

Banca Mediolanum testet die neue Grenze von mobilen Bezahlmethoden: zum Zahlen reicht das Handy

Vom Geldschein zum Smartphone

Das neue Zahlungssystem, das derzeit erprobt wird, kann Bargeld und herkömmliche Kreditkarten ersetzen. Immer praktischere und innovativere Dienste für die Kundschaft

Einkäufe und Ausgaben mit einem einfachen „Bip“ des Handys zu zahlen ist nicht mehr Science Fiction – es ist schon Wirklichkeit. Das Handy kann Bargeld, Kleingeld, Kreditkarten ersetzen. Wir können auch die Brieftasche zuhause lassen. Die Erprobung des neuen Bezahlmethodens, entwickelt von Banca Mediolanum in Zusammenarbeit mit CartaSi, Vodafone, Sia und MasterCard, war von Erfolg gekrönt. „Mit dem Bezahlmethodens geht alles ganz schnell, ohne einen Euro in die Hand zu nehmen, ohne Kleingeld, Scheckkarte oder herkömmliche Kreditkarten“, sagt Massimo Doris, geschäftsführendes Vorstandsmitglied und Generaldirektor von Banca Mediolanum: „im Smartphone ist unsere ganze Brieftasche, von den Kreditkarten bis zum Krankenversicherungsnachweis oder zu den Kundenkarten. Es wird zu unserer elektronischen und digitalen Brief-“

„Innovation, die viele alltäglichen Tätigkeiten vereinfachen und das Leben unserer Kunden praktischer gestalten und ihnen Zeit sparen wird. Und so geht es: Es genügt, ein Smartphone mit Technologie NFC (Near Field Communication), in das eine „virtuelle“ Kreditkarte geladen wurde, auf kurze Distanz zu einer Kasse mit einem entsprechenden Lesegerät (ein „berührungsloser“ POS) zu bringen, um die Zahlung sofort auszuführen. Für Beträge bis zu 25 Euro wird nicht einmal der persönliche PIN benötigt, so wird alles noch viel schneller. Das neue System ist seit einigen Wochen in der Versuchsphase bei Geschäften, Bars, Restaurants, Einkaufszentren und auch bereits dafür eingerichteten Taxis. Bis heute wurden 600 Vorgänge bei über 200 Geschäften und Gewerbetreibenden in Italien und im Ausland abgewickelt. Und nach jeder Transaktion hat jeder Nutzer immer über das Handy Kommentare geschickt, damit der Dienst noch verbessert werden kann; diese wurden in einer von GfK Eurisko vorgenommenen Analyse zusammengestellt. Die Ergebnisse dieses ersten Feldversuchs und die

möglichen Aussichten und Möglichkeiten wurden im Mediolanum Innovation Forum vorgestellt, das am 21. Mai in der Triennale in Mailand stattfand. Daran haben außer Massimo Doris der Marketingdirektor von Banca Mediolanum, Oscar di Montigny, und andere am Projekt beteiligte Manager teilgenommen: Gianluca De Cobelli, stellvertretender Generaldirektor von CartaSi, Paolo Battiston, Generaldirektor von MasterCard Italia, Nicola Cordone, stellvertretender Generaldirektor von Sia, Stefano Gastaut, Direktor mobile Verbraucher von Vodafone Italia. Es sprachen auch Fabrizio Forzezza, Direktor GfK Eurisko, sowie Carlo Alberto Carnevale Maffè, Professor für Strategie an der Wirtschaftsuniversität Bocconi. „Die Technologie für den Einsatz des Handys als Zahlungsmittel ist ausgereift, und diese Möglichkeiten können bedeutende Entwicklungen aufweisen“ erläutert Gianluca De Cobelli, stellvertretender Generaldirektor von CartaSi, „der Übergang von der Versuchsphase zur

kommerziellen Einführung auf breiter Ebene kann erfolgen, wenn diese Anwendungen in den Handys und den mit Endgeräten und POS ausgestatteten Geschäften ausreichend verbreitet sind“. <0> Derzeit sind in Italien ca. 30.000 Geschäftsbetreiber von insgesamt ca. 1.200.000 mit Kassen und POS, die bereits für berührungslose Transaktionen über Mobilfunk eingerichtet sind, ausgestattet. Marktschätzungen zufolge soll diese Zahl auf 150.000 Geschäftsbetreiber mit entsprechendem POS bis Ende 2013, und auf 300.000 bis Ende 2014 ansteigen. Dazu gehören viele große Geschäfte und die wichtigsten Verkaufsstellen, wie Einkaufszentren und Geschäfte in den Einkaufsstraßen der großen Städte. Aber wie dies bei der Einführung des Mobilfunks in Italien der Fall war, verbreitet sich die technologische Innovation blitzschnell, weshalb wir denken, dass im Jahre 2014 der Übergang von der Versuchsphase zur Entwicklung geht weiter. „Es ist kein

Zufall, dass Banca Mediolanum zwei Triebfedern hat“ unterstreicht Massimo Doris. „Die erste sind die Humanressourcen und unsere Family Banker, die die direkte und persönliche Beziehung mit jedem unserer Kunden gewährleisten. Dabei erhalten die Kunden jederzeit Unterstützung, vor allem bei den wichtigsten und komplexesten Entscheidungen und Bankgeschäften. Die zweite sind die innovativsten und zweckmäßigsten Technologien, welche die alltäglichen Vorgänge immer mehr beschleunigen und vereinfachen. Wie eben die Zahlungen für Einkäufe und Ausgaben, die Tag für Tag anfallen. Es ergibt sich also von selbst, dass Banca Mediolanum zu den ersten und großen italienischen Banken gehört, die auf die mobilen Bezahlmethodens setzt. Technologie und Innovation gehören seit jeher zum DNA unserer Bank. Alles ändert und entwickelt sich. Es ist von grundlegender Bedeutung, immer auf der Höhe der Zeit zu sein, und ihr oft voraus zu sein. Das ist Banca Mediolanum“.

„Auch so wächst die Community“



Oscar di Montigny

„Banca Mediolanum stützt sich auf vier Pfeiler für ihr tägliches Wachstum: Innovation, Technologie, Erfahrung, Community“. So beginnt Oscar di Montigny, Marketingdirektor, seinen Beitrag beim Mediolanum Innovation Forum. Innovation: alte Gewissheiten hinter sich lassen. „Wenn wir nicht bei unserer Arbeit auf jede Veränderung, auf jede neue Gelegenheit geachtet hätten, wenn wir uns hinter unseren althergebrachten Erfahrungen verschanzt und gesagt hätten „so machen wir es, weil wir das immer so gemacht haben“, wären wir heute nicht da, wo wir sind“ sagt di Montigny. Die Gelegenheit, die Neuheit, das Neue, die wie ein Zug auftauchen, von dem man nicht weiß, wann er kommt: wenn man nicht am Bahnhof steht, wird man ihn verpassen. „Nicht nur die Künstler warten, während sie arbeiten. Picasso sagte: „Wenn die Inspiration kommt, bin ich am Malen“. Das ist eine Erfahrung, die jeder von uns machen kann: Nur, wenn man methodisch arbeitet und jeden Tag seine Fühler ausstreckt, wenn wir dahin gehen, wo das Neue auftaucht, können wir unglaubliche Gelegenheiten beim Schopf packen. Und das haben wir immer getan. Das

machen wir auch heute mit NFC“. Technologie: „Diese wird heute für uns vom Mobilfunk dargestellt. Und von einem Wert, der den neuen Generationen angeboren ist: das Tempo. Wenn wir den PC einschalten, so fährt er fort, „wollen wir, dass er in 30 Sekunden im Internet ist, wenn wir unterwegs sind, wollen wir, dass uns der Navigator sofort sagt, wo wir fahren sollen. Wenn wir etwas bezahlen müssen, wollen wir höchstens ein paar Minuten verlieren“. Mit NFC genügen ein paar Sekunden. Eine Neuheit, ein Service, der perfekt zu Banca Mediolanum passt, deren Motto es immer war, den Kunden allmählich von langen Wartezeiten, Unannehmlichkeiten, Zeitverlusten zu befreien. Erfahrung: „Unsere Anstrengungen auf diesem Bereich suchen sondergleichen. Wir wollen, dass es für den Kunden immer eine positive Erfahrung ist, Beziehungen mit uns zu haben, uns zu kennen, unsere Dienste und unsere Produkte zu nutzen, dass er überrascht ist über die Güntigkeit, die Nützlichkeit, die Einfachheit, die Wirksamkeit, die Einmaligkeit, die Schnelligkeit“. Dank der erfolgreichen Organisation von Banca Mediolanum kann Effizienz mit Menschlichkeit gepaart werden. „Wir wollen keine kalte Technologie, die bei einigen Personen oder in einigen Situationen Misstrauen hervorruft oder abweisend wirken oder auf Gleichgültigkeit stoßen kann.“ Community: die Finanzen der Familie oder die persönlichen Finanzen, die Ersparnisse, ein Vermögen zu verwalten ist nie nur eine wirtschaftliche Tätigkeit. Es Dabei investiert man nicht nur Geld, sondern auch Gefühle, Empfindungen. „In diesem Bewusstsein ist Banca Mediolanum entstanden und gewachsen und hat immer das Ziel verfolgt, das zu vereinen, was anderswo stets Gegensätze waren: für uns sind Bank und Kunden eine gemeinsame Stärke“. Große und kleine Events, auf lokaler oder nationaler Ebene, die die Bank zu Hunderten jedes Jahr veranstaltet und die die Kunden mit einbeziehen, sollen diese Union, dieses Zugehörigkeitsgefühl verstärken. „Es reicht uns nicht, die Kosten zu senken oder auszuschalten, oder Dienste und Produkte zu optimieren. Wir wollen dem Kunden auch etwas Praktisches bieten, das der Zeit voraus ist, zum Beispiel, wie es unser Feldversuch mit NFC beweist.“



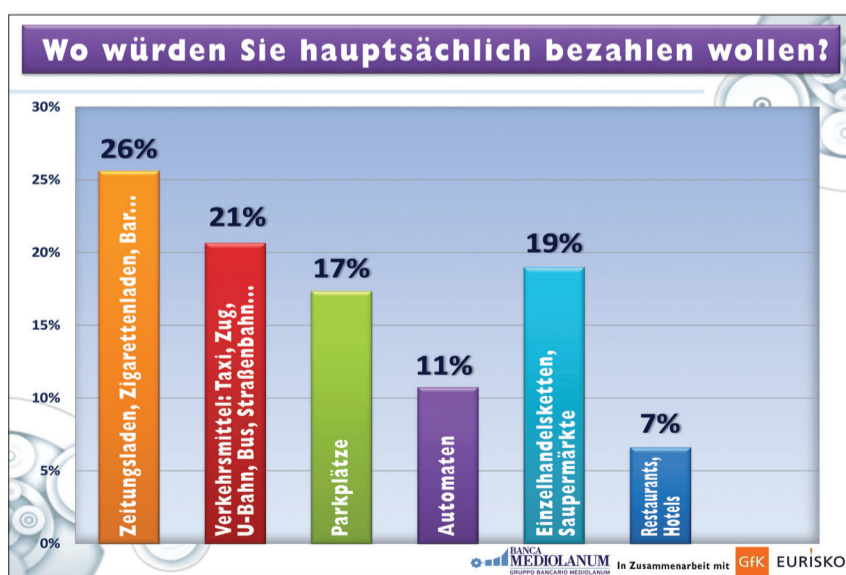
Loge und Parterre des Mediolanum Innovation Forum. Von links nach rechts: oben in der Mitte Massimo Doris, geschäftsführendes Vorstandsmitglied und Generaldirektor von Banca Mediolanum; daneben Gianluca De Cobelli, stellvertretender Generaldirektor von CartaSi; Ennio Doris, Präsident der Banca Mediolanum; von links Massimo Doris, Gianluca De Cobelli und Stefano Gastaut, Direktor Mobile Verbraucher von Vodafone Italia; im großen Foto links Paolo Battiston, Generaldirektor von MasterCard Italia, und Nicola Cordone, stellvertretender Generaldirektor von Sia.

„Sogar die Beziehung zwischen Händler und Kunde wird verbessert“

Antworten und Kommentare weisen darauf hin, dass NFC bis jetzt nicht erfasste alltägliche Bedürfnisse befriedigt

Über 800 Zahlungsvorgänge wurden im ersten Versuchmonat abgewickelt, davon ca. 600 erfolgreich. Beteiligt sind mehr als 200 Geschäfte, in der kleinen Stadt Basiglio, wo der Geschäftssitz des Bankkonzerns liegt, im Rest der Provinz und in der Provinzhauptstadt Mailand, aber auch hier und dort in Italien und im Ausland. Von diesem Feldversuch geht die Recherche aus, die Banca Mediolanum mit Eurisko durchgeführt hat, um die Möglichkeiten des Dienstes NFC zu durchleuchten. Aber Banca Mediolanum wollte auch wissen, wie jede einzelne Zahlung, jeder einzelne Fall, verlaufen war. Welches die Vorteile, die Empfindungen, die Erwartungen sind. Aber auch die Probleme und Schwierigkeiten. Erste Frage: Wie hoch ist Ihr Zufriedenheitsgrad? Positive Antwort in 95% der Fälle (mehr als zufrieden 73%, zufrieden 22%). Keiner der Befragten war „überhaupt nicht zufrieden“. Wären Sie interessiert, für diesen Dienst zu bezahlen, wenn er eingeführt würde? Niemand sagt nein, 9 Prozent schwanken zwischen ja und nein. Mehr als die Hälfte der Befragten erklären, dass sie bereit wären, eine Gebühr dafür zu zahlen. Sehr interessant ist die Aufzählung der Gelegenheiten, bei denen die Befragten diesen Dienst nutzen

möchten, was zeigt, dass NFC nicht einfach die aktualisierte Version der Kreditkarte ist (sozusagen, wenn ich schon eine Kreditkarte habe, brauche ich kein NFC). Zeitungs-laden, Zigaretten-laden, Taxi, Zug, U-Bahn, Tram, Parkplatz, Kaffee- oder Snack-automat: fast 75 Prozent fänden NFC bei diesen Gelegenheiten nützlich, aber 19 Prozent fänden es auch nützlich für den Einkauf im Supermarkt oder im Kaufhaus. Und das zeigt mehr als alles andere, dass dieses System ein Bedürfnis befriedigt, das bis heute niemand erfasst hatte, und zwar die kleinsten und kleinen alltäglichen Ausgaben. Die nächste Frage zeigt ein weiteres interessantes Ergebnis: mindestens 41 Prozent der Versuchspersonen haben erklärt, dass sie das Limit für die Eingabe des PIN, das auf 25 Euro festgesetzt ist, auf den persönlichen Bedarf abstimmen möchten. Das bedeutet, dass der Nutzer NFC praktischer gefunden hat als die



Kreditkarte, weil die Bezahlung schneller geht, und dass er das System seinen Ausgaben anpassen möchte. Einer der Aspekte, den der

Dienst NFC verbessern muss, ist die Akzeptanz vonseiten des Geschäftsbetreibers. Nicht alle sind dafür ausgestattet, und nicht alle, die dafür eingerichtet sind, schaffen es, den Vorgang bis zum Ende abzuwickeln. Deshalb waren hinsichtlich Akzeptanzgrad nur 56 Prozent der Befragten zufrieden. Für die anderen war der Akzeptanzgrad verbesserungswürdig. Aber auch diese Unannehmlichkeiten waren eher eine Gelegenheit, sich zu unterhalten anstatt nervös zu werden. Ein Beispiel unter vielen: Buchhandlung in Padua. „Ich frage, ob ich mit dem Handy bezahlen kann“ schreibt ein Nutzer. „Der Inhaber kannte diese Möglichkeit des POS überhaupt nicht und probiert sie zu seiner großen Verwunderung zum ersten Mal aus! Der Vorgang wird ohne Probleme zur großen Begeisterung des Geschäftsinhabers erfolgreich abgeschlossen; er dankt mir, dass ich ihn auf diese neue Funktion des Endgeräts aufmerksam gemacht habe“.

In der Stadt unterwegs und nur mit dem Handy bezahlen

„Ist es in einer großen Stadt wie Mailand bereits möglich, einen ganzen Tag lang einzukaufen und dabei die Brieftasche zuhause zu lassen und nur mit dem Smartphone zu zahlen? Das haben am 8. Mai dieses Jahres Marco Zamperini, Technologieexperte und „Fan von innovativen Applikationen“, zusammen mit Arianna Chieli, Fashion Blogger und „leidenschaftliche Einkäuferin“, ausprobiert und dokumentiert. Nur mit dem Handy mit NFC-Technologie und einer von CartaSi entwi-

ckelten Anwendung, mit denen die bereits für dieses neue Zahlungssystem eingerichteten Geschäfte lokalisiert werden, haben sie sich jeden Luxus gegönnt: vom Frühstück in der Bar bis zum Abendessen in der Stadt, von den Einkäufen von Bekleidung, Telefonie, Kosmetika und Parfums, Büchern und Medikamenten, einschließlich Happy Hour am späten Nachmittag, wobei sie natürlich alles bezahlt haben. Der Beweis? Auf www.mediolanuminnovationforum.it



Diese Seite stellt eine Betriebsinformation mit Werbezweck dar. Ihr Inhalt soll weder beratend wirken noch zu Investitionen anregen.