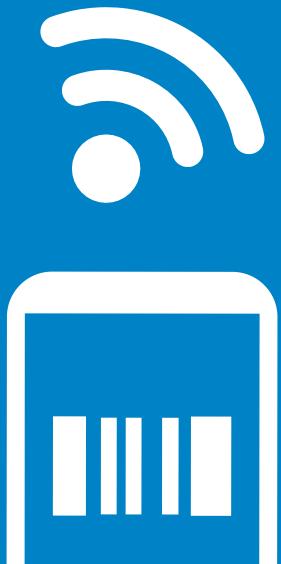
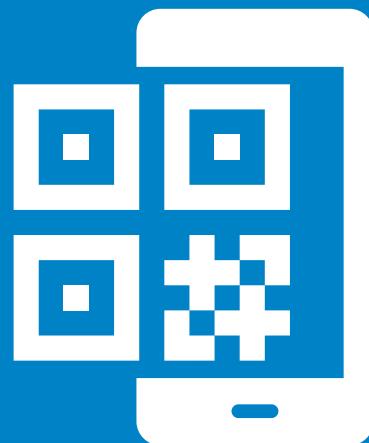


EHI-LEITFADEN

Mobile Payment im Handel 2020

Orientierungshilfe für die Akzeptanz von Mobile Payment
bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)

EHI



Die Erstellung des Leitfadens erfolgte mit freundlicher Unterstützung von



und den weiteren Partnern der EHI Mobile-Payment-Initiative



1. EINLEITUNG	4
1.1 Wer sollte diesen Leitfaden lesen?	5
1.2 Was versteht man unter Mobile Payment?	5
1.3 Vorteile von Mobile Payment für Händler	6
2. GRUNDLAGEN	7
Grundlagen für Mobile Payment im Handel	7
3. TECHNIK AM POINT OF SALE	9
3.1 Wie funktioniert die Kontaktlos-Technologie (NFC)?	9
3.2 Wie funktionieren QR- und Barcode-Scanner?	10
4. MOBILE-PAYMENT-APPS	11
4.1 Digitale Geldbörsen (Wallets)	12
4.2 Banking- oder Digital Apps	12
4.3 Händler-Apps	12
4.4 Closed-Loop-Systeme	13
4.5 Open-Loop-Systeme	13
4.6 Chinesische Bezahlsysteme Alipay und WeChat Pay	13
4.7 Kosten für den Händler	14
5. MITARBEITENDE INS BOOT HOLEN	15
5.1 Mitarbeiter*innenschulung	15
5.2 Mitarbeiter*innen-FAQs	16
5.3 Mobile-Payment-Schnell-Check für Händler	18
6. VERZEICHNISSE	20
Ansprechpartner der EHI Mobile-Payment-Initiative	20
Glossar	22
Impressum	23



1. Einleitung

In 2018 wurde das erste Mal weniger als die Hälfte des Umsatzes im deutschen Einzelhandel mit Bargeld beglichen. Der Markt für unbares Bezahlen hat sich entsprechend positiv entwickelt und in 2019 wurden 225 Mrd. Euro per Karte umgesetzt. Seit rund zwei Jahren gibt es eine starke Zunahme an kontaktlosem Bezahlen mit Karte – das eine Vorstufe des mobilen Bezahls darstellt. Es ist anzunehmen, dass die Corona-Pandemie den vorher feststellbaren Trend zum kontaktlosen (und mobilen) Bezahlen in 2020 nochmal deutlich beschleunigen wird.

Beim mobilen Bezahlen mit dem Smartphone sind Zahlungsdetails dabei im Smartphone hinterlegt und Kund*innen brauchen weder Geldbörse noch Brieftasche zum Einkaufen. Hier gibt es Mobile-Payment-Apps, die entweder über die Kontaktlos-Technologie (NFC) oder einen QR- oder Barcode funktionieren.

Die historisch älteste Mobilbezahllösung im deutschen Einzelhandel, das Bezahlen mit der App des Lebensmitteldiscounters Netto, basiert auf der Generierung eines Zahrencodes im Smartphone, der dann vom Kassenpersonal über die Kassentastatur eingegeben wird. Der Automatismus beim Bezahlen ist aber erst mit QR- oder Barcode möglich, wie bei den Mobilbezahllösungen von PAYBACK und Blue-

code oder auch bei den chinesischen Bezahlvarianten Alipay und WeChat Pay.

Die Mobile Payment Wallets von Google Pay, Apple Pay oder auch die Bezahlmöglichkeiten über die Apps der Banken und Sparkassen funktionieren über die Nahfeldtechnologie (NFC). Der Kunde kann systemabhängig zwischen verschiedenen Karten und Systemen auswählen, die dann beim mobilen Bezahlen als Bezahlart für die Abrechnung genutzt werden. Stand heute ist, dass im Falle der kreditwirtschaftlichen Bezahl-Apps die digitale girocard oder Kreditkarte, bei Google Pay verschiedene Kreditkarten oder auch die Online-Bezahlart PayPal hinterlegt werden können. Auch die chinesischen Bezahlverfahren Alipay, WeChat Pay und UnionPay spielen eine zunehmend wichtige Rolle, um z.B. chinesischen Tourist*innen das Shopping zu erleichtern.

Eine Vielzahl an Mobile-Payment-Apps sind auf dem deutschen Markt und es werden von den Kund*innen unterschiedliche Verfahren genutzt. Um der Kundschaft ein optimales Einkaufserlebnis am Point of Sale zu ermöglichen und den Bezahlprozess so einfach wie möglich zu gestalten, ist es für Händler von großer Bedeutung, ihren Kund*innen die richtigen Zahlungsarten anzubieten.



Dieser Leitfaden soll Händlern folgende Fragen beantworten:

- Was versteht man unter Mobile Payment?
- Welche Vorteile hat Mobile Payment für den Handel?
- Welche technischen und kaufmännischen Voraussetzungen sind im Handel notwendig, damit Händler ihren Kund*innen Mobile Payment anbieten können?
- Mit welchen Mobile-Payment-Apps kann man in Deutschland im Handel bezahlen?
- Mit welchen Fragestellungen wird das Kassenpersonal am Point of Sale konfrontiert?

1.1 Wer sollte diesen Leitfaden lesen?

Der vorliegende Leitfaden richtet sich an deutsche Händler, die ihren Kund*innen mobile Bezahlverfahren am Point of Sale (POS) anbieten möchten.

Im Rahmen der EHI Mobile-Payment-Initiative wurde im Januar 2019 eine Händlerbefragung durchgeführt, bei der 18 Expert*innen aus den Bereichen IT und Finanzen der großen deutschen Handelsunternehmen (Umsatz von 92,4 Mrd. Euro, Stand 2017) Fragen zum Thema Mobile Payment beantworteten (EHI Mobile-Payment-Initiative 2019, Händlerbefragung). Die Fragen drehten sich um den aktuellen Status quo sowie um technische Voraussetzungen, Herausforderungen und Mehrwerte des mobilen Bezahlens mit dem Smartphone.

Ein wichtiges Ergebnis der Befragung war, dass sich die großen Handelsunternehmen bereits sehr gut mit dem Thema Mobile Payment auskennen, da sich bei ihnen ganze Abteilungen mit dem Thema Payment beschäftigen. Ein größerer Aufklärungsbedarf besteht dagegen bei den kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland, da hier oft das fachspezifische Know-how fehlt (EHI Mobile-Payment-Initiative 2019, Händlerbefragung). Aus diesem Grund wurde der vorliegende Leitfaden speziell für die **kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)**s aus dem Handel verfasst.

1.2 Was versteht man unter Mobile Payment?

In diesem Leitfaden wird der Begriff **Mobile Payment** als „Bezahlen mit dem Smartphone am Point of Sale“ definiert. Das mobile Bezahlen mit dem Smartphone funktioniert entweder über die Kontaktlos-Technologie (NFC) oder einen QR- oder Barcode. Es gibt verschiedene mobile Bezahlverfahren mit dem Smartphone, die unter dem Begriff „Mobile-Payment-Apps“ zusammengefasst werden. Mobile-Payment-Apps der Banken werden in diesem Leitfaden als „Banking-Apps“ definiert. Mobile-Payment-Apps, die von Handelsunternehmen entwickelt wurden, werden in diesem Leitfaden „Händler-Apps“ genannt. Mobile-Payment-Apps

der amerikanischen Technologieunternehmen Google und Apple werden als „Wallets“ (digitale Geldbörsen) bezeichnet. Die Lösungen von PAYBACK PAY gilt als „Closed-Loop-Systeme“ und Bluecode wird als „Open-Loop-System“ benannt. Alipay und WeChat Pay gehören zu den Mobile-Payment-Apps, die von chinesischen Kund*innen verwendet werden.

Es besteht auch die Möglichkeit, Mobile-Payment-Apps in Onlineshops einzubinden. Das Thema Mobile Payment im E-Commerce wird in diesem Leitfaden allerdings nicht näher erläutert.



4. Mobile-Payment-Apps

Es gibt verschiedene Mobile-Payment-Apps. Man kann die verfügbaren Bezahl-Apps in sechs unterschiedliche Gruppen einteilen:

1. Digitale Geldbörsen (Wallets) wie z.B. Apple Pay und Google Pay
2. Banking-Apps der Banken und Sparkassen
3. Händler-Apps wie z.B. Netto App, Edeka App und Lidl Pay
4. Closed-Loop-Systeme wie z.B. von PAYBACK
5. Open-Loop-Systeme wie z.B. von Bluecode
6. Chinesische Bezahlverfahren wie Alipay und WeChat Pay

Aufgrund der vielfältigen Lösungen, die sich auf dem Markt befinden, kann dieser Leitfaden nur einen Auszug an Lösungen näher beschreiben. Falls Sie Fragen zu bestimmten Lösungen haben, wenden Sie sich gerne an das EHI Retail Institute oder direkt an die Ansprechpartner der Initiative.

Info: Eine Liste der Initiativ-Ansprechpartner befindet sich auf Seite





VERLAG

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

HERAUSGEBER

EHI Retail Institute e. V.

GESCHÄFTSFÜHRUNG EHI RETAIL INSTITUTE

Michael Gerling

AUTOREN*INNEN

Stefan Schulte-Derne, CGI
Caroline Coelsch, EHI Retail Institute,

LAYOUT

EHI Retail Institute GmbH

COPYRIGHT© 2020

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig begangen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

BESTELLMÖGLICHKEITEN

Tel. +49 221 57993-64
vertrieb@ehi.org
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-534-0

PREIS: 39,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

IHRE ANSPRECHPARTNER*INNEN ZUM THEMA MOBILE PAYMENT



Stefan Schulte-Derne,
Senior Consultant Financial Services
CGI Deutschland
Tel. +49 211 5355 0
stefan.schulte-derne@cgi.com



Caroline Coelsch
Projektleiterin
Online- und Mobile-Payment
EHI Retail Institute
Tel. +49 221 57993-996
coelsch@ehi.org