

The logo for AirPlus, featuring the brand name in a white serif font on a dark blue rectangular background.

AirPlus

The word 'INTERNATIONAL' in a white sans-serif font on a dark blue rectangular background.

INTERNATIONAL

The logo for ACTE Global, consisting of the acronym 'ACTE' in a large serif font, 'GLOBAL' in a smaller sans-serif font below it, and the full name 'ASSOCIATION OF CORPORATE TRAVEL EXECUTIVES' in a small sans-serif font to the right.

ACTE
GLOBAL
ASSOCIATION OF
CORPORATE TRAVEL
EXECUTIVES

A blurred, long-exposure photograph of an airport terminal walkway. The floor is a dark, textured material with yellow safety lines. The ceiling and walls are out of focus, showing bright lights and architectural details.

Mobile Payment – Wandel im Reise- und Spesen- management von Unternehmen

AIRPLUS. WHAT TRAVEL PAYMENT IS ALL ABOUT.

Einer der Reise- und IT-Experten, der für dieses White Paper befragt wurde, beschreibt die derzeitige Situation wie folgt: „Mobile Payment wird in Unternehmen noch nicht genutzt, doch es besteht ein großes Interesse.“

Genau deshalb haben AirPlus International und ACTE dieses White Paper verfasst, insbesondere auch, weil einige der Umfrageergebnisse zeigen, dass die Einkäufer eine negative Meinung zu mobilen Zahlungssystemen haben (unter anderem wegen Sicherheitsbedenken), die nicht unbedingt gerechtfertigt ist. Andererseits sind ihnen möglicherweise die vielen potenziellen Vorteile des Mobile Payment nicht bekannt.

Inhaltsübersicht

Präambel

- 5 Wichtiges Thema, wenig Kenntnisse
- 5 Technologien

Zusammenfassung

- 7 Sechs Vorteile für das Reisemanagement

Grundlagen

- 10 Was ist Mobile Payment?

Veränderungen

- 13 Wie wird Mobile Payment das Reise- und Spesenmanagement von Unternehmen verändern?
- 15 Vorteile für Reisende
- 16 Vorteile für Reisemanager
- 17 Bessere Daten
- 18 Bessere Wahl des Zahlungsverfahrens
- 19 Ausweitung des Reisemanagements
- 19 Sicherheit – den Aufenthaltsort von Reisenden verfolgen

Wert

- 21 Wird Mobile Payment das Geschäftsreisemanagement stärken oder schwächen?

Sicherheit

- 22 Ist Mobile Payment sicher?

Die Zukunft

- 25 Die nächsten Schritte beim Mobile Payment
- 26 Das Schicksal der Plastikkarten

Das White Paper einfach unterwegs lesen

Die wichtigsten Ergebnisse des White Papers sind erstmals auch als App erhältlich. Unter www.airpluscommunity.com/mobilepayment ermöglicht die neue Web-App ab sofort den schnellen Zugriff auf alle Fakten – auch von unterwegs.





Präambel

Mobile Payment weckt Interesse

Es ist heute schon möglich, einen Hotelaufenthalt, ein Essen oder eine Bahnfahrkarte zu bezahlen, indem man sein Mobiltelefon an ein elektronisches Lesegerät hält. Dieser technische Durchbruch eröffnet dem Reisemanagement in Unternehmen viele neue Verbesserungsmöglichkeiten: mehr Komfort und sinnvollere Kaufentscheidungen für die Reisenden sowie höhere Datentransparenz, effizientere Prozesse und bessere Programmkontrolle für die Reisemanager.

Derzeit ist die Verbreitung des Mobile Payment noch genauso begrenzt wie die Kenntnis darüber bei den potenziellen Zielgruppen. In der für dieses White Paper durchgeführten Umfrage unter Einkäufern, die Mitglied der internationalen Association of Corporate Travel Executives (ACTE) sind, sahen 53 % der Befragten ihre Kenntnisse mobiler Zahlungssysteme auf Anfängerniveau, weitere 41 % bewerteten sie als mittelmäßig und nur 6 % als fortgeschritten.

Weitere Informationen können Sie den Abbildungen 1, 2 und 3 auf Seite 6 entnehmen.

Dieses Ergebnis überrascht nicht, denn nur wenige Unternehmen haben Erfahrung mit Mobile Payment. Nur 22 % der Teilnehmer gaben an, dass Geschäftsreisende aus ihrem Unternehmen die Technik bereits genutzt hätten, und dies hauptsächlich für Verkehrsmittel oder Mahlzeiten.

Einer der Reise- und IT-Experten, die für dieses White Paper befragt wurden, beschreibt die derzeitige Situation wie folgt: „Mobile Payment wird in Unternehmen noch nicht genutzt, doch es besteht ein großes Interesse.“ Genau deshalb haben AirPlus International und ACTE dieses White Paper verfasst, insbesondere auch, weil einige der Umfrageergebnisse zeigen, dass die Einkäufer eine negative Meinung zu mobilen Zahlungssystemen haben (etwa wegen Sicherheitsbedenken),

die nicht unbedingt gerechtfertigt ist. Andererseits sind ihnen möglicherweise die vielen potenziellen Vorteile des Mobile Payment nicht bekannt. Soweit wir wissen, handelt es sich bei diesem White Paper um das erste, das sich speziell mit erwarteten Auswirkungen mobiler Zahlungssysteme auf das Reisemanagement in Unternehmen befasst. Wir hoffen, dass die Publikation ein stärkeres Interesse an diesem Thema wecken wird, denn die hier vorgeschlagenen Zahlungssysteme werden das Reise- und Spesenmanagement maßgeblich beeinflussen, wenn sie breitere Anwendung finden.

Technologien

Auf folgenden Technologien basiert Mobile Payment:

Mobile Wallet

Virtuelle Versionen verschiedener Zahlungsverfahren werden zusammen auf einem Mobiltelefon gespeichert. Ein Mobile Wallet kann dann verschiedene Kreditkartentypen enthalten.

Near Field Communication (NFC)

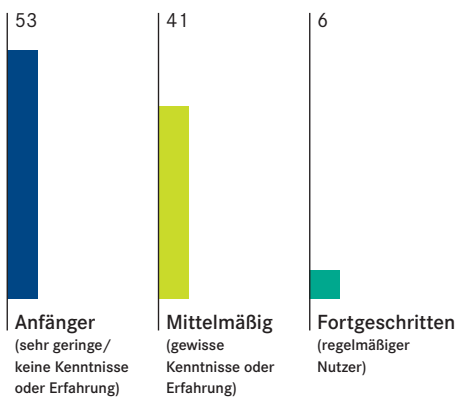
NFC ermöglicht berührungsloses Bezahlen mit mobilen Geräten per Funksignal. Wenn man das Mobilgerät an ein NFC-kompatibles Lesegerät hält, werden die Zahlung in die eine Richtung und Informationen über die Zahlung in die andere Richtung übertragen.

Smart Payment

Ein Mobilgerät bietet mehr und intelligenter Smart-Payment-Möglichkeiten als eine Plastikkarte, denn es handelt sich im Prinzip um einen Minicomputer: Es besitzt Display und Tastatur, kann Daten senden und empfangen und ist in der Lage, seinen Standort zu bestimmen. Darüber hinaus kann es auf weitere Funktionen zugreifen, etwa eine Spesenmanagement-App oder einen mobilen Reiseplan.

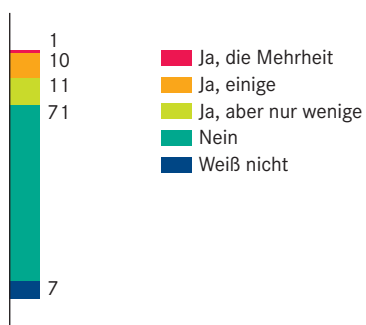
1 Beschreiben Sie bitte Ihre Kenntnisse oder Erfahrung mit Mobile Payment!

Gesamt: 100 %



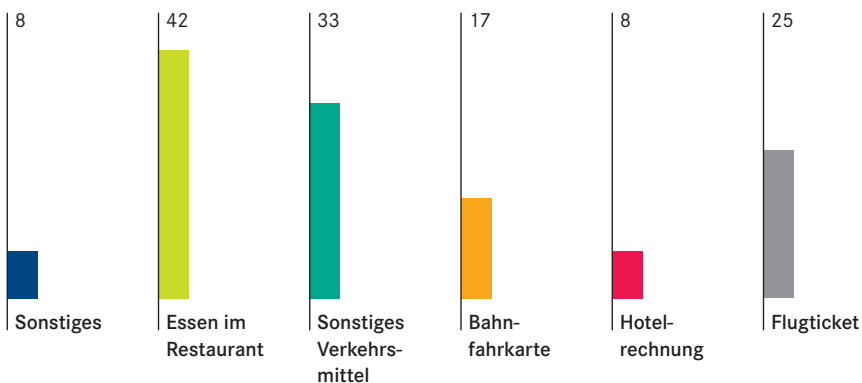
2 Nutzen Geschäftsreise aus Ihrem Unternehmen derzeit ihr Smartphone als Zahlungsmethode?

Gesamt: 100 %



3 Welche der folgenden Dienstleistungen haben Ihre Geschäftsreisenden per Smartphone bezahlt? Wählen Sie alles Zutreffende (Hinweis: nur Transaktionen, die mit Smartphone-Funktionen abgewickelt und bezahlt wurden).

In %



Zusammenfassung Sechs Vorteile des Mobile Payment für Geschäftsreisen

Mobile Zahlungssysteme (auch als Mobile Payment, kurz M-Payment bezeichnet) versprechen folgende Vorteile gegenüber konventionellen Zahlungsverfahren:

1. Einbindung in Spesenmanagementsysteme – Vorteile für Reisende

- > **Compliance-Sofortprüfung** – Das Spesentool kann direkt an der Verkaufsstelle anzeigen, ob die Transaktion den Richtlinien entspricht.
- > **Flexiblere Spesenberichterstellung** – M-Payment-Transaktionen werden in Echtzeit im Berichtstool des Reisenden angezeigt, so dass dieser die Transaktion sofort bearbeiten kann.
- > **Umfassende Spesenerfassung** – Das Spesentool kann vorgelegte Feeds aus mehreren Zahlungsverfahren übernehmen, zum Beispiel wenn ein Kaffee mit Geldkarte bezahlt wird.

2. Einbindung in Spesenmanagementsysteme – Vorteile für Reisemanager

- > **Compliance-Manager im Taschenformat** – Die Richtlinienprüfung an der Verkaufsstelle ist wirkungsvoller und gleichzeitig weniger aufdringlich.

- > **Schnellere Datenerfassung** – Die Erfassung von Zahlungsdaten in Echtzeit ermöglicht schnellere Entscheidungen.
- > **Höhere Transparenz** – Mehr elektronisch erfasste Zahlungen bedeuten einen besseren Einblick in die Ausgaben.
- > **Gezielte Richtlinien** – M-Payment- und Spesenerfassungs-Apps können mit GPS kombiniert werden, um ortsabhängige Richtlinien anzuwenden.

3. Sonstige Verbesserungen

- > **Mitarbeiterdaten** – Angaben wie Projektnummer oder Kostenstelle können an auf Geschäftsreisen getätigte Zahlungen angehängt werden.
- > **Ableich der Buchungsdaten mit Zahlungsdaten, die während der Reise anfallen** – Der Abgleich kann über GPS-Standortbestimmung erfolgen.
- > **Level-3-Daten** – Hotelrechnungen können theoretisch auf das Mobiltelefon des Reisenden geladen werden.
- > **Identifizierung von Hotels, Restaurants, Tankstellen** – Über GPS-Standortbestimmung kann der Händler genau identifiziert werden.



... 50 Milliarden US-Dollar – dieses Volumen sollen NFC-gestützte mobile Zahlungen im Jahr 2014 erreichen.

4. Intelligenterere Zahlungsoptionen

- > **Bargeldersatz** – Der verstärkte Einsatz von Geldkarten vermeidet die mit Bargeld einhergehenden Ineffizienzen und Sicherheitsrisiken.
- > **Ausreichende Finanzmittel** – Der Nutzer kann zu einer anderen Karte im Mobile Wallet wechseln, wenn er das Ausgabenlimit einer Karte fast ausgeschöpft hat.
- > **Mehrere zweckgebundene Karten** – Es können verschiedene virtuelle Kartennummern für unterschiedliche Projekte verwendet werden.
- > **Verschiedene Währungen** – Die Zahlung in verschiedenen Währungen wird erleichtert, so dass weniger Umtausch- und Umrechnungsgebühren anfallen.
- > **Eine Rechnung, mehrere Zahlungsverfahren** – Der Reisende kann richtlinienkonforme Rechnungsposten (zum Beispiel Standardzimmer) mit der virtuellen Firmenkreditkarte und von der Richtlinie abweichende Posten (zum Beispiel höhere Zimmerkategorie) mit einer privaten virtuellen Karte bezahlen.

5. Neue Ausgabenbereiche

- > **Bar bezahlte Kleinbeträge** – Ausgaben mit Kleinbeträgen werden transparenter.
- > **Öffentliche Verkehrsmittel** – Zahlung und Erstattung werden einfacher, was die Nutzung fördert und somit Kosteneinsparungen ermöglicht und die Umwelt schont.
- > **Zusatzgebühren bei Flügen** – Über die Verknüpfung mit einem mobilen Reiseplan können Zusatzgebühren dem ursprünglichen Ticketkauf zugeordnet werden.
- > **Bezahlung von Tagungsräumen** – Wenn das Mobiltelefon als Zahlungsverfahren und Schlüssel für Tagungsräume genutzt wird, lässt sich die Meetingdauer präzise erfassen.

6. Verfolgen des Aufenthaltsorts

Werden Transaktionsdaten in Spesenmanagementsystemen in Echtzeit erfasst, lässt sich der jeweilige Aufenthaltsort reisender Mitarbeiter schneller anhand ihrer Zahlungshistorie ermitteln.

Dadurch werden Ihre Reiseprogramme nicht etwa geschwächt, sondern gestärkt.

Widersprüchliche Meinungen und geringe Kenntnisse

Mobile-Payment-Experten erwarten große Vorteile, Einkäufer äußern Bedenken

Für dieses White Paper wurden Einkäufer befragt, die in der ACTE vertreten sind. 18 % der Befragten glauben demnach, Mobile Payment erleichtere das Reisemanagement, während 23 % der Meinung sind, dass es erschwert werde. 22 % denken, dass sich dadurch nichts ändern werde. Der Rest antwortete mit „Weiß nicht“.

Den Experten zufolge erschwert M-Payment das Reisemanagement, wenn es nicht in das Reiseprogramm integriert ist – ist es allerdings dort eingebunden, führt es zu einer Erleichterung. Da die Technik für reisende Mitarbeiter praktisch ist, werden diese sie früher oder später nutzen und damit auch den Reisemanagern oben genannte Vorteile eröffnen.

Mobile Payment ist sicher

Ein Drittel (33 %) der befragten Einkäufer glaubt, dass M-Payment unsicherer sei als Zahlungskarten. Die befragten Experten stimmen dagegen den 8 % zu, die die Systeme für sicherer halten, etwa aus folgenden Gründen:

- > NFC-Signale sind schwer abzufangen.
- > NFC-Zahlungen können durch eine PIN bestätigt werden.
- > Besitzer von Mobiltelefonen können mit nur einem Anruf alle Karten in ihrem Mobile Wallet sperren.
- > M-Payment fördert die Nutzung von zweckgebundenen Karten, die besonders sicher sind.
- > Mitarbeiter auf Reisen können unbefugte Kartentransaktionen schneller erkennen.

Die nächsten Schritte

NEXPERTS, ein Anbieter von Mobile-Payment-Lösungen, prognostiziert, dass 2014 etwa 30 % und 2015 schon 50 % der verwendeten Mobiltelefone in bestimmten Märkten NFC-fähig sein werden. Gleichzeitig treiben Anbieter von Zahlungs- und Spesenmanagementsystemen, die sich auf Geschäftsreisen spezialisiert haben, die Forschung und Entwicklung für neue Apps massiv voran. Als wichtigstes Hindernis für den Fortschritt gilt der Mangel an Händlern mit NFC-fähigen Terminals: 2011 waren nur rund 2 % aller Verkaufsstellen in den USA damit ausgerüstet (Quelle: Visa, zitiert in pcmag.com).

Das Marktforschungsunternehmen Juniper schätzt, dass das Volumen NFC-gestützter mobiler Zahlungen im Jahr 2014 eine Höhe von 50 Milliarden US-Dollar erreichen wird. Die Teilnehmer der Umfrage für das vorliegende White Paper erwarten die erste signifikante Nutzung von mobilen Zahlungen durch Firmenkunden für 2013 und rechnen mit einer zunehmenden Verbreitung ab 2014.

Grundlagen

Was ist Mobile Payment?

Die Technik

Mobile Payment (M-Payment) bezeichnet die Verwendung eines Smartphones oder eines anderen mobilen Geräts zur Authentifizierung, Autorisierung und Veranlassung einer Zahlung. Unter den Begriff fallen verschiedene technische Zahlungs- und Kommunikationsverfahren und entsprechende Dienste. In der gegenwärtigen frühen Phase der M-Payment-Entwicklung sind für den Geschäftsreisebereich vor allem folgende Technologien von Bedeutung:

Mobile Wallet

In einem Mobile Wallet („mobile Geldbörse“) werden virtuelle Versionen verschiedener Zahlungsverfahren gesammelt und an einer Stelle auf dem Mobiltelefon des Nutzers gespeichert. Dieser kann dann bei jeder Transaktion die jeweils passende Zahlungsform wählen. In einem Mobile Wallet lassen sich unter anderem folgende Verfahren „verstauen“:

- > Firmenkreditkarte
- > Zweckgebundene Karten zum Einsatz bei einem bestimmten Anbieter bis zu einem festgelegten Limit
- > Private Kreditkarte
- > Private EC-Karte
- > Geldkarte, von der Beträge direkt abgebucht werden
- > Anbieterspezifische Guthabekarten, zum Beispiel im öffentlichen Nahverkehr
- > Bankverbindung zur Autorisierung von Lastschriften
- > Kundenkartenprogramme zur Zahlung mit Treuepunkten
- > Rabattangebote von Anbietern

Near Field Communication

NFC ist ein berührungsloses Zahlungsverfahren für Mobilgeräte, das mit Funksignalen arbeitet. Die Nutzer halten ihr Mobilgerät an ein NFC-fähiges Lesegerät, um Daten zu senden und zu empfangen. Dabei kann eine Zahlung in die eine Richtung autorisiert werden, während Daten über die Zahlung in die andere Richtung gesendet werden.

Remote-Transaktionen

Mobiltelefonbesitzer können Zahlungen mit virtuellen Karten auch dann tätigen, wenn sie sich nicht am selben Ort wie der Verkäufer befinden, beispielsweise bei der Bezahlung eines Flugtickets. Das betrifft jedoch hauptsächlich die Reisevorbereitung, während der Schwerpunkt dieses White Papers auf Zahlungsverfahren für unterwegs liegt.

Weitere mobile Zahlungsservices, die zunehmend auf Interesse stoßen, jedoch für Unternehmen derzeit eher nicht relevant scheinen, sind unter anderem:

- > **Direktabrechnung** – Die autorisierte Zahlung wird über die Mobilfunkrechnung des Kunden abgerechnet.
- > **Mobiles Online-Banking** – Es wird eine Überweisung vom Bankkonto des Benutzers autorisiert.
- > **Mobiltelefon als Kartenlesegerät** – Ein Gerät, das sich an ein Mobiltelefon anschließen lässt, macht dieses zu einem mobilen Kartenleser (zum Beispiel Square).
- > **Zahlung zwischen zwei Mobiltelefonen** – Durch Berührung der Geräte wird ein Guthabenbetrag vom einen auf das andere Telefon umgebucht, zum Beispiel mit der iPhone-App von PayPal.



Die Vorteile

Vom „dummen“ zum „intelligenten“ Zahlungsverfahren

Vorhandene Infrastruktur ...

Die Kombination von Mobile Wallet und NFC-Technologie ermöglicht es Geschäftsreisenden, die wichtigsten Zahlungen, etwa für Unterkunft, Essen oder Benzin, auf sehr ähnliche Weise zu tätigen wie mit den heutigen Firmenkreditkarten. NFC ist zwar im Einzelhandel noch nicht weit verbreitet, es handelt sich jedoch um einen international anerkannten Standard. Daher wird damit gerechnet, dass die Technik in einigen Jahren allgegenwärtig sein wird, auch wenn wahrscheinlich das Cloud-Computing an die Stelle einiger Funktionen der NFC-Datenkommunikation treten wird.

Die Händler müssen zwar NFC-Lesegeräte einführen, der große Vorzug der Zahlung mittels mobiler Firmenkreditkarten besteht jedoch darin, dass ein Großteil der bestehenden Infrastruktur weiter genutzt werden kann. So werden die Zahlungen beispielsweise über denselben Dienstleister (zum Beispiel MasterCard oder Visa) wie bei einer klassischen Kreditkarte aus Plastik abgewickelt.

NFC ist zudem sehr schnell, die Daten werden praktisch sofort übertragen. Aus Sicherheitsgründen kann der Nutzer jedoch aufgefordert werden, die Trans-

aktion mit einer PIN zu bestätigen. Diese kann am Händlerterminal oder auf dem Mobiltelefon eingegeben werden. Bei Kleinbeträgen ist keine Bestätigung erforderlich, wie es heute schon mancherorts im öffentlichen Nahverkehr gehandhabt wird, beispielsweise bei der Oyster-Card der Londoner Verkehrsbetriebe.

... aber neue Anwendungen

Obwohl die bestehende Zahlungsinfrastruktur zu großen Teilen weiter genutzt wird, bietet ein Smartphone erheblich mehr Möglichkeiten als eine Plastikkarte. Ein Smartphone ist im Grunde ein Minicomputer mit:

- > einem Display, das vor, während und nach der Transaktion abgelesen werden kann,
- > einer Tastatur,
- > der Fähigkeit, Daten zu senden und zu empfangen,
- > der Fähigkeit, den eigenen Standort zu bestimmen, und
- > der Möglichkeit, dass verschiedene Funktionen des Smartphones untereinander kommunizieren; die M-Payment-Funktion könnte zum Beispiel mit einer Spesenmanagement-App und einem mobilen Reiseplan interagieren.

Die Kombination dieser Vorzüge mit einem Mobile Wallet und NFC ermöglicht eine Fülle neuer Funktionen und Verbesserungen, die mit einer Plastikkarte nicht realisierbar sind. Um die entsprechenden Anwendungen geht es im nächsten Kapitel.



Veränderungen

Die künftige Bedeutung

Wie wird Mobile Payment das Reise- und Spesenmanagement von Unternehmen verändern?

Experten und Reiseeinkäufer – zwei verschiedene Sichtweisen.

Die Sicht der Experten: Vorteile für Geschäftsreisende und Reisemanager

Alle befragten Experten sind überzeugt, dass die neuen durch Mobile Payment ermöglichten Anwendungen Geschäftsreisenden und Reisemanagern gleichermaßen erhebliche Vorteile bringen werden. Die Reisenden können Zahlungs- und Spesenmanagementvorgänge einfacher und schneller erledigen und bessere Ausgabenentscheidungen treffen. Reisemanager verfügen über eine bessere Datengrundlage. Noch wichtiger ist es für sie jedoch womöglich, dass die Attraktivität des Mobile Payment die Geschäftsreisenden dazu bringen wird, quasi unbewusst bessere Entscheidungen über ihre Ausgaben zu treffen und sich genauer an die Spesenrichtlinien zu halten.

Die Sicht der Einkäufer: großartig für Geschäftsreisende, zwiespältig für Reisemanager

Die Einkäufer sind ebenfalls optimistisch, dass Geschäftsreisende von Mobile Payment profitieren werden. Allerdings haben sie noch nicht den Schluss gezogen, dass die für Reisende praktische Technik auch für Reisemanager vorteilhaft ist.

Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 14, Abbildung 4 und 5.

Gründe für die Uneinigkeit

43 % der Umfrageteilnehmer glauben, dass Mobile Payment eine Erleichterung für Geschäftsreisende sein wird; weit weniger (9 %) sind der Ansicht, dass es eine Erschwernis darstellen wird. Allerdings glauben nur 18 %, dass M-Payment eine Erleichterung für die

Reisemanager sein wird. 23 % erwarten eine Erschwernis und 22 % rechnen mit keinem Unterschied.

Hierbei ist zu beachten, dass die Mehrheit der Befragten zu beiden Fragen keine Meinung hat und dass 53 % der Teilnehmer sich als Anfänger in diesem Thema einstufen. Weitere 41 % schätzen ihre Kenntnisse als mittelmäßig ein. Die Tatsache, dass die Experten von erheblichen Vorteilen für Reisemanager und Geschäftsreisende ausgehen, legt die Vermutung nahe, dass die Bedenken der Einkäufer in Bezug auf M-Payment eher auf einen Mangel an Wissen als auf fundierte Informationen zurückzuführen sind.

Erwartete Vorteile

Mehr hierzu finden Sie auf Seite 14, Abbildungen 6 und 7.

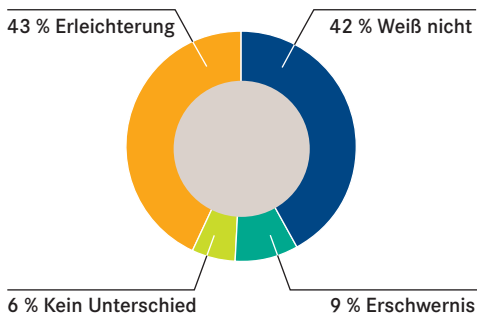
Wichtigster Vorteil des Mobile Payment für Geschäftsreisende ist aus Sicht der Einkäufer die „praktischere Zahlungsmethode auf Reisen“ (57 %), gefolgt von der „einfacheren Spesenerfassung nach der Reise“ (32 %). „Wenn die Sicherheit garantiert werden kann, ist die Entscheidung zum Umstieg auf mobile Zahlungssysteme einfach“, so ein Umfrageteilnehmer. „Je weniger Papierkram anfällt, desto besser für meine Geschäftsreisenden.“ Bei den Vorteilen für Reisemanager belegen bessere Möglichkeiten zum Verfolgen des Aufenthaltsorts von Geschäftsreisenden den ersten Platz (46 %), gefolgt von höherer Datenqualität und besserer Einhaltung der Richtlinien (je 27 %). Allerdings sind diese Ergebnisse aufgrund der geringen Zahl von Antworten nicht sehr aussagekräftig.

Die Vorteile des Mobile Payment

Den Experten zufolge wird das M-Payment dem Geschäftsreisemanagement die nachstehend beschriebenen neuen Möglichkeiten eröffnen. Einige davon sind bereits heute Wirklichkeit, andere sind denkbar, wurden jedoch bisher nicht praktisch umgesetzt.

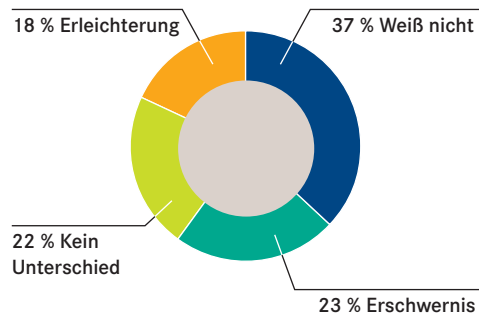
4 Wird Mobile Payment eine Erleichterung für die Geschäftsreisenden in Ihrem Unternehmen darstellen?

Gesamt: 100 %



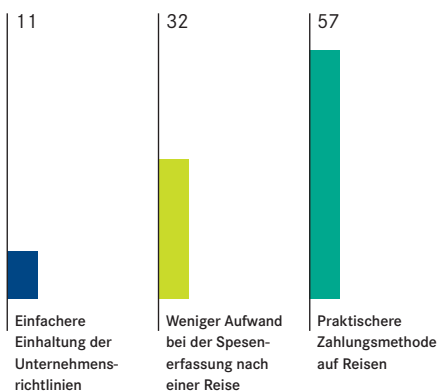
6 Wird Mobile Payment Unternehmen die Steuerung ihrer Geschäftsreiseprogramme erleichtern?

Gesamt: 100 %



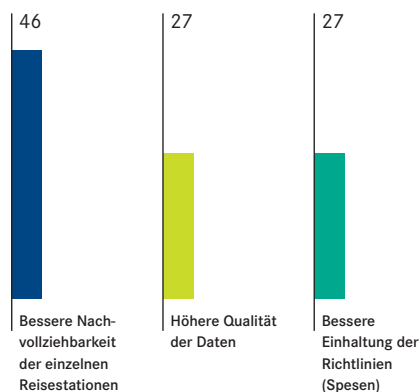
5 Was wird Ihrer Ansicht nach der größte Vorteil von Mobile Payment für Geschäftsreisende sein?

Gesamt: 100 %



7 Was wird Ihrer Ansicht nach der größte Vorteil von Mobile Payment für Reisemanager sein?

Gesamt: 100 %





Mobile Payment wird ihnen das Leben erleichtern, glauben 43 Prozent.

Die Vorteile für Geschäftsreisende: Anbindung des Mobile Payment an das Spesenmanagementsystem

Die Experten sind der Ansicht, dass das Mobile Payment seine Vorteile für Geschäftsreisende und Reisemanager nur begrenzt entfalten kann, solange es nicht mit einem automatisierten Spesenmanagementsystem (mit Smartphone-App für die Nutzer) verbunden ist. Wenn diese Anbindung erfolgt, ergeben sich folgende Vorteile:

Richtlinienprüfung vor Ort

Das Spesentool kann direkt vor Ort prüfen, ob eine beabsichtigte mobile Zahlung den Richtlinien entspricht. Es kann die Zahlung zwar nicht unterbinden, jedoch Informationen liefern. Wenn ein Unternehmen den Einsatz einer virtuellen Firmenkreditkarte beschränken möchte, hat es genau wie bei einer Plastikkarte die Möglichkeit, bestimmte Händlerkategorien zu sperren und/oder Kreditlimits festzulegen.

Durch die Richtlinienprüfung direkt vor Ort wissen Geschäftsreisende stets, ob sie die Spesenrichtlinien einhalten, ohne sich aktiv darum kümmern zu müssen. Vielmehr wird die Richtlinie zum festen Bestandteil eines administrativen Vorgangs (also der Zahlung), den sie auf Reisen in jedem Fall ausführen müssen. Mobile Payment dient somit als Compliance-Manager im Taschenformat.

Einfachere Spesenberichterstellung – mehr Flexibilität

Bei Transaktionen mit klassischen Karten dauert es in der Regel 24 bis 48 Stunden, bis die Zahlungsdaten

in einen automatischen Spesenbericht übertragen werden. M-Payment-Transaktionen dagegen können sofort im Bericht erscheinen. Geschäftsreisende können ihre Spesen so direkt nach der jeweiligen Zahlung bearbeiten und beispielsweise verschiedenen Projektcodes zuweisen oder angeben, ob es sich um eine geschäftliche oder private Ausgabe handelt.

Die einfachere Spesenberichterstellung erlaubt es Reisenden außerdem, ihre Zeit effektiver nutzen: Sie können die Spesenverwaltung erledigen, wann und wo immer es für sie praktisch ist, etwa im Taxi direkt nach dem Auschecken aus dem Hotel.

Einfachere Spesenberichterstellung – weniger Lücken

Spesenberichtstools nutzen Transaktionsdaten von herkömmlichen Firmenkreditkarten, die automatisch in die Spesenabrechnung übernommen werden. M-Payment ermöglicht es theoretisch, jede beliebige Zahlung aus dem Mobile Wallet eines Mitarbeiters mit dem Spesentool zu verknüpfen. Es können also nicht nur Daten von den virtuellen Pendanten der Firmenkreditkarten, sondern auch zum Beispiel von Karten zum Einmalgebrauch oder Geldkarten verarbeitet werden.

Folglich müssen insgesamt weniger Ausgaben von Hand im Spesenbericht erfasst werden. Entfallen könnte dann für die Reisenden zum Beispiel auch die manuelle Erfassung bar bezahlter Kleinbeträge, etwa für einen Kaffee, die zu den Administrationsaufgaben gehört, die am meisten Zeit rauben. Bei Nutzung von M-Payment werden solche Posten zunehmend per Geldkarte bezahlt werden.

Die Vorteile für Reisemanager – Anbindung des M-Payment an das Spesenmanagementsystem

Bessere Einhaltung der Richtlinien

> **Mobile Payment als Compliance-Manager im Taschenformat:** Wie oben beschrieben, lassen sich Richtlinien wirkungsvoller und gleichzeitig weniger aufdringlich und aufwendig durchsetzen, wenn die Prüfung direkt am Ort der Zahlung erfolgt. Dadurch steigt die Bereitschaft, die Richtlinien einzuhalten (dieser Aspekt wird weiter unten noch ausführlicher betrachtet).

> **Flexiblere Nutzung der Zeit:** Durch den höheren Komfort steigt die Akzeptanz der automatisierten Spesenberichterstellung bei den Geschäftsreisenden, was wiederum zu einer besseren Einhaltung der Richtlinien führt.

Bessere Daten im Spesenmanagementsystem

> **Datenerfassung in Echtzeit:** Eine schnellere Datenerfassung bedeutet auch schnellere Entscheidungen. Die Daten können zum Beispiel in Echtzeit Budgetmanagern zur Verfügung gestellt werden, so dass diese sich ein Bild davon machen können, wie hoch die aktuellen (nicht die vergangenen) Reiseausgaben sind und ob sie noch im Budget liegen.

> **Schnellere Spesenberichtsverwaltung durch die reisenden Mitarbeiter:** Wenn der Reisende den Bericht selbst erstellt, treten weniger Fehler auf, da der Zahlungsvorgang noch gut in Erinnerung ist und beispielsweise gleich der richtigen Kostenstelle zugewiesen wird.

> **Direkte Erfassung verschiedener Zahlungsverfahren im Spesenberichtstool:** Mehr abgedeckte Zahlungsmethoden bedeuten höhere Transparenz und weniger Fehler bei einem größeren Anteil der Spesen.



> **Gezieltere Richtlinien:** Die Richtlinien können feiner abgestimmt werden. Mithilfe der GPS-Standortbestimmung könnte der reisende Mitarbeiter zum Beispiel gewarnt werden, dass ihm der Kaffee, den er gerade bezahlen will, nicht erstattet wird, weil er sich im Umkreis von fünf Kilometern von seinem Arbeitsplatz befindet.

Sonstige Verbesserungen im Bezug auf Daten

Mitarbeiterdaten

Jeder mit einer mobilen Firmenkreditkarte getätigten Zahlung können Mitarbeiterdaten, beispielsweise der Projektcode oder die Kostenstelle, zugeordnet werden. Bisher war dies nur bei Zahlungen möglich, die vor der Reise über ein Firmenkonto (zentrales Reisekonto) abgewickelt wurden. Durch M-Payment können Mitarbeiterdaten auch mit unterwegs durchgeführten Transaktionen verknüpft werden.

Abgleich von Buchungsdaten und unterwegs anfallenden Zahlungsdaten

Wenn der Mitarbeiter eine Hotelbuchung in seiner Reiseplan-App gespeichert hat, kann der in der Reservierung genannte Zimmerpreis mit der Zahlung beim Auschecken verglichen werden. Von Hand gestaltet sich das oft schwierig: Bei Abreise ist der Rechnungsbetrag oft höher als die Buchungssumme, weil der Reisende Zusatzleistungen wie Frühstück oder Reinigungsservice genutzt hat.

Beim Abgleich wird mithilfe von GPS ermittelt, ob das Hotel, in dem der Mitarbeiter gerade zahlen will, mit dem im Reiseplan aufgeführten identisch ist. Der Mitarbeiter wird aufgefordert, den Abgleich zu bestätigen, wenn er korrekt ist.

Dadurch wird der Abgleich mit den ursprünglichen Buchungsdaten erheblich vereinfacht. Der Reisemanager kann leichter erkennen, welche Buchungen tatsächlich genutzt wurden und wo der Mitarbeiter nicht eingekcheckt hat. Außerdem erfährt er, wie viel der Geschäftsreisende für Extras ausgegeben hat und ob der gezahlte Zimmerpreis (je nach Qualität des Hotels, siehe nächsten Abschnitt) dem gebuchten Preis entspricht.

Level-3-Daten (Foliodaten)

Theoretisch könnte ein Geschäftsreisender, der aus einem Hotel auscheckt, im Rahmen der mobilen Zahlung eine vollständig aufgeschlüsselte elektronische Rechnung auf sein Smartphone laden. Dem Reisemanager stünde dann eine deutlich genauere Aufstellung der Übernachtungskosten zur Verfügung, so dass er bessere Konditionen für Extras wie Frühstück oder Reinigung aushandeln könnte. Von der Theorie zur Praxis könnte allerdings viel Zeit vergehen, so wie es auch bei der Nutzung von Foliodaten bei herkömmlichen Kreditkartenzahlungen der Fall war. Selbst innerhalb derselben Kette setzen nicht alle Hotels dasselbe System ein, so dass eine vollständige Anbindung an NFC-Lesegeräte lange dauern könnte.

Bessere Hotelidentifizierung

Vom oben beschriebenen aufwendigen Abgleich von Buchungs- und Zahlungsdaten einmal abgesehen, stellt vor allem die Zuordnung verschiedener Zahlungen zu ein und demselben Hotel die Reisemanager vor eine Herausforderung. Das Problem besteht darin, dass geringfügig abweichende Bezeichnungen für dasselbe Hotel verwendet oder zwei Hotels derselben Kette nah beieinander oder in Städten mit ähnlichen Namen liegen. Mittels GPS-Standortbestimmung kann der Reisende das Hotel bei der Zahlung vor Ort korrekt identifizieren (denn genau dort kann es nur ein einziges Hotel geben). So dienen die GPS-Koordinaten als eindeutiges Identifizierungsmerkmal.

Bessere Identifizierung von Restaurants und Tankstellen

Zu einer falschen Zuordnung von Verwaltungsdaten kann es auch kommen, wenn auf einem Restaurant- oder Tankbeleg nicht die Anschrift der Filiale, sondern nur die der Zentrale der betreffenden Kette angegeben ist. Auch hier kann eine GPS-Standortbestimmung Verwechslungen vermeiden.



Leichtere Auswahl des geeigneten Zahlungsverfahrens

Mit einem Mobile Wallet kann der Geschäftsreisende leichter das am besten geeignete Zahlungsverfahren wählen, zum Beispiel:

Bargeldersatz

Wie bereits erläutert, können Geschäftsreisende mit M-Payment-Guthaben Zeit sparen, da die Zahlungsdaten automatisch in ihren Spesenbericht übertragen werden. Daneben bietet der Verzicht auf Bargeld auch noch folgende Vorteile:

- > Erfassung von mehr und genaueren Daten
- > Geringeres Risiko als bei Mitführung größerer Mengen von Bargeld
- > Weniger Umrechnungsgebühren
- > Weniger „unnützes“ Bargeld, das am Ende der Reise übrig bleibt

Sicherstellung ausreichender Finanzmittel

An der Verkaufsstelle kann das Smartphone dem Reisenden anzeigen, wie weit er noch von seinem Kreditlimit entfernt ist (beziehungsweise, je nach Zahlungsmethode, wie viel Guthaben noch vorhanden ist). Wenn er feststellt, dass er das Limit fast ausgeschöpft hat, kann er ein anderes Zahlungsverfahren wählen. Er könnte sogar eine elektronische Anforderung auf Erhöhung des Kreditlimits an seine Firma senden.

Mehrere zweckgebundene Karten

Reisende Mitarbeiter von Dienstleistern, die für ihre Kunden auf Projektbasis arbeiten, könnten auf ihren Smartphones mehrere virtuelle zweckgebundene

Karten mit sich führen, eine für jedes Projekt. Dies wäre eine weitere Möglichkeit, Spesen leichter korrekt zuzuordnen.

Verschiedene Währungen

Es wäre einfacher, Geschäftsreisende mit virtuellen Karten als mit Bargeld in verschiedenen Währungen auszustatten, und es würden weniger Umtausch- und Umrechnungsgebühren anfallen. Die Finanzabteilung des Unternehmens müsste jedoch ein eigenes Bankkonto für jede Währung führen, damit in jeder Währung ausreichend finanzielle Mittel zur Verfügung stehen.

Unterschiedliche Zahlungsverfahren für verschiedene Rechnungsposten

Es sollte möglich sein, unterschiedliche Posten auf derselben Rechnung jeweils mit einem anderen Zahlungsverfahren zu begleichen. Ein Beispiel hierfür wäre ein Hotelaufenthalt, für den ein Standardzimmer gebucht wurde, bei dem der Reisende sich jedoch beim Einchecken für ein Upgrade entscheidet. Er würde dann den Preis für das Standardzimmer mit der mobilen Firmenkreditkarte, das Upgrade jedoch mit einer mobilen privaten Kreditkarte oder auch mit Treuepunkten bezahlen.

Dies ist ein sehr gutes Beispiel dafür, wie beim Mobile Payment alle Beteiligten profitieren. Der reisende Mitarbeiter kann einfacher den gewünschten Service in Anspruch nehmen und ist deshalb zufriedener, während der Arbeitgeber jegliche Zusatzkosten vermeidet. Das Hotel wiederum, das das Upgrade gewährt hat, steigert seine Kundenbindung.

Ausweitung des Spesenmanagements auf weitere Ausgabenarten

Bar bezahlte Kleinbeträge

Wie bereits angesprochen, werden kleinere Einkäufe, die in der Regel bar bezahlt werden, durch M-Payment sichtbar. Das macht auch die Gesamtkosten einer Geschäftsreise genauer nachvollziehbar.

Öffentliche Verkehrsmittel

Ein Bereich, in dem die Transparenz steigen sollte, ist die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel. Geschäftsreisende scheuen sich mitunter, Busse oder Bahnen zu nutzen, weil unklar ist, wo sie Fahrkarten kaufen oder wie sie sie zahlen können. Durch die Bezahlung per Mobiltelefon, das so zum Ticket wird, stellen sich diese Fragen nicht mehr. Folglich werden Reisende seltener ein Taxi nehmen, was ihrer Firma Geld spart und die Umwelt schont. Außerdem können Mitarbeiter Ausgaben für öffentliche Verkehrsmittel leichter zur Erstattung einreichen: Die Transaktionen lassen sich direkt im mobilen Spesenberichtstool erfassen.

Zusatzgebühren bei Flügen

Ein bekanntes Problem für Reisemanager sind die Zusatzgebühren, die Passagiere – etwa für Übergepäck – direkt am Flughafen entrichten und die sich nur schwer der ursprünglichen Flugbuchung zuordnen lassen. Hier könnte Mobile Payment eine Lösung sein. Eine Möglichkeit wäre es, die Mitarbeiternummer des Reisenden sowohl mit der Zahlung, die bei Buchung des Flugs über das zentrale Reisekonto erfolgt ist, als auch mit der Nummer einer virtuellen Karte zum einmaligen Einsatz am Flughafen zu verknüpfen. Wenn der Passagier dann mit der virtuellen Karte das Übergepäck bezahlt, sucht das Smartphone automatisch im mobilen Reiseplan nach einem für den betreffenden Zeitpunkt gebuchten Flug. Der Reisende kann dann bestätigen, dass es sich um den richtigen Flug handelt, und die Zusatzgebühr wird der Reisekontozahlung für das Ticket zugeordnet.

Bezahlung von Tagungsräumen

An den Eingängen von Hoteltagungsräumen könnten NFC-Lesegeräte installiert werden und Smartphones

als Schlüssel dienen. Auch hierbei könnte der Geschäftsreisende die Zahlung leichter durchführen und erfassen: Er hält sein Smartphone zu Beginn des Meetings und noch einmal beim Verlassen des Raums an das Lesegerät, und der Reisemanager erkennt, wie lange Mitarbeiter sich in Tagungsräumen aufhalten.

Sicherheit – Verfolgen des Aufenthaltsorts von Reisenden

Heutzutage ist es möglich, den Aufenthaltsort von Mitarbeitern mithilfe des GPS in ihren mobilen Geräten zu ermitteln. Aufgrund nachvollziehbarer Datenschutzbedenken wird dies jedoch im Allgemeinen nur genutzt, wenn sich Mitarbeiter an sehr unsicheren Orten aufhalten. Mobile Payment könnte sich als eine weniger aufdringliche Alternative erweisen.

Eine kleine Zahl von Unternehmen nutzt bereits die Daten klassischer Kreditkarten als sekundären oder tertiären Mechanismus, um den Aufenthaltsort von Geschäftsreisenden zu verfolgen. Durch die Überprüfung, wo der Mitarbeiter gezahlt hat, kann das Unternehmen auch erkennen, wo er sich aufgehalten hat. Das derzeitige Verfahren hat jedoch Nachteile: Im Extremfall könnte das Unternehmen den Kreditkartenherausgeber bitten, Transaktionsdaten fast in Echtzeit bereitzustellen, doch normalerweise erscheinen die Transaktionsdaten von Firmenkreditkarten erst nach 24 bis 48 Stunden im System.

Bei Mobile Payment kann eine Kartentransaktion unmittelbar im Spesenmanagementsystem erscheinen. Wenn Unklarheit besteht, etwa weil zwei Hotels mit ähnlichen Namen nah beieinander liegen, kann per GPS der Standort des Zahlungsempfängers genau bestimmt werden. Dieses Vorgehen zum Verfolgen des Aufenthaltsorts von Geschäftsreisenden könnte im Hinblick auf den Datenschutz unbedenklicher sein, da es nur die Kreditkartentransaktionen nutzt, die Mitarbeiter „im Dienst“ ausführen. Ein direktes GPS-Tracking dagegen würde den Aufenthaltsort des Mitarbeiters auch außerhalb der Arbeitszeiten erfassen, was eine Verletzung des Datenschutzes bedeuten könnte.



Wert

Wird Mobile Payment das Geschäftsreisemanagement stärken oder schwächen?

Die Antwort: beides!

Die Umfrage unter ACTE-Reiseeinkäufern hat gezeigt, dass 18 % eine Erleichterung des Reisemanagements durch Mobile Payment erwarten, 23 % von einer Erschwernis ausgehen und 22 % denken, dass es keinen Unterschied macht (der Rest antwortete mit „Weiß nicht“).

Die zusätzlich befragten Experten würden wahrscheinlich der dritten Gruppe am stärksten widersprechen. Man kann von Mobile Payment halten, was man will, aber die Situation wird sich in jedem Fall verändern: „Mobile Payment macht es leichter, von Reiserichtlinien abzuweichen, aber es macht es auch leichter, sich an die Reiserichtlinien zu halten“, meint Torsten Kriedt, Vice President Product Planning and Intelligence bei BCD Travel. Das ist kein Widerspruch. Fachleute sind überzeugt, dass Geschäftsreisende M-Payment begrüßen werden, weil es einfach und praktisch ist. Unternehmen sollten dafür M-Payment integrieren, indem sie Mobile Wallets auf firmeneigenen Smartphones zulassen und die Zahlungen mit dem Spesenmanagementsystem verknüpfen. Dann werden die reisenden Mitarbeiter sich ganz von selbst diesem vom Unternehmen gesteuerten Prozess zuwenden, der ihnen viele Vorteile bringt.

Weigern sich Unternehmen dagegen, Mobile Payment aufzugreifen, werden ihre Mitarbeiter auf Geschäftsreisen Zahlungen einfach mit ihren privaten Smartphones tätigen. Da die Buchung einer Reise über ein Smartphone noch einfacher wird, wenn sie auch darüber bezahlt wird, entgehen dem Unternehmen nicht nur Einsparmöglichkeiten, sondern es wird auch zu weiteren Abweichungen von den Reiserichtlinien kommen und es werden weniger Rechnungsdaten erfasst werden.

„Consumerization“ der Geschäftsreisenden

Viel wurde in den vergangenen anderthalb Jahren über die sogenannte „Consumerization“ der Ge-

schäftsreisenden geschrieben. Diese Theorie besagt, dass vor allem jüngere Arbeitnehmer sich weniger an Richtlinien gebunden fühlen. Noch wichtiger ist jedoch die Tatsache, dass sie sehr geschickt im Umgang mit mobilen Tools sind, die ihnen mittels leistungsfähiger Suchfunktionen, Nutzerempfehlungen und gezielter Ansprache durch die Anbieter selbstständige Kaufentscheidungen ermöglichen.

Des Weiteren besagt die Theorie, dass die Geschäftsreisenden ihre neuen Möglichkeiten nicht dazu nutzen, zum eigenen Vorteil von den Richtlinien abzuweichen, sondern um clevere Käufe zu tätigen, was in ihrem eigenen Interesse wie auch in dem ihrer Arbeitgeber liegt. „Viele Unternehmen gehen mittlerweile dazu über, nicht die Wahlmöglichkeiten der reisenden Mitarbeiter zu steuern, sondern ihnen sinnvolle Entscheidungen zu erleichtern“, erläutert Nancy Callahan, Director of Product Development bei Concur.

Mobile Payment und nutzerorientiertes Reisemanagement

Mobile Payment ist das beste Beispiel für ein nutzerorientiertes Geschäftsreisemanagement, das mit Zuckerbrot statt Peitsche erfolgreich ist. Wie an den zahlreichen oben beschriebenen Anwendungen zu erkennen ist, macht das M-Payment wichtige Vorgänge auf Reisen einfacher und bietet den Geschäftsreisenden mehr Flexibilität. Wenn man all dies in ein Reiseprogramm einbettet, wird gleichzeitig auch das Reisemanagement gestärkt. „Wenn die App dem reisenden Mitarbeiter hilft, dann hilft sie auch dem Unternehmen“, meint Kurt Schmid, Chief Executive Officer von NEXPERTS, einem Anbieter mobiler Zahlungslösungen. „Spesenberichte sind notwendig. Wenn man sie also in nutzerfreundlicherer Form bereitstellen kann, ist das ideal.“ Mit Mobile Payment hat jeder Geschäftsreisende einen Compliance-Manager in der Tasche, aber dieser ist so praktisch verpackt, dass er gar nicht bemerkt wird.

Sicherheit

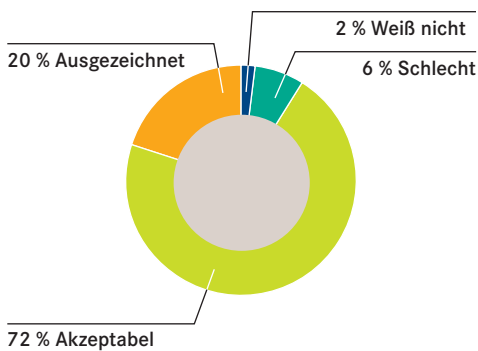
Ist Mobile Payment sicher?

Die Umfrage unter den ACTE-Mitgliedern deutet darauf hin, dass Sicherheit ein wichtiges Thema für Reisemanager ist.

Insgesamt sind die Reisemanager mit der Sicherheit der heute üblichen Firmenkreditkarten aus Plastik zufrieden:

8 Wie bewerten Sie die Sicherheit der heutigen Firmenkreditkarten aus Plastik?

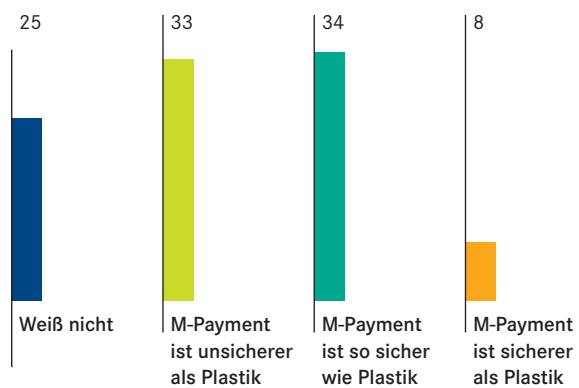
Gesamt: 100 %



Dem Mobile Payment vertrauen sie deutlich weniger:

9 Wie schätzen Sie die Sicherheit des Mobile Payment (M-Payment) im Vergleich zu Plastikkarten ein?

Gesamt: 100 %



Auch hier steht wieder die Meinung der Experten im Widerspruch zur Einschätzung der Reisemanager. Den Experten zufolge ist M-Payment sicherer als Plastik und nicht umgekehrt.

Warum Mobile Payment sicher ist

NFC-Daten abfangen ist kompliziert

Es ist sehr schwer, eine NFC-Datenübertragung abzufangen, da das Funksignal zwischen Smartphone und NFC-Lesegerät nur eine Reichweite von drei bis fünf Zentimetern hat und die Transaktion äußerst schnell vonstattengeht. Es ist so gut wie unmöglich, unbemerkt ein unbefugtes Lesegerät dazwischenschalten. Außerdem muss die Zahlung, wie bei physischen Karten mit Chip und PIN, durch die Eingabe einer PIN bestätigt werden. Anders als bei Plastikkarten kann der Händler jedoch nicht mit dem Smartphone des Kunden ins Hinterzimmer verschwinden, um dort die Transaktion durchzuführen.

Kartensperre

Wenn ein Reisender seine Brieftasche verliert, muss er jedes Karteninstitut einzeln anrufen, um seine Karten sperren zu lassen. Bei einem Mobile Wallet können alle Zahlungsverfahren mit nur einem Anruf gesperrt werden. Auch Geldkarten lassen sich sperren, während gestohlenen Bargeld unwiederbringlich verloren ist.

Zweckgebundene Karten

Virtuelle zweckgebundene Karten sind besonders sicher, denn sie können auf den einmaligen Einsatz bei einem bestimmten Händler beschränkt werden, außerdem lässt sich ein Transaktionslimit oder sogar ein fester Betrag für die Karte festlegen. Für Diebe sind sie deshalb wertlos.

Intelligente Erkennung ungewöhnlicher Vorgänge

Bei Nutzung von Mobile Payment können Geschäftsreisende Kartensalden auf ihrem Smartphone im Blick behalten. Im unwahrscheinlichen Fall eines Missbrauchs können sie das Problem so erheblich früher bemerken, als es bei den meisten Plastikkarten der Fall wäre, bei denen sie auf die monatliche Abrechnung warten müssen. Außerdem besteht die Möglichkeit der Kommunikation des Mobile Wallet mit dem mobilen Reiseplan des Smartphone-Besitzers. Wenn das Wallet eine verdächtige Transaktion entdeckt, die beispielsweise in der Karibik veranlasst wurde, kann es im Reiseplan abfragen, ob sich der Reisende tatsächlich in der Karibik aufhält. Trifft dies nicht zu, kann ein Alert generiert und das Zahlungsverfahren gesperrt werden.

Gibt es berechtigte Gründe für die Sicherheitsbedenken?

Derzeit sieht es danach aus, dass sich Mobile Payment als sicherer als Plastikkarten erweisen wird. Allerdings befinden sich die Systeme noch in einem frühen Stadium, und Betrugsmaschen wie auch die Betrugsabwehr entwickeln sich ständig weiter. Ein heikler Bereich ist nicht der Zahlungsprozess an sich, sondern das Hacking von Smartphones im Allgemeinen. Sind Smartphones zum Beispiel völlig immun gegen Trojaner? Derzeit wird intensiv an einer adäquaten Verschlüsselung von Kartennummern gearbeitet, die auf Smartphones gespeichert sind, damit dieses Problem gar nicht erst auftritt.



Bei Mobile Payment kann die Kartentransaktion eines Geschäftsreisenden direkt in seinem Spesenberichtssystem erscheinen.

Die Zukunft

Die nächsten Schritte beim Mobile Payment

Die weitere Entwicklung des Mobile Payment in Unternehmen hängt vor allem von drei Faktoren ab:

- > Einführung NFC-fähiger Smartphones
- > Einführung von NFC-Lesegeräten bei Händlern
- > Einführung von M-Payment-Apps speziell für Geschäftsreisende

NFC-fähige Smartphones

Deloitte erwartet, dass sich die Verkaufszahl von NFC-fähigen Smartphones, Tablets und E-Readern im Jahr 2012 auf fast 200 Millionen verdoppeln wird. NEXPERTS prognostiziert, dass 2014 in bestimmten Märkten 30 % der Smartphones NFC-fähig sein werden und 2015 bereits 50 %. In beiden Fällen wird der Anteil unter Geschäftsreisenden höher sein, da sie in der Regel zu den ersten Nutzern neuer Technik gehören.

NFC-Lesegeräte bei Händlern

Hier liegt offenbar das größte Hindernis für die weitere Verbreitung des mobilen Zahlens. Laut einem Artikel auf pcmag.com („Will 2012 Be the Year of Mobile Payments? No“, 26.09.2011) schätzt Visa, dass Mitte 2011 nur bei rund 2 % aller Verkaufsstellen in den USA NFC-Lesegeräte installiert waren. Wie Deloitte ausführt, können zwar praktisch alle neuen POS-Terminals mit NFC-fähigen Mobilgeräten kommunizieren, doch ersetzen die Händler ihre Terminals im Schnitt nur alle sieben bis zehn Jahre.

Allerdings sind die USA bei dieser Technik anders als sonst gegenüber anderen Weltregionen im Rückstand. Am weitesten verbreitet ist das berührungslose Bezahlen in Asien, vor allem in Japan und Südkorea.

Unternehmens-Apps

Bisher richten sich nahezu alle M-Payment-Apps an Privatleute und nicht an geschäftliche Nutzer. Viele Zahlungsdienstleister, Spesenmanagementanbieter und andere auf Geschäftsreisemanagement spezialisierte Firmen entwickeln jedoch derzeit Produkte für diesen

Bereich. Als Beispiel für einen denkbaren zeitlichen Horizont sei der Prototyp einer mobilen Firmenkreditkarte genannt, den AirPlus International, Mitherausgeber dieses White Papers, Anfang 2012 produziert hat.

Ausblick

Der Mangel an NFC-fähigen Terminals im Einzelhandel scheint das größte Hindernis für die weitere Verbreitung des Mobile Payment zu sein, wahrscheinlich werden sich jedoch die Händler durch Kundendruck gezwungen sehen, die Technik einzuführen. Ganz abgesehen vom Mobile Payment geben die Kreditkartenfirmen bereits berührungslose Kredit- und Debitkarten heraus, mit denen auch Zahlungen per NFC möglich sind. Deloitte hat errechnet, dass Ende 2011 130 Millionen berührungslose Zahlungskarten im Umlauf waren und dass ihre Zahl bis Ende 2012 auf 200 Millionen steigen wird.

Das Marktforschungsunternehmen Juniper schätzt, dass das Volumen NFC-gestützter mobiler Zahlungen im Jahr 2014 eine Höhe von 50 Milliarden US-Dollar erreichen wird. Die für dieses White Paper befragten Experten glauben, dass sich Mobile Payment 2012 im Privatkundensegment langsam durchsetzen wird, während das Geschäftskundensegment rund zwölf Monate später nachziehen und die Systeme ab 2014 verstärkt nutzen wird.

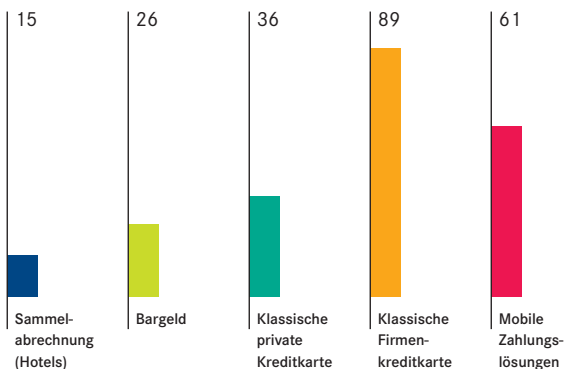
Ein wichtiges Hindernis, das es zu überwinden gilt, sind die Sicherheitsbedenken der Arbeitgeber. Die im vorangehenden Kapitel beleuchteten Umfrageergebnisse geben eine Vorstellung davon, wie schwierig das sein wird. Jedes mobile Zahlungsverfahren, das Geschäftsreisemanager ihrem Unternehmen vorschlagen, wird wahrscheinlich erst verzögert nach gründlichen Tests durch die Sicherheitsabteilung eingeführt werden.

Das Schicksal der Plastikkarten

Die an der Umfrage teilnehmenden ACTE-Mitglieder wurden auch gefragt, welche Zahlungsverfahren die reisenden Mitarbeiter ihrer Meinung nach in fünf Jahren nutzen werden.

10 Welche der folgenden Zahlungsverfahren werden Geschäftsreisende aus Ihrem Unternehmen Ihrer Meinung nach in fünf Jahren nutzen? Wählen Sie alles Zutreffende.

In %



Das Ergebnis ist eindeutig: Die Einkäufer gehen davon aus, dass Geschäftsreisende immer noch Plastikkarten mit sich führen werden. Diese Einschätzung teilen auch die Experten. Klassische Karten werden weiterhin eine wichtige Rolle spielen, und sei es nur zur Sicherheit und als Reserve, falls das Smartphone ausfällt. Einige Experten glauben, dass Plastikkarten irgendwann ganz verschwinden werden, doch erst, wenn Mobile Payment für die Verbraucher Normalität geworden ist und alle Händler über NFC-Terminals verfügen. Niemand kann hierfür ein Datum nennen, doch wahrscheinlich wird es noch etliche Jahre dauern, bis Plastikkarten aus den Brieftaschen und Geldbörsen von Geschäftsreisenden verschwunden sind, wenn dies überhaupt je geschieht.

Die Zeit wird es zeigen.

Danksagung

AirPlus International/ACTE bedankt sich bei folgenden Personen dafür, dass sie sich die Zeit für Interviews genommen und ihr Wissen weitergegeben haben, auf das sich dieses White Paper in weiten Teilen stützt: Nancy Callahan, Concur; Ulrich Danz, AirPlus International; Torsten Kriedt, BCD Travel; Tom Lurtz, CSC Deutschland Solutions; Kurt Schmid, NEXPERTS

Bildnachweise: Nikida/Getty Images (S. 1 + 18, 20), Martin Barraud/Getty Images (S. 4), Frederic Cirou/Getty Images (S. 8), Allan Baxter/Getty Images (S. 11), Blue Jean Images/Corbis (S. 12), Daniel Koebe/Corbis (S. 15), Stockbyte/Getty Images (S. 16), Tom Grill/Getty Images (S. 24)

**Association of Corporate
Travel Executives (ACTE)**
515 King Street, Suite 440
Alexandria, VA 22314
USA

T + 1 (703) 683-5322
F + 1 (703) 683-2720
info@acte.org
www.acte.org

AirPlus International
Hans-Böckler-Straße 7
63263 Neu-Isenburg
Deutschland

T + 49(0)6102.204-444
F + 49(0)6102.204-349
btm@airplus.com
www.airplus.com
www.airpluscommunity.com

AirPlus International, Inc.
225 Reinekers Lane, Suite 500
Alexandria, VA 22314
USA

T + 1 (703) 373-0940
F + 1 (703) 373-0941
usa@airplus.com
www.airplus.com
www.airpluscommunity.com