

GASTBEITRAG

KI verändert digitalen Zahlungsverkehr

Börsen-Zeitung, 24.12.2020
Technologien wie künstliche Intelligenz (KI) und Internet der Dinge (IoT) entwickeln sich in rasantem Tempo weiter und finden immer mehr Eingang in die Anwendungen des Alltags. Dieser Fortschritt treibt auch eine Veränderung der Zahlungsdienstleister und -prozesse voran.

Die Transformation vollzieht sich weg vom Zahlungsanbieter als Vermittler hin zu Omnikanal-Lösungen und neuen Transaktionsinfrastrukturen. Darüber hinaus treibt die Sharing Economy den grundlegenden Wandel zum Verständnis von Zahlungen als eine „soziale“ und nahtlos eingebettete Interaktion. Wo stehen wir und mit welchen Auswirkungen für die klassischen Payment-Anbieter ist zu rechnen? Welche neuen Akteure bzw. Geschäftsmodelle gewinnen Marktanteile und sind attraktiv für zukunftsorientierte Portfolios?

Andere Geschäftsmodelle

Ab dem Jahr 2007, dem Jahr, in dem das iPhone eingeführt wurde, begann die Zahlungsindustrie sich zu verändern. Neue Geschäftsmodelle forderten herkömmliche, auf Gebühren basierende Strategien heraus. Jüngst stellte Facebook eine neue Gruppe namens Facebook Financial vor, die Zahlungsprojekte verfolgen soll. Darunter Facebook Pay, die universelle Zahlungsfunktion des Unternehmens, die in all seine Anwendungen eingebaut werden wird. Denn für das Werbeergebnis von Facebook ist es entscheidend, dass die Nutzer für Zahlungen in seinen Anwendungen bleiben und nicht auf Paypal oder andere digitale Zahlungsplattformen ausweichen müssen.

Die neuen Geschäftsmodelle formen sich in einem Umfeld, das sich immer mehr zu einer Sharing Economy wandelt. Hier tummeln sich neben Telekommunikationsunternehmen und Einzelhändlern, Datenanalyse- und Sicherheitsfirmen auch eine Vielzahl von Start-ups sowie große Technologieunternehmen. Der Wettbewerb ist hart, die Visionen sind unterschiedlich. Aber immer mehr Unternehmen scheinen darauf ausgerichtet, Zahlungen in persönlich soziale Erfahrungen und digital vermittelte, gleichrangige „Peer to Peer“-Gemeinschaften ein-

zubetten. Diese Vision lehnt vermittelnde Institutionen wie Banken ab. Bevorzugt werden Infrastrukturen, die mit dem Wert des Vertrauens handeln und Beziehungen unter ihren Benutzern aufbauen.

Wettbewerber wie Adyen, Paypal oder Worldline bieten verstärkt Multikanal-Lösungen an. Dahinter steht eine Reihe von Dienstleistungen wie personalisiertes Einkaufen oder Treuevorteile, um die Kundenbindung zu verbessern. Das Geschäft mit Treueprogrammen boomt und wird von 6,8 Mrd. Dollar im Jahr 2019 auf geschätzte 10,9 Mrd. Dollar im Jahr 2024 anwachsen.

Überall eingebettet

Bei Paypal beispielsweise sammeln die Verbraucher Prämien in ihrem digitalen Geldbeutel, die sie im Netzwerk von fast 21 Millionen Paypal-Händlern einlösen können. Anfang des Jahres erwarb der Zahlungsdienstleister die US-amerikanische Plattform Honey, die auf rund 30 000 Händler-Webseiten einschließlich Mode-, Reise- und Lebensmittel-Lieferungen funktioniert. Statt nur an der Kasse mit Zahlungssystemen wie Visa, Mastercard oder Google Pay zu konkurrieren, ist Paypal nun überall dort eingebettet, wo Verbraucher entdecken, browsen und einkaufen.

Voraussetzung dafür war die Schaffung neuer Technologien, die auf den bestehenden Zahlungsschienen aufbauen. Besonders künstliche Intelligenz (KI) spielt dabei eine wichtige Rolle: KI-gestützte Daten zur Herkunft der Käufer ermöglichen es den Händlern zu sehen, wo sich ihre Kunden befinden, und das Angebot gezielt auf deren Vorlieben auszurichten. Diese Profile zielen letztlich darauf ab, sich von allen vermittelnden Instanzen zu lösen, die traditionell zwischen Einzelpersonen und ihren Bedürfnissen standen. Das „Soziale“, das in der heutigen Zahlungslandschaft eingebettet ist, bedeutet dann einen direkten, unbelasteten Austausch zwischen einer Gemeinschaft von Gleichgesinnten, die durch Vertrauen miteinander verbunden sind.

Im Idealfall verschwindet die Technologie, die diesen Austausch ermöglicht – kontaktlose Datenübertragungstechnologien oder die proprietäre Software, die uns mit unse-

ren Über-Fahrern zusammenbringt – im Austausch selbst. Zahlungen werden nahtlos, was eine Abflachung der Hierarchien und eine unvermittelte Direktheit in den Beziehungen hervorruft.

Neue Wege mit Bitcoin

Aber die neuen Anbieter von Zahlungsdienstleistungen wollen nicht nur alte Infrastrukturen für neue Zwecke nutzen, sondern auch neue Zahlungswege und damit neue Gelder schaffen. Mit Bitcoin & Co. versuchen sie dem Ideal der unvermittelten digitalen Wirtschaft näher zu kommen. Denn die Transaktionen werden in der Blockchain registriert. Jede Transaktion wird im gesamten Netzwerk verbucht. Es gibt keine zentrale Einheit, die diese Arbeit erledigt. Dies bedeutet potenziell schnellere und sicherere Transaktionen.

So nutzt Visa die Blockchain, um grenzüberschreitende Zahlungen von Unternehmen zu erleichtern und es Käufern und Lieferanten zu ermöglichen, den Status der Zahlungen in Echtzeit zu verfolgen. Mastercard hat eine ähnliche Lösung entwickelt, um hochvolumige Business-to-Business (B2B)-Transaktionen zu rationalisieren. Auch viele Unternehmen der Sharing Economy schlagen vor, Infrastrukturen nicht nur auf Geld, sondern grundsätzlich auf Vertrauen zu begründen. Dazu gehören Unternehmen wie Uber, Netflix oder Airbnb. Aber auch angeschlossene IoT-Geräte wie Fitnessstracker oder intelligente Thermometer. Viele setzen auf eine verbesserte Nutzererfahrung, indem sie die Zahlung verschwinden lassen. Stattdessen wird der Zahlungsvorgang ohne Bargeldumtausch oder Interaktion mit einem POS-Gerät durchgeführt. Also nahtlos.

Die Vision ist es, Transaktionen zukünftig direkt durch IoT-Geräte auszulösen: Intelligente Strom- und Wasserzähler, die in Airbnb-Mietgeräte integriert sind, könnten zum Beispiel die Kreditkarten der Gäste direkt für deren Nutzung belasten. Mastercard ist beispielsweise eine Partnerschaft mit Samsung eingegangen: Gemeinsam möchten sie intelligente Kühlschränke entwickeln, mit denen der Benutzer Lebensmittel nachbestellen kann.

Der Clou: Die Zahlung wird auto-

matisch abgewickelt, indem das Netzwerk von Mastercard genutzt wird – aber auch das Mobilfunknetz, stationäre und Online-Einzelhändler sowie KI-Sensoren zur Erfassung von Marken- und Produktpräferenzen, die zusammengeführt und für künftige Einkäufe zur Verfügung gestellt werden.

Motor der Transformation

Die Zahlungsbranche ist gigantisch: Schätzungsweise 180 Bill. Dollar bewegen sich zu jeder Zeit zwischen den verschiedenen Endpunkten. Banken spielen in diesem Zusammenhang eine zunehmend untergeordnete Rolle – neue, exponentielle und konvergierende Technologien hingegen sind der Motor der Transformation. Möchten Inves-

toren die rasanten und komplexen Entwicklungen im Transaktionsbereich mit ihrem Portfolio abdecken, kommen sie an angewandter Innovation nicht vorbei. Dafür sollten sie den Innovationsgrad börsennotierter Unternehmen regelmäßig prüfen.

.....
Aleksandra Gadzala Tiriziu, Head of Research bei The Singularity Goup (TSG)