftasche", jubelte die Telekom Anfang Mai in einer bundesweit verschickten Pressemitteilung. Ähnlich euphorisch ging der Text über die Applikation weiter, die für 18 Smartphones zu haben sei, die NFC (Near Field Communication) beherrschen: "Mit dem Start von MyWallet legt die Telekom einen wichtigen Grundstein im vielversprechenden Bezahlmarkt." Ganz sicher scheint sich der Rosa Riese hinsichtlich der Attraktivität des Dienstes aber nicht zu sein: "Kunden, die sich jetzt für das mobile Bezahlen entscheiden", verspricht das Unternehmen bis zu 40 € Startguthaben.

### Host Card Emulation als Hoffnungsschimmer

- Die Hoffnung vieler prominenter Player im Mobile-Payment-Markt besteht aus drei Buchstaben: HCE. Diese Host Card Emulation soll sichere, auf der bewährten Near Field Communication (NFC) basierende Zahlungen mit dem Smartphone ermöglichen, ohne dass ein physisches Sicherheitselement (z. B. eine Chipkarte) im Mobilgerät vorhanden sein muss.

- Alle Daten, die während einer Transaktion erzeugt werden, laufen bei HCE über die Cloud.

- Zur Verschlüsselung wird für jede Transaktion ein einmaliger Token emuliert. Dieser ersetzt die ursprünglichen Chipkartendaten, die in einer sicheren Serverumgebung gespeichert sind.

- HCE ist Standard bei allen neuen Android-Smartphones ab der Version 4.4 („Kitkat“). Eine Kombination mit anderen Diensten ist möglich, zum Beispiel mit Loyalty- oder Couponing-Services.

- Änderungen in der Autorisierungsumgebung der Banken sind für die Cloud-Lösung ebenso wenig erforderlich wie an den NFC-tauglichen PoS-Terminals im Handel.

- Zu den ersten HCE-Anbietern in Deutschland zählt die Firma Wirecard aus dem bayerischen Aschheim. In anderen Ländern ist die Technologie bereits im Einsatz, zum Beispiel bei der kanadischen Kaffeehauskette Tim Hortons. fe

Nur einen Tag später konterte die Konkurrenz aus Düsseldorf mit einer neuen Funktion ihrer "Vodafone Wallet", die sich jetzt auch als digitale Börse "für über 370 Kunden-, Bonus- und Treuekarten" eigne: "Das schafft Platz im Portemonnaie."

Experten wie Jochen Siegert, Head of Payment beim Browserspiel-Marktführer Bigpoint und zuvor EMEA-Director Strategy & Business Development von Paypal, können sich über die gespielte Euphorie der Telekommunikationsunternehmen nur wundern. "Allein in Deutschland sind 28 Anbieter im mobilen Payment-Markt aktiv, die sich kaum voneinander unterscheiden und gegenseitig blockieren", erklärte Siegert auf dem Kongress MCTA (Mobile Commerce – Technologien, Märkte, Anwendungen), der letzte Woche in Frankfurt stattfand. "Alle versprechen, dass man mit ihrer Lösung einfach und sicher bezahlen kann, und jeder glaubt, dass er sich auf eine starke Kundenbeziehung stützen kann. Doch der Bezahlvorgang muss so einfach ablaufen, dass er für den Kunden nicht spürbar ist."

Davon sind die aktuell im Handel verfügbaren Verfahren – ob per NFC wie bei Aral und Kaufhof oder QR-Code wie beim Cross-Channel-Payment-Dienstleister Yapital (Otto-Versand, Sport-Scheck, Görtz) – meilenweit entfernt. Deshalb glaubt Siegert, dass in zwei Jahren mindestens 20 der derzeitigen Anbieter verschwunden sein werden: "Im M-Payment wiederholen sich eins zu eins die Entwicklungen der Dotcom-Blase vor 15 Jahren."

Dabei gibt es im Markt durchaus vielversprechende Ansätze, wie der Vortrag von Raymond Custers, Senior Product Manager M-Commerce bei der niederländischen Rabobank, auf der MCTA bewies.

"Die Rolle der Banken verändert sich", konstatierte Custers auf dem Podium. "Wir müssen uns aus unserer starren Haltung lösen und das Leben unserer Kunden angenehmer gestalten." Die Rabobank geht schon mal mit gutem Beispiel voran: Mit ihrer MyOrder-App kann man nicht nur komfortabel per Smartphone in rund 11 000 Tankstellen, Läden oder Lokalen bestellen und bezahlen, sondern auch personalisierte Angebote aufs Display bekommen – beispielsweise einen Rabatt für ein Menü nach dem Kinobesuch. So entsteht ein wirtschaftliches Ökosystem, das dem Nutzer einen erkennbaren Mehrwert bietet, wenn er die App einsetzt.

Als Silberstreif am Horizont gilt auch die auf der Veranstaltung vorgestellte Host Card Emulation (HCE, s. Kasten). Allerdings schließt die Technik, die auf dem Nahfeldfunk NFC basiert, kurzerhand einige gewichtige Mitspieler im Markt der mobilen Bezahldienste aus: die Mobilfunkbetreiber.

Die neue Softwarelösung, die Google bereits in seine aktuelle Android-Version 4.4 implementiert hat, kommt ohne Trusted Service Management auf der SIM-Karte aus. Kein Wunder, dass sich Finanzdienstleister wie Mastercard oder Visa auf HCE stürzen.

Doch die Euphorie könnte schnell wieder abebben: Der Endkunde hat davon wenig, weil sich der Bezahlvorgang nicht von den bekannten Nahfunkszenarien unterscheidet. Dass lediglich etwa 20 % der großen Einzelhändler in Deutschland in diesem Jahr ein kontaktloses Handybezahlverfahren anbieten wollen (Quelle: EHI Retail Institute), ist angesichts der ungeklärten Hoheitsrechte über die Smartphone-Brieftasche keine Überraschung.

Privatdozent Key Pousttchi, der auf der MCTA eine neue M-Payment-Studie seiner Forschungsgruppe "wi-mobile" an der Universität Augsburg präsentierte, fasst die derzeitige Verunsicherung folgendermaßen zusammen: "Mobile Payment kommt so sicher wie das Amen in der Kirche. Und es wird eine massive Verschiebung der Marktmacht nach sich ziehen – mit erheblichen Folgen für den Handel und die Banken." Noch sei der Kampf um das beste System aber keineswegs verloren: "Deutsche Ingenieure sollten Konzernen wie Apple, Google oder Ebay mit Paypal die Stirn bieten und eigene Konzepte entwickeln!"

Zumal neuerdings auch biometrische Authentifizierungsverfahren und neue Gerätegattungen wie Wearables (Smart-Uhren etc.) in der Diskussion auftauchen. "Im Vergleich zu anderen Authentifikationsmechanismen hat der eigene Fingerabdruck aber auch Nachteile, falls er als alleiniges Sicherheitsmerkmal verwendet wird und auf irgendeine Weise elektronisch kopiert oder entwendet werden könnte", meint Danny Fundinger, Managing Consultant Mobile Payment and Mobile Wallets, bei IBM Global Business Services. Die Biometrie könnte freilich auch aus einem anderen Grund weniger geeignet für mobile Bezahlverfahren sein: Bei einem Überfall gibt man sicher lieber sein Handy her als einen Finger. FRANK ERDLE