

Zahlen per Fingerabdruck – Konkurrenz für die Karte?

Von Ulrich M. Kipper



Während sich das unbare Zahlen per Mobiltelefon an den Kassen des Einzelhandels bisher kaum durchsetzen konnte, scheint eine andere Alternative zu Bargeld und Karte langsam, aber sicher an Bedeutung zu gewinnen: Das Zahlen per Fingerabdruck. Eine Konkurrenz für die Karte ist das Verfahren nur bedingt – schon der erforderlichen Registrierung wegen. Genutzt wird es gleichwohl bevorzugt von Kartenzahlern. Und auch die Vorteile für den Einzelhandel – geringere Bargeldkosten und höhere Durchschnittsumsätze – decken sich mit denen der Karte. Zunächst als Zahlungsmedium eingeführt, kommt zunehmend die Funktion einer Kundenkarte hinzu. Red.

Wenn in der Vergangenheit von unbarer Zahlung gesprochen wurde, war damit eine Zahlung mit Kredit- oder ec-Karte gemeint. Inzwischen ist ein neues Verfahren dazu gekommen: Digiproof – die Zahlung mit der Fingerspitze. Das System, das prototypisch erstmals im Jahr 2004 in der Praxis eingesetzt wurde, hat in Bezug auf technische Reife und Akzeptanz beim Publikum seine Feuerprobe bestanden.

Seit Anfang 2006 beschleunigt sich die Verbreitung, und derzeit werden etwa zwei bis drei Systeme pro Woche neu installiert.

Aktuell sind etwa 550 produktive Systeme, die sowohl im Einzelplatzbetrieb „Stand-alone“ als auch im Verbund, mit einer gemeinsamen Datenbasis, laufen.

Zahlungsfähigkeit ohne Karte und Bargeld

Was macht ein System, das nach wie vor futuristisch anmutet und das noch immer für Medienaufmerksamkeit sorgt, sowohl für den Handel als auch den Anwender attraktiv? Nun, die Gründe sind vielfältig.

Aus der Sicht des Konsumenten steht zweifellos auf der einen Seite der damit verbundene Komfort und auf der anderen Seite die Vermeidung von Peinlichkeiten im Vordergrund.

Die unangenehme Situation an der Kasse ist hinlänglich bekannt: falsch eingegebene oder vergessene PINs führen zu Wartezeiten und provozieren den Unmut der Nachstehenden.

Auch das Auffinden und Abzählen von Kleingeld macht Mühe und verlängert den Zahlungsprozess zulasten der Nachfolgenden.

Zum Autor

Ulrich M. Kipper ist Geschäftsführer der it-werke Technology GmbH, Lahr.

Dazu kommt, dass vielfach auch in Bezug auf die Geldbörse eine latente Verlastung besteht.

All diese Faktoren werden durch Digiproof gemindert und ins Positive gewendet. Die Zahlungsfähigkeit ist auch ohne Karte und Bargeld gegeben und der Konsument erhält die Botschaft: „Du bist unser Premium-Kunde und bekommst deshalb maximalen Service“.

Höhere Durchschnittsumsätze

Der Personenkreis, der Digiproof nutzt, honoriert dies.



Märkte aus dem Bereich Bekleidung/Mode haben vier Monate nach Start über 3 000 registrierte Kunden, mit denen sie im Durchschnitt pro Monat etwa 280 Euro umsetzen.

Im Lebensmittelbereich liegt die Warenkorbgröße eines Digiproof-Kunden mit

mehr als 35 Euro bei mehr als dem Doppelten eines normalen Durchschnittseinkaufs.

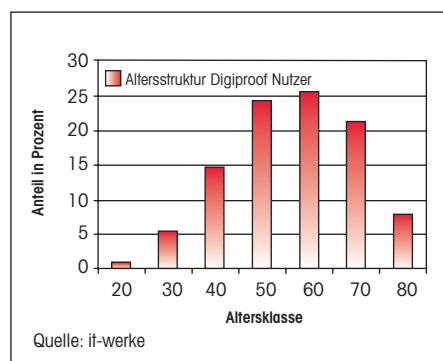
Geringere Bargeldkosten

Der Handel steht dem System daher fast zwangsläufig positiv gegenüber. Für ihn entstehen, über den größeren Umsatz hinaus, aber noch weitere Vorteile.

■ Digiproof bewirkt eine Reduzierung der Bargeldtransaktionen und senkt so die mit der Geld Ver- und Entsorgung verbundenen Kosten.

Altersverteilung Digiproof-Nutzer

am Beispiel Modehaus Wagener, Baden-Baden



■ Dass mit einem geringeren Bargeldbestand im Laden auch das Diebstahlrisiko abnimmt, ist ein weiterer Aspekt, der vom Handel kalkulatorisch berücksichtigt wird.

Vorzugsweise von Kartenzahlern genutzt

Kartenzahler wechseln in noch größerem Umfang als Barzahler zu Digiproof. Im Lebensmittelbereich werden derzeit in Märkten, die das System einsetzen, bei einem Anteil von 30 Prozent unbaren Zahlungen, nach zwölf Monaten, über 20 Prozent per Digiproof abgerechnet.

Nach zwei Jahren Erfahrung mit dem System gibt es auch ein klares Bild der Nutzer. Sie sind zu 70 Prozent älter als 35

Jahre, und Kunden über 70 sind keine Seltenheit.

Der Handel erschließt sich daher mittels Digiproof eine Zielgruppe, die in aller Regel beruflich schon gefestigt ist, einer geringeren Dynamik unterliegt und die weit in den Bereich der Best- und Silver-agers hinein reicht.

Das Potenzial geht über die Vorteile, die mit der Zahlungsfunktion verbunden sind, weit hinaus. Das System kann, ohne Änderungen an der eigentlichen Technik, auch die Funktion einer Kundenkarte übernehmen.

Für den Handel ergeben sich daraus die Vorteile eines Kundenbindungsinstruments, das sowohl kostengünstiger als auch leichter zu platzieren ist als die bestehenden Lösungen.

Management beschädigter und verlorener Karten überflüssig

Die Kostenvorteile resultieren aus der Tatsache, dass kein Aufwand für die Erstellung und das Management beschädigter oder verlorener Karten entsteht. Die Leichtigkeit der Akzeptanz ist darin begründet, dass kein physischer Token, der als Belastung empfunden wird, mitgeführt werden muss. Egal ob Zahlung oder Kundenbindung oder beides, das Verfahren ist in Bezug auf die zugrunde liegenden Prozesse so gestaltet, dass auf Seiten des Handels bereits bestehende Verfahren, in Bezug auf Transaktionen und Abwicklung, nicht verändert werden müssen. Digiproof entspricht einer virtuellen Karte, die auf der Fingerspitze mitgeführt wird.

Das System ist daher leicht zu akzeptieren, leicht zu integrieren und leicht zu handhaben. Zusammen mit den Effizienzgewinnen durch kürzere Kassendurchlaufzeiten und den Kostenvorteilen bei der Abwicklung, ist die zunehmend schnellere Verbreitung in allen Nutzungsvarianten nicht überraschend. ■■■■