

# pay



Das Fachmagazin von SIX für den Zahlungsverkehr — #8 — 2023

Wer macht das Rennen? — Convenience ist wichtiger als die Marke — Zu Besuch bei der Aids-Hilfe Schweiz — EBICS für Firmenkunden gewinnt an Bedeutung

ZU BESUCH BEI  
Weniger HIV,  
weniger Spenden

10



#### HEARTBEAT

BIZ-Zahlungs-  
mittelstudie in  
Bezug auf Covid

08

#### FUTURE TALK

Convenience ist  
wichtiger als die  
Marke

07

#### EXPERTS ONLY

Unbekannte Helden –  
die standardisierten  
Verfahren

14



#### RUBRIKEN

- 03 Fokusthema
- 12 Panorama
- 13 Werte
- 18 Global Perspectives

02

Herausgeberin SIX Group AG, Postfach, 8021 Zürich, Schweiz, [six-group.com/pay](http://six-group.com/pay), [pay@six-group.com](mailto:pay@six-group.com) Fachbeirat Daniel Berger, SIX; Boris Brunner, Leitung, SIX; Angelika Christian, SECB; Laura Felber, SNB; Pierre-Michel Gicot, BCV; Susanne Höhener, Liechtensteinischer Bankenverband; Elias Niederberger, Credit Suisse (Schweiz) AG; Peter Ruoss, UBS Switzerland AG; Stefan Schneider, PostFinance; Nino Thommen, SIX Redaktion Gabriel Juri, Leitung, SIX Konzept & Design MADE Identity AG, Zürich, Schweiz Lithografie Marjeta Morinc, Basel, Schweiz Druck sprüngli druck ag, Villmergen, Schweiz Übersetzungen Mark Rabinowitz, Translation Service Team, SIX (Englisch); Denis Fournier (Französisch) Bildnachweise Ben O'Sullivan (Cover), Ornella Cacace (S. 2, 10), Klaus Vedfelt (S. 3), Robert Daly (S. 4), Jozef Polc (S. 6), Tobias Siebrecht (S. 13) Illustrationen Gregory Gilbert-Lodge (S. 2, 7, 12)



# Wer macht das Rennen?

TEXT

DIETER GOERDTEN

LEITER BUSINESS UNIT BANKING SERVICES, SIX



# M

dass wir uns fast alle an das kontaktlose Zahlen an der Ladenkasse gewöhnt haben. Noch vor wenigen Jahren war das wenig verbreitet und fand vor allem dort statt, wo die eilige Laufkundschaft bezahlen wollte: in grossen Bahnhöfen. Inzwischen haben wir uns alle daran gewöhnt, Karten statt Bargeld zu nutzen – weil es nämlich schneller und bequemer ist. Die (unberechtigte) Angst vor dem Coronavirus auf dem Bargeld hat das noch beschleunigt.

Sodann: Käufe im Internet bei Online-Händlern haben rasant zugenommen. Die Anzahl der Transaktionen wuchs im Zeitraum von 2016 bis 2021 durchschnittlich um 9 % pro Jahr, das Volumen sogar um 12.

eine Glaskugel ist offenbar kaputt: Jedes Mal, wenn ich sie frage, wie wir künftig unsere alltäglichen Zahlungen ausführen werden, zeigt sie ein paar milchige Wolken und es fliegen Schlagworte durchs Bild, bis mir der Kopf brummt: Instant, UX, use cases, CBDC, embedded, BNPL. Aber viel Zusammenhängendes oder sogar Eindeutiges ist ihr gegenwärtig nicht zu entlocken. Ich kann sie verstehen, meine Glaskugel: Im Moment ist es wirklich schwer, im Wirrwarr der Entwicklungen und des Marktgeschreis eine verlässliche Orientierung zu finden. Vielleicht hilft es ja, zunächst ein paar Fakten zusammenzutragen – in der Hoffnung, dass sich daraus ein stimmiges Bild ergibt.

Also fangen wir mit der vertrauenswürdigsten aller Quellen an: Gemäss Statistik der Schweizerischen Nationalbank wurden im August 2022 in der Schweiz erstmals mehr Zahlungen mit Karten als mit Bargeld getätigt. Das ist nur konsequent, wenn man sich vor Augen führt,

Das führt zu einer Verdoppelung in rund acht beziehungsweise fünf Jahren. Rund 14 % der Käufe in der Schweiz, also jeder siebte, findet heute online statt. Auch bei den E-Commerce-Zahlungen wäre es falsch, die rasante Entwicklung vor allem auf die Pandemie zu schieben. Sie wirkte zwar als starker Beschleuniger, den Trend gab es aber schon lange vorher. Seit einigen Jahren gibt es genügend Angebote online – und es ist einfach bequemer, die Dinge am Computer oder Mobile auszusuchen und dann nach Hause geliefert zu bekommen.

Noch schneller wachsen Zahlungen, die man von mobilen Geräten aus auslöst. Im Zeitraum von nur vier Jahren haben sich in der Schweiz die mit TWINT getätigten Zahlungen um den Faktor 20 erhöht. Wir haben uns daran gewöhnt, einen QR-Code mit TWINT zu scannen, statt erst eine Karte hervorzukramen. Nimmt man die Zahlungen mit Karten hinzu, die in digitalen Wallets hinterlegt sind, so

# «Schweizer Banken haben im Vergleich zu den Tech-Riesen zu wenige Nutzer, zu wenig Erfahrung und zu wenig Ressourcen.»

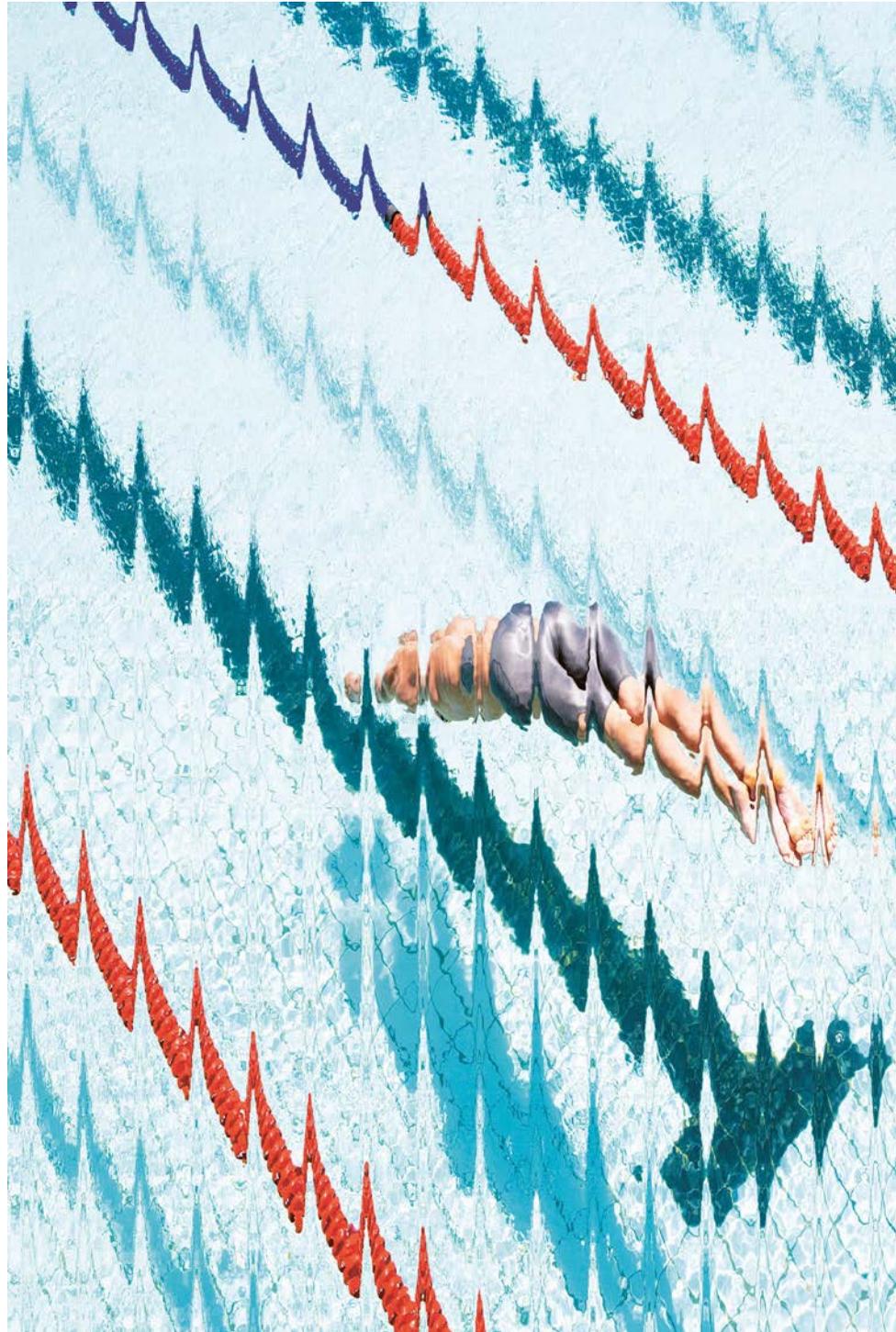
sind die Zahlungen mit mobilen Geräten im Zeitraum von 2019 bis 2022 um den Faktor 8,5 gestiegen. Warum? Weil wir das Smartphone sowieso dauernd in der Hand halten und es einfach bequemer ist, damit auch gleich zu bezahlen!

## Unsichtbares Zahlen

Sie haben es bemerkt: Treiber der Entwicklung sind zunächst technische Neuerungen. Aus neuen technischen Möglichkeiten entstehen neue Geschäftsmodelle und digitale Angebote, die uns wiederum neue Verhaltensweisen ermöglichen. Bei Zahlungen sind dies konkret die Near-Field Communication an den Schnittstellen zwischen den Händlern und der Kundschaft sowie die Möglichkeit zur Hinterlegung (Tokenisierung) von Karten in digitalen Wallets.

Solche Innovationen müssen nicht unbedingt – wie es oft behauptet wird – ein Problem lösen. Es reicht aus, wenn sie das Leben bequemer machen. «Bequemlichkeit ist die listige Mutter der Technik», sagte vor einiger Zeit der deutsche Philosoph Manfred Hinrich. In der Regel reichen drei erfolgreiche Versuche, damit wir neue Zahlformen in unser aktives Verhalten integrieren – vorausgesetzt, dass sie für unser Empfinden einfacher sind als die bisherigen. Bedenken bezüglich der Sicherheit des Gelds oder der persönlichen Daten spielen dann schnell einmal nur noch eine untergeordnete Rolle.

Denkt man also über das alltägliche Zahlen in der Zukunft nach, so wird auch ohne Glaskugel klar: Wir werden Zahlungen künftig mithilfe von Geräten auslösen, die wir sowieso bei uns tragen. Das könnten Smartphones sein, aber auch Brillen werden sich vielleicht eines Tages dafür eignen – oder sogar in den Unterarm implantierte Chips. Tönt ein



wenig gruselig; gibt es aber schon. Das Wichtigste dabei ist: Die Auslösung von Zahlungen wird immer weniger Aufmerksamkeit erfordern, weil der Alltag für uns dadurch bequemer wird. Wir haben keine Freude am Zahlvorgang selbst, also werden die bequemeren Lösungen langfristig alle anderen Optionen verdrängen. Wir Nutzerinnen und Nutzer wollen es so.

Bequemlichkeit soll auch durch «eingebettete» Zahlungen steigen. Sie zahlen fürs Parkieren inzwischen bestimmt auch mit TWINT statt mit Münze, oder? Verständlich, denn es ist bequemer, Ihr Auto-kennzeichen einmal in TWINT zu registrieren, den QR-Code auf der Parkuhr zu scannen und dann das bunte Rädchen auf dem Display zu drehen, statt irgendwo im Hosensack nach Kleingeld zu kramen. Nehmen wir jetzt aber auch noch an, dass eine Kamera vor dem Parkhaus Ihr Auto-kennzeichen erfasst, das in TWINT gespeicherte Kennzeichen abgeglichen, die Schranke entsperrt und dann die Zahlung ausgelöst wird – voilà: Sie brauchen nichts mehr zu machen. Es reicht, das Smartphone im Auto dabeizuhaben. Unfug denken Sie? Nein, gibt's auch schon. Und es wird sich durchsetzen – weil es nämlich nochmals bequemer ist, als Rädchen im Telefon zu drehen. Die Zahlung ist quasi unsichtbar, weil sie in den Parkiervorgang eingebettet ist.

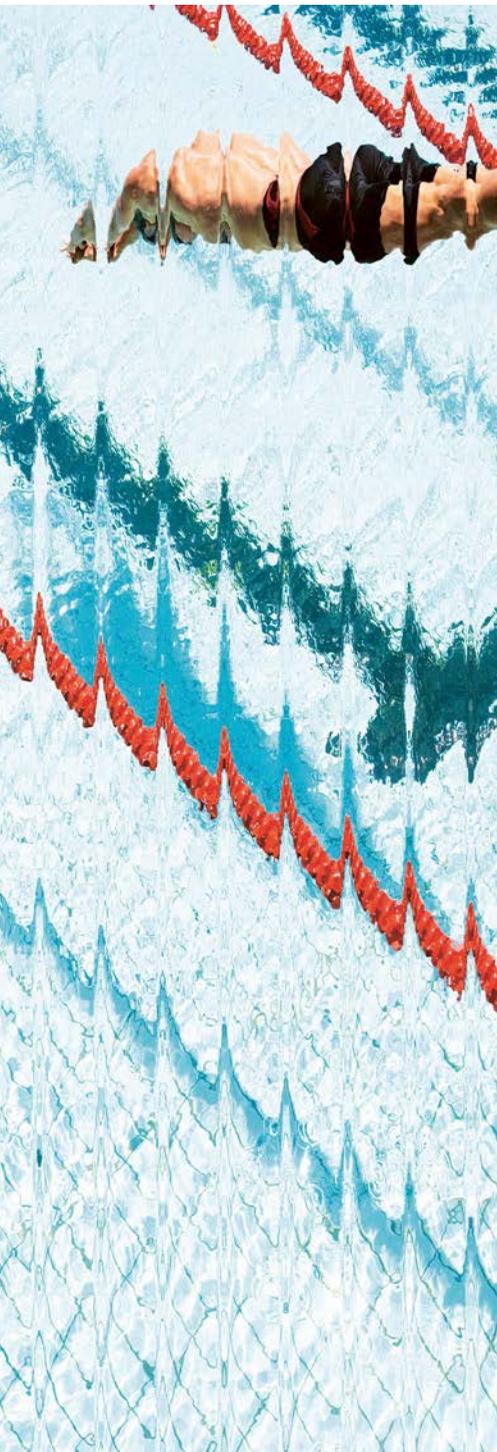
Die Voraussetzungen für solche eingebetteten (embedded) Zahlungen sind relativ einfach: Sie identifizieren sich zu Beginn eines Einkaufs über ein auf Ihrem Mobilgerät hinterlegtes Erkennungsmerkmal. Sie erfassen die gewünschten Leistungen oder Produkte, beispielsweise durch das Scannen von QR-Codes, bestätigen Ihre Kaufabsicht, zum Beispiel durch ein Nicken, das von Ihrer Brille erkannt wird – und schon erfolgt die Zahlung, ohne dass Sie zusätzlich noch

irgendetwas tun müssten. Die Quittung bekommen Sie übrigens auch auf Ihr Mobilgerät – und am Ende des Jahres erhalten Sie zusätzlich eine Auswertung Ihres persönlichen Bezahlverhaltens, wie neuerdings beim Finanzdienstleister Klarna.

## Wer macht das Rennen?

Apropos Brille: Lassen Sie uns jetzt den Blickwinkel ändern und auf diejenigen schauen, die uns diese verschiedenen Arten der Bezahlung anbieten. Wenn man die Postschalter einmal ausser Acht lässt, kommen einem zunächst Banken in den Sinn. Im E-Banking meiner Hausbank kann ich Geld überweisen und Rechnungen bezahlen. Der Zahlvorgang ist dann von meinen Einkäufen zeitlich und räumlich getrennt, also nicht eingebettet – und somit unbequem. «Schatz, ich muss noch die Rechnungen erledigen» trägt selten zur guten Stimmung bei. In der Mobile-Banking-App kann ich den Swiss QR Code von Rechnungen scannen, aber auch dazu muss ich mich zuerst anmelden und vielleicht zusätzliche Informationen eingeben. Für Zahlungen an Ladenkassen oder unterwegs ist Mobile Banking also eher nicht geeignet: zu viele Klicks, zu unbequem.

Anders der QR-Code von TWINT: Er ist inzwischen an Ladenkassen und den meisten anderen Orten präsent, an denen wir im Alltag bezahlen, und auch im E-Commerce kann man sehr bequem damit einkaufen. Diese Zahlungen kommen ohne zusätzliche Zahlungsmittel aus: Ich brauche nur noch ein Smartphone, das in TWINT mit meinem Konto verknüpft ist. Fertig. Man spricht dabei von **Konto-zu-Konto-Zahlungen**. Gemeint ist die **Abwesenheit von zusätzlichen, von Banken herausgegebenen Hilfsmitteln wie zum Beispiel Karten, die den Zugriff auf das Konto ermöglichen**. Das macht solche



Zahlungen recht bequem – und ja, Sie vermuten richtig: Expertinnen und Experten gehen davon aus, dass diese in den kommenden Jahren stark wachsen werden.

Schliesslich nehmen Zahlungen mit digitalen Wallets von grossen Technologiefirmen wie Apple, Samsung und Google stark zu. Der Bezahlvorgang mit Wallets ist sehr einfach, erfordert aber (bisher) die Hinterlegung einer Karte. Diese stellt den Zugang zu einem Konto bei der Bank sicher, von dem aus die Zahlung ausgeführt wird. Apple und Co. haben den Vorteil einer sehr grossen Kundenbasis im Massenmarkt, vor allem aber genügend Erfahrung und Ressourcen, um die Kundenerlebnisse gründlich zu optimieren. Das Ziel: maximale Bequemlichkeit.

## Die groben Umrisse

Zunächst ist es unwahrscheinlich, dass Mobile-Banking-Angebote einzelner Banken den Weg in die Alltagszahlungen, vor allem am POS oder im E-Commerce, finden werden. Schweizer Banken haben im Vergleich zu den Tech-Riesen zu wenige Nutzerinnen und Nutzer, zu wenig Erfahrung und zu wenig Ressourcen, um den Kampf um das beste Kundenerlebnis bestreiten zu können. Umgekehrt ist eher zu vermuten, dass die Rechnungen, die heute noch mit Hilfsmitteln der Banken bezahlt werden (via eBill-Portal oder QR-Scanner), in digitaler Form den Weg zu anderen Zahlungsdienstleistern finden werden. Banken werden sich daher künftig noch mehr auf andere beratungsintensive Themen konzentrieren. Vorderhand führen sie noch die Konten ihrer Kundinnen und Kunden. Allerdings zeichnet sich bereits ab, dass Banking as a Service, also Konten und Bankdienstleistungen, die Banken für Nichtbanken anbieten, auch diese Position infrage stellen wird. In der Folge wird die Bedeutung der Banken im Zahlungsverkehr langfristig deutlich abnehmen.

Wir müssen auch damit rechnen, dass Kartenzahlungen irgendwann zurückgehen werden, denn die Nummern von Mobiltelefonen, E-Mail-Adressen oder auch elektronische IDs können die Verbindung zum Konto genauso gut herstellen und sind auf den mobilen Endgeräten meist schon verfügbar. Das verändert auch die Rolle der Karten-Schemes wie

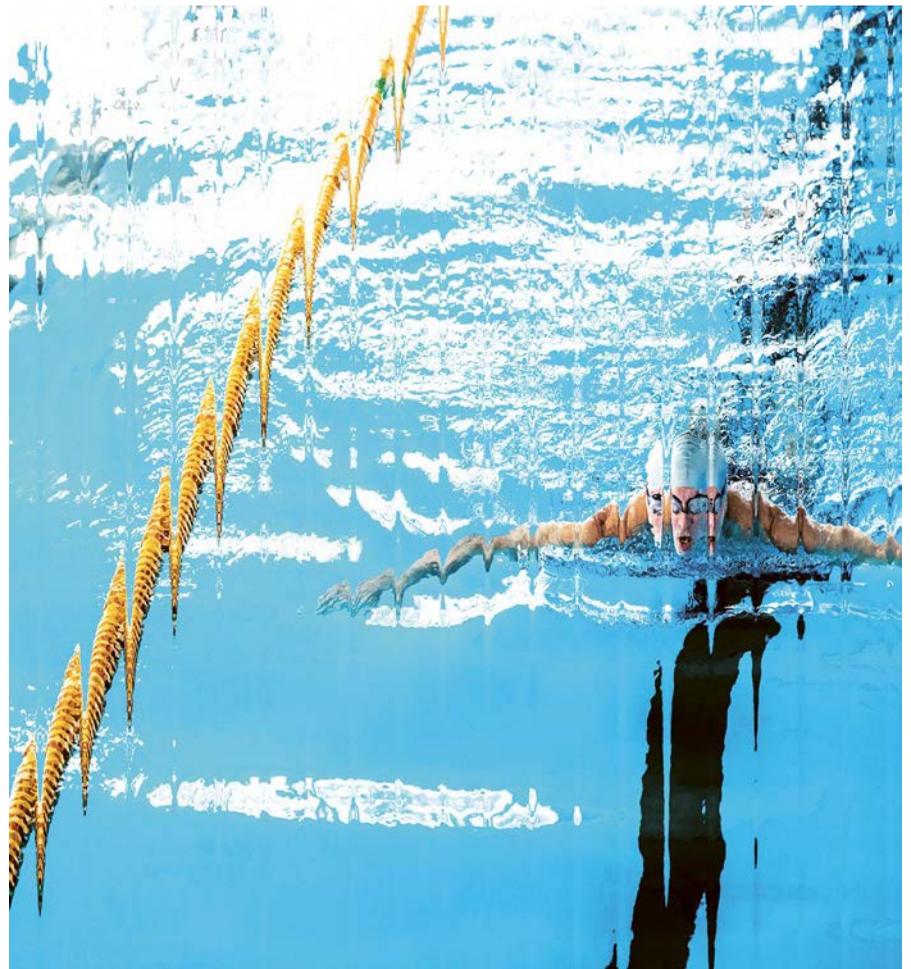
Mastercard und Visa: Bereits heute investieren sie grosse Beträge, um sich in den Märkten für Konto-zu-Konto-Zahlungen und vor allem bei der Nutzung der Zahlungsdaten in neuen Geschäftsfeldern zu positionieren.

Im Moment sieht es beim Zahlen im Alltag also nach einem Kopf-an-Kopf Rennen zwischen TWINT und den Wallets aus. TWINT war bisher sehr erfolgreich darin, den Komfort Schritt für Schritt zu erhöhen: Fünf Millionen regelmässige Nutzerinnen und Nutzer in der Schweiz belegen das. Viel wird in Zukunft offenbar davon abhängen, ob es TWINT schnell genug gelingt, diese Stellung durch Einbettung der Zahlungen in die täglichen Abläufe der Nutzerinnen und Nutzer zu halten oder sogar auszubauen. Die Integration von Rechnungen und ihre Bezahlung würden die Attraktivität für die Bevölkerung nochmals deutlich erhöhen. Es ist nämlich bequemer, alle Zahlvorgänge in einer App zu tätigen.

Das Zünglein an der Waage werden die Banken sein, von denen einige auch Mitbesitzer von TWINT sind. Sie könnten – in

Konkurrenz zu TWINT – versuchen, weiter in eigene Lösungen – zu investieren. Die Erfolgchancen dafür scheinen gegenwärtig jedoch sehr gering. Alternativ könnten Banken eher auf den Erfolg der Wallets setzen. Sobald es statt der von Banken herausgegebenen Karten allerdings andere Möglichkeiten zur Zahlungsauslösung gibt, wird es den Banken schwerfallen, ihren Platz zu behaupten. Das gilt umso mehr, als Banking as a Service auch ihre Rolle bei der Bereitstellung der Konten bedroht. Rational scheint daher aus heutiger Sicht die Option zu sein, auf TWINT zu setzen und alles Nötige zu tun, um diese Banktochter zu stärken.

Es lassen sich also Vermutungen anstellen, wie's mit dem Zahlen im Alltag weitergehen könnte – auch ohne Glaskugel. Allerdings haben wir die wirklich schwierigen Fragen noch gar nicht gestellt: Wie werden wohl Instant Payments oder ein Central Bank Digital Token (CBDC) auf unsere Zahlungen wirken? Ich hoffe, meine Glaskugel ist bald wieder fit. 🌐





## «Convenience ist wichtiger als die Marke»

ANINA LUTZ, MITBEGRÜNDERIN UND CEO DER ONLINE-VERSICHERUNGSPLATTFORM CALINGO

**Frau Lutz, mit 5 % des Bruttoinlandprodukts sind Versicherungen eine tragende Säule der Schweizer Wirtschaft. Sie sind zudem die häufigsten Rechnungssteller. Wie regelt Ihr Versicherungs-Start-up den Kundenzahlungsverkehr?** Aktuell verwenden wir für Prämienzahlungen die QR-Rechnung. Zukünftig werden wir auch die Bezahlung via Kreditkarte und TWINT anbieten. Für uns als digitale Versicherung ist es entscheidend, alle Zahlungsprozesse durchgehend digital abbilden zu können. Nur so können Customer Journeys ohne Medienbrüche oder Absprünge funktionieren – und genau das ist moderne Customer Convenience.

**Als Insuretech-Firma vertreiben Sie in einem Kaufprozess eingebettete Versicherungen – beispielsweise eine Katzenversicherung am Point of Sale beim Kauf einer Hauskatze. Gleichzeitig bieten Sie Haustierversicherungen auch über Ihre Website an. Warum unterstützen Sie verschiedene Vertriebskanäle und welcher ist am erfolgreichsten?** Unser Kerngeschäft läuft am besten. Das sind Standardversicherungen, die wir sozusagen

als Zusatz fix mit den primären Produkten am «Point of Need» vertreiben. Über unseren B2C-Kanal optimieren wir laufend den Product-Market-Fit. Hier identifizieren wir unter anderem Kundenbedürfnisse, sammeln Feedback und testen USPs. Bei einer Conversion Rate von bis zu 50 % sprechen die Ergebnisse für sich.

**Sie richten sich vollständig auf die Digitalisierung aus – Stichwort: «Embedded One-Click Insurance». Traditionell sind Versicherungen jedoch ein Vertrauensgeschäft. Ist das kein Widerspruch?** Im Gegenteil: Das Vertrauen gegenüber einer Hundezüchterin oder einem E-Bike-Händler ist häufig grösser als gegenüber klassischen Versicherern. Unsere Erfahrungen zeigen, dass die Marke von Versicherungen keine grosse Relevanz hat. One-Stop-Shop-Erlebnisse und die entsprechende Convenience sind in meinen Augen wichtiger als die Marke.

**Wie gestaltet sich das Datenmanagement, also beispielsweise der Austausch von Policen und Zahlungsinformationen zwischen Ihnen, Ihren Vertriebspartnern und den Endkundinnen und Endkunden?** Alle diese Prozesse sind vollständig digitalisiert. Auch bei den Kundenkontakten versuchen wir, möglichst ohne Medienbrüche auszukommen. Im besten Fall muss die Kundin oder der Kunde beim Vertragsabschluss nichts mehr von Hand ausfüllen und lässt alle relevanten Informationen durch den Vertriebspartner übermitteln. Alternativ lassen sich die benötigten Informationen an der Benutzerschnittstelle auf unserer Website eingeben. Bei Schadenzahlungen gibt es normalerweise noch Kontakt via E-Mail, um die Zahlungsinformationen abzufragen, da wir das nicht standardmässig zu Beginn abfragen. Folglich sind gewisse Medienbrüche aktuell noch unvermeidbar, während wir aber auf physische Kommunikationsmittel problemlos verzichten können. Unser Ziel ist, dass das Inkasso – wenn immer möglich – über unsere Partner erfolgt. Solche Lösungen haben wir bereits umgesetzt. Es geht aber auch umgekehrt: Bei den Haustierversicherungen übernehmen wir beispielsweise das Inkasso der Tierärztin oder des Tierarztes, was allen Beteiligten maximale Einfachheit bietet.

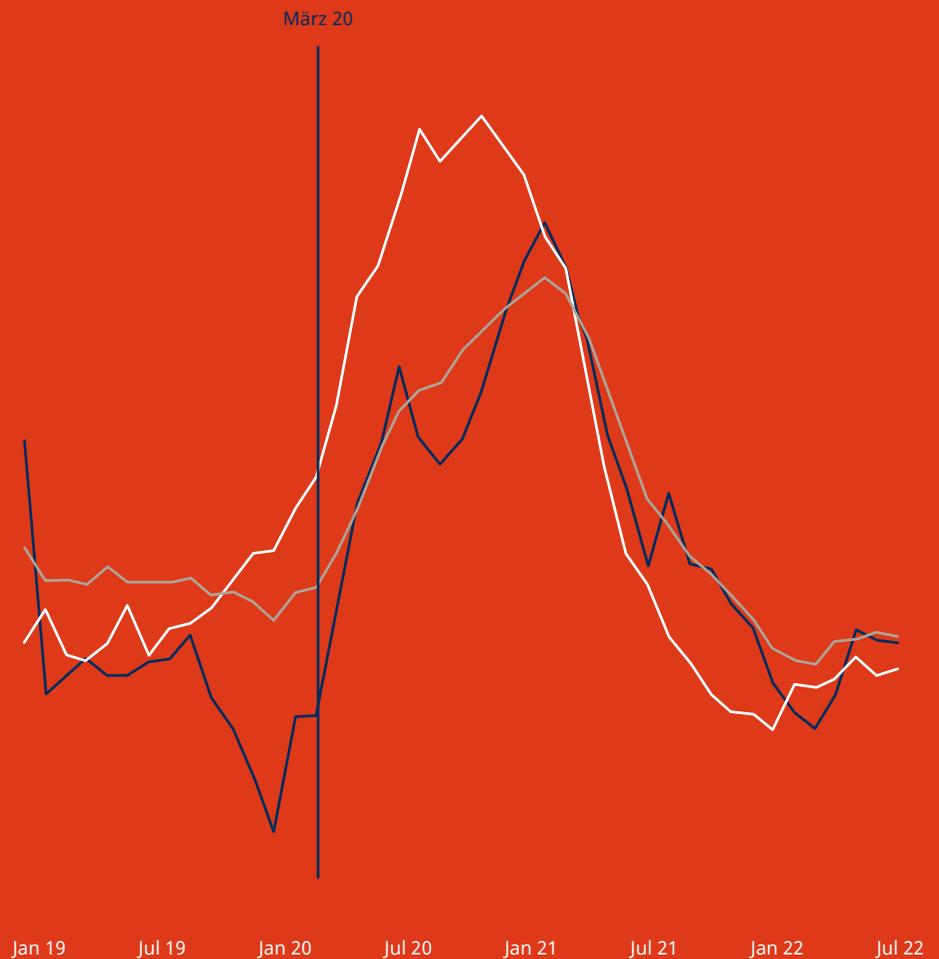
# Alles wieder beim Alten? Die Zahlen der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich (BIZ) zeigen: Covid-19 hat zu deutlichen Verschiebungen im Massenzahlungsverkehr geführt. Aber nicht alle sind von Dauer.

## Bargeld in Industrie- und Schwellenländern

Covid-19 hat zu gegenläufigen Entwicklungen bei der Bargeldverwendung geführt: Rückgang der Barzahlungen im Alltag und gleichzeitig eine steigende Nachfrage nach Bargeld. Letzteres wird in dieser BIZ-Grafik deutlich, die das Auf und Ab des BIP-gewichteten Bargeldumlaufs zeigt. Erstaunlich sind dabei die zeitweise grossen Abweichungen zwischen der Schweiz\* und anderen Ländern.

y-Achse: Prozentuale jährliche Veränderung des Bargeldumlaufs (BIP-gewichtet) in USD

- Schwellenländer \*\*
- Industrieländer \*\*\*
- Schweiz



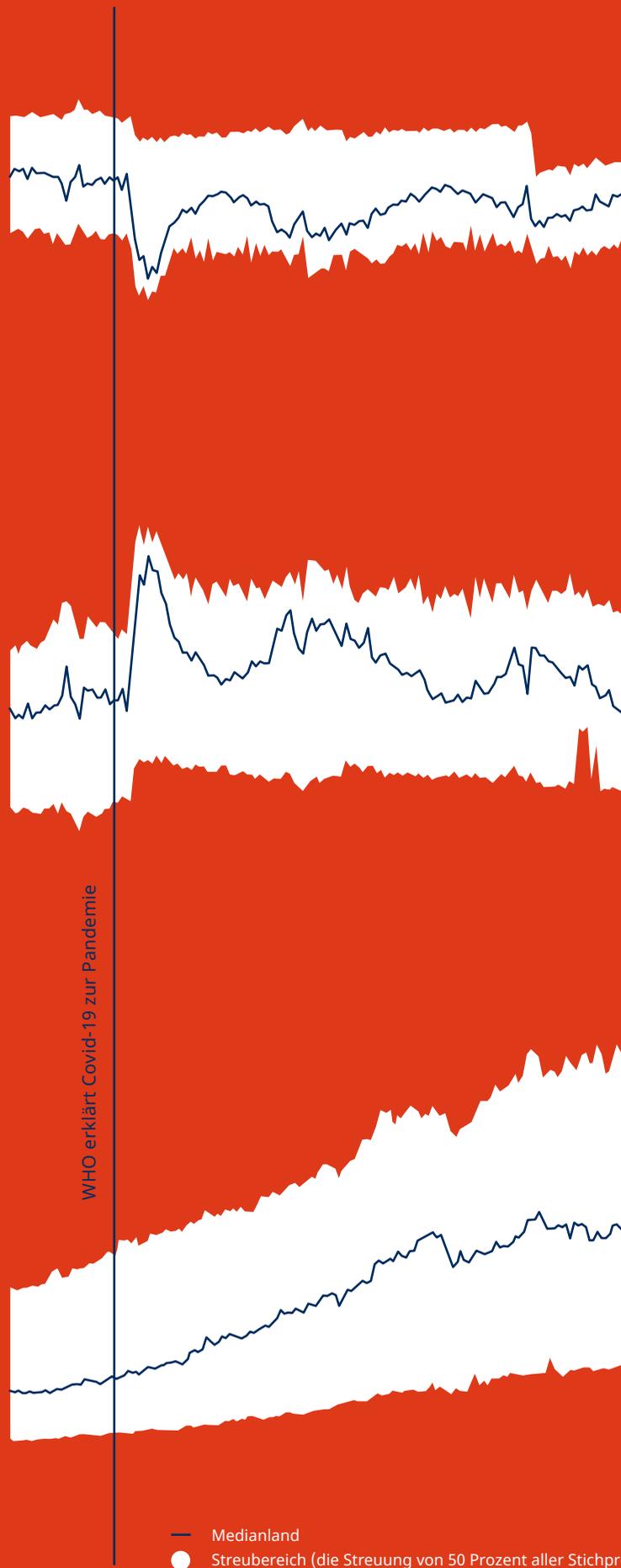
\* Aufgrund vertraglicher Beschränkungen sind aussagekräftige Daten für die Schweiz nur in dieser Grafik enthalten

\*\* Argentinien, Brasilien, China, Hongkong, Indonesien, Indien, Südkorea, Mexiko, Russland, Saudi-Arabien, Singapur, Türkei und Südafrika

\*\*\* Australien, Kanada, Schweiz, Euroraum, Vereinigtes Königreich, Japan, Schweden und USA

\*\*\*\* Die Stichprobe enthält Argentinien, Australien, Brasilien, Kanada, Schweiz, Deutschland, Spanien, Vereinigtes Königreich, Hongkong, Indien, Italien, Japan, Niederlande, Russland, Schweden, Singapur, USA und Südafrika.

Okt 19 März 20 Aug 20 Jan 21 Jun 21 Nov 21 April 22



## Transaktionsentwicklung im Präsenzgeschäft

Der Anteil der Transaktionen im Präsenzgeschäft fiel im Vergleich zu allen anderen Kartentransaktionen in der Woche vom 11. März 2020 kräftig, bevor er wieder anstieg und sich in der Folge knapp unter dem Vorpandemie-Niveau einpendelte.

y-Achse: Anteil der Transaktionen im Präsenzgeschäft zu allen Kartentransaktionen\*\*\*\*

## Gegenläufige Entwicklung im Distanzgeschäft

Ein starker Anstieg prägte die Transaktionszahlen in der akuten Phase der Pandemie für das Medianland im Distanzgeschäft. Nach dem Höchststand sanken die Werte tendenziell und erreichten am Ende der Beobachtungsperiode das Vorpandemie-Niveau.

y-Achse: Anteil der Transaktionen im Distanzgeschäft zu allen Kartentransaktionen\*\*\*\*

## Stetig wachsende Nutzung von Bezahl-Apps

Die Einführung von Bezahl-Apps beschleunigte sich während der Pandemie, und deren Nutzung ist weiterhin höher als vorher. Insbesondere als die weltweiten Covid-Fälle in die Höhe schnellten und viele Menschen zu Hause bleiben mussten, stiegen die Downloads der Top-Apps weltweit sprunghaft an. Ein konstanteres Wachstum verzeichnet gemäss Schätzungen der BIZ die wöchentliche aktive Nutzung von Top-Apps.

y-Achse: Wöchentliche aktive Nutzung der länderspezifisch gängigsten Bezahl-Apps in 95 Ländern

# Weniger HIV, weniger Spenden

ZU BESUCH BEI ANDREAS LEHNER,  
GESCHÄFTSFÜHRER DER AIDS-HILFE SCHWEIZ

TEXT  
SIMON BRUNNER

**E**s ist noch nicht lange her, dass ein Virus die Welt in Atem hielt – und dieses hiess nicht Corona. Die folgende Zeile stand nicht etwa in einer obskuren Publikation für Verschwörungstheorien, sondern in der meistgelesenen

Zeitung der Schweiz, dem Blick: «Aids, die tödliche ‹Sex-Seuche›, ist unheimlicher als die Pest und rätselhafter als Krebs.»

Die gute Nachricht: Im Vergleich zum Jahr 1986, aus dem dieses Zitat stammt, hat sich die Lage im «Aids-Land Nr. 1 in Europa» (ebenfalls ein Zitat aus dem Blick) grundlegend verändert. Infizierten sich damals – 1986 sollte sich später als Rekordjahr herausstellen – über 3000 Menschen mit dem Human Immundeficiency Virus (HIV), sind es seit 2017 weniger als 500 Menschen pro Jahr. Ausserdem bedeutet die Krankheit schon seit längerem kein Todesurteil mehr und ist – richtig behandelt – nicht einmal mehr ansteckend.

Die nicht so gute Nachricht: Für die Aids-Hilfe Schweiz, die seit 40 Jahren Präventionsarbeit leistet, sich für Men-

schen mit HIV/Aids engagiert und als Meldestelle für Diskriminierungen fungiert, ist es mit dem Rückgang der Fälle viel schwieriger geworden, Menschen zum Spenden zu ermuntern. So sind die Zuwendungen in den letzten zehn Jahren um 50 Prozent zurückgegangen und das Hilfswerk musste sich von einigen Mitarbeitenden trennen.

## Hilfe für Hunderte von Menschen

An einem trüben, eiskalten Tag besuchen wir die Aids-Hilfe Schweiz, die in einem anonymen Büro in Zürich Altstetten untergebracht ist. Die Türe geht auf – und von Katerstimmung ist überhaupt nichts zu spüren. Andreas Lehner, Geschäftsführer der Aids-Hilfe Schweiz, empfängt uns mit einem herzhaften Handschlag, einem breiten Lachen und einem «Ich bin der Andi». Und dann spricht er so leidenschaftlich von seiner Organisation, wie man es vielleicht von einem Künstler erwartet – aber nicht von einem Funktionär. Zu den vergangenen Jahren meint er: «Es war schmerzvoll, aber die Kostensenkung war nötig.» Jetzt müsse man vorwärtsschauen und neue Einnahmequellen erschliessen, denn «unsere Arbeit ist nach wie vor enorm wichtig und macht einen grossen Unterschied aus im Leben von Hunderten von Menschen».





## Die niederschwellige Art zu spenden

Auf der Suche nach neuen Unterstützerinnen und Unterstützern ist Lehner auf eBill Donations gestossen und war sofort begeistert. Die Aids-Hilfe Schweiz ist eine der ersten Non-Profit-Organisationen, die diese neue Form von eBill nutzt. «Wir versprechen uns einiges davon», sagt Lehner, «denn mit eBill Donations können wir Spenderinnen und Spender genau dort erreichen, wo sie ihre Rechnungen begleichen: im Onlinebanking.» Lehner geht davon aus, dass die Spendenbereitschaft besonders gross ist, wenn man mental auf «Zahlen» eingestellt ist und die Spende mit ein paar Klicks auslösen kann. Er sagt: «Das ist viel niederschwelliger, als einen Spendenbrief zu öffnen, auf die Seite zu legen und später eine Überweisung zu tätigen.»

Lehner ist 55 Jahre alt, sieht aus wie 45 und gibt sich wie 35. Seine Uniform: Sneakers, Jeans, Pullover, dazu Dreitagebart und Tattoo. Der lockere Look kommt nicht von ungefähr: Lehner kam 2014 zur Aids-Hilfe und leitete fünf Jahre ein Präventionsprogramm, bei dem er viel «an der frischen Luft» war, wie er sagt. Er wollte Menschen da erreichen, wo sie «leben, lieben und arbeiten» – also besuchte er Clubs, machte Hausbesuche und ging in Drogenabgabezentren.

Doch zurück zu eBill Donations. Weitere Vorteile sieht der Chef der Aids-Hilfe darin, dass eine Spendenanfrage ohne Papier auskommt und damit «nachhaltiger ist als der klassische Spendenbrief». Zudem gebe es verschiedene Kostenvorteile, denn die Druck- und Versandkosten fallen weg.

## Neue Zielgruppen erschliessen

Ausserdem könne man «auf dem eBill-Portal ganz einfach eine Dauerfreigabe einrichten», sagt Lehner. Das sei eine willkommene Innovation, denn so müsse man die Spenderinnen und Spender nicht jedes Jahr um eine Gabe bitten. Seiner Einschätzung nach kann man mit eBill Donations über 2,7 Millionen potenzielle Nutzerinnen und Nutzer von eBill

erreichen. Dazu sagt er: «Wir gehen davon aus, dass wir auf diesem Weg eine ganz neue Zielgruppe erreichen können.»

Während dem Gespräch blinkt die Smartwatch von Lehner immer wieder auf, doch er ignoriert alle Signale und konzentriert sich auf das Interview. Trotzdem wird klar: Er ist ein «Techie» und bezeichnet sich auch als digitalen «Early Adopter». Doch so digital der Geschäftsführer ist, so analog ist seine Kundenschaft: «Über 80 Prozent der Zuwendungen erreichen uns noch über den traditionellen Spendenbrief», sagt Lehner. Er denkt, dass die Präferenz für diesen Spendenkanal auch mit dem fortgeschrittenen Alter seiner Spenderinnen und Spender zu tun hat. «Umso wichtiger ist, dass wir jetzt digitale Kanäle einrichten», so Lehner, «damit wir in Zukunft mit einer jüngeren Zielgruppe auf Augenhöhe kommunizieren können.»

Die Aids-Hilfe Schweiz betreibt bereits verschiedene erfolgreiche Social-Media-Kanäle, so Lehner, doch sie setze diese noch nicht konsequent für Spendenaufrufe ein. Ein Weg dahin sieht er im gezielten Einsatz von Influencerinnen und Influencern, also von Menschen, die viele Followerinnen und Follower haben und bei potenziellen Spenderinnen und Spendern hohe Glaubwürdigkeit geniessen.

Ob digital oder analog und ob junge oder alte Spenderinnen und Spender: Am meisten Gelder werden bei der Aids-Hilfe jeweils rund um den 1. Dezember gesammelt. Das ist der Welt-Aids-Tag, der bereits 1988 etabliert wurde und rund um die Erde begangen wird. «Es ist sehr wertvoll, einen solchen Jahrestag zu haben, denn es wird immer schwieriger, auf HIV/Aids aufmerksam zu machen», so Lehner. 2021 starben 650 000 Menschen an Aids, im Jahr 2011 waren es noch 1,7 Millionen. Das ist ein enormer Fortschritt, aber immer noch eine sehr hohe Zahl: 650 000 Menschen leben in den Städten Zürich und Bern – zusammen. Und noch ein letzter Vergleich: Bis heute sind über 40 Millionen Menschen an HIV und rund 6,7 Millionen an Corona gestorben. 📱



Matthias Sailer übernimmt per 1. Juni 2023 das Ruder bei der SIX Interbank Clearing AG (SIC AG) und tritt damit die Nachfolge von Michael Montoya an, der in Pension geht. Matthias hatte bei der Zürcher Kantonalbank verschiedene Funktionen als Produkt- und Projektmanager für Zahlungsverkehr, Karten und TWINT inne und ist seit 2017 Mitglied des Verwaltungsrats der SIC AG.

## eBill und Instant Payments als «Digital Firsts»

Die Eidgenossenschaft hat eBill und Instant Payments neu in ihren Aktionsplan «Strategie Digitale Schweiz» aufgenommen. Diese ist für die Bundesverwaltung verbindlich und dient allen anderen Akteuren der Digitalisierung als Orientierungsrahmen.



Weitere  
Informationen

## «Future of Invoicing» in der Schweiz – ein neues White Paper



Weitere  
Informationen

## Neues Wallet in den USA

Fintech Early Warning Services – ein Unternehmen im Besitz von sieben der grössten US-amerikanischen Banken – nimmt es mit Apple Pay und PayPal auf. Noch in diesem Jahr soll es ein digitales Wallet für seine Eigner lancieren.



Weitere  
Informationen



«Du gibst mir ein Pfund Kaffee, ich gebe dir ein Paar Damenschuhe.» Nachdem Bach die Kaffeekantate komponiert, Goethe das Koffein entdeckt und Deutschlands Geldwesen am Ende des Zweiten Weltkriegs versagt hatte, diente das Kultgetränk auch als Nebenwährung. Schuhe also für 500 Gramm Kaffee. Und nun auch noch die erste durch Kaffee gedeckte Kryptowährung. Die Parität beträgt rund zwei Pfund Arabica-Kaffee pro CoffeeCoin.



# 500







können, da MT-Meldungen für den Zahlungsverkehr und das Kontoreporting dann nicht mehr unterstützt werden.

Das einfachste grenzüberschreitende Korrespondenzgeschäft ist eine Zahlung von einer zahlenden Partei der inländischen Bank an eine begünstigte Partei der Korrespondenzbank in einem anderen Land.

Wenn der Zahlungsempfänger eine direkte bilaterale Kontobeziehung mit der Korrespondenzbank führt, geschieht der Transport der Zahlungsinformationen und der Abwicklungsanweisungen zwischen den Banken in einem ISO-20022-Meldungsfluss mit einer einzigen pacs.008. In den meisten Fällen unterhält die Bank der zahlenden Partei jedoch keine direkte bilaterale Kontobeziehung mit der Bank der ausländischen begünstigten Partei. In diesem Fall ist es notwendig, eine Kette von einer oder mehreren zwischengeschalteten Banken zu finden, um die Gelder an die empfangende Bank zu übermitteln. Dabei gibt

es zwei Möglichkeiten, eine Korrespondenzbanktransaktion über das SWIFT-Netzwerk zu leiten: die serielle Methode und die Deckungsmethode.

### Die serielle und die Deckungsmethode

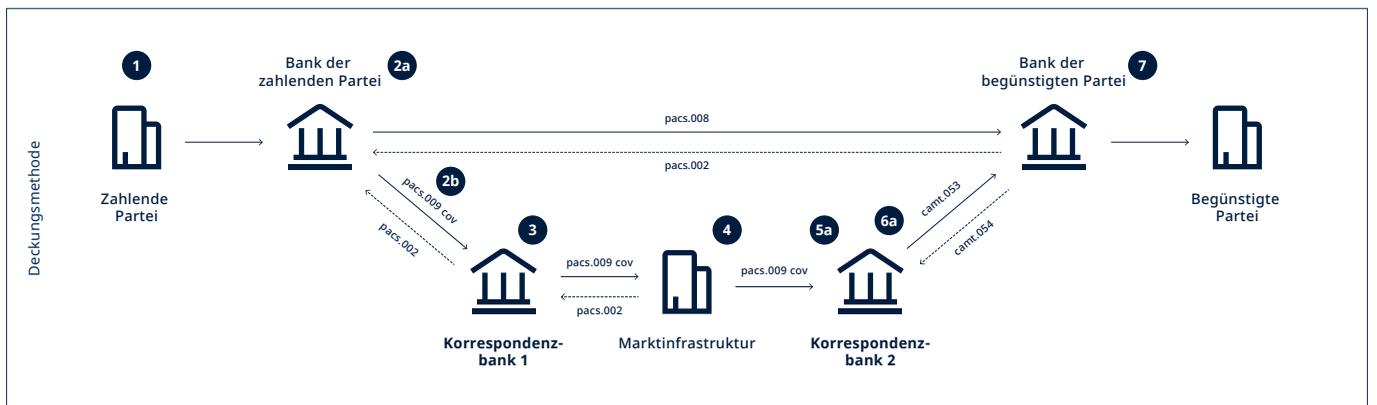
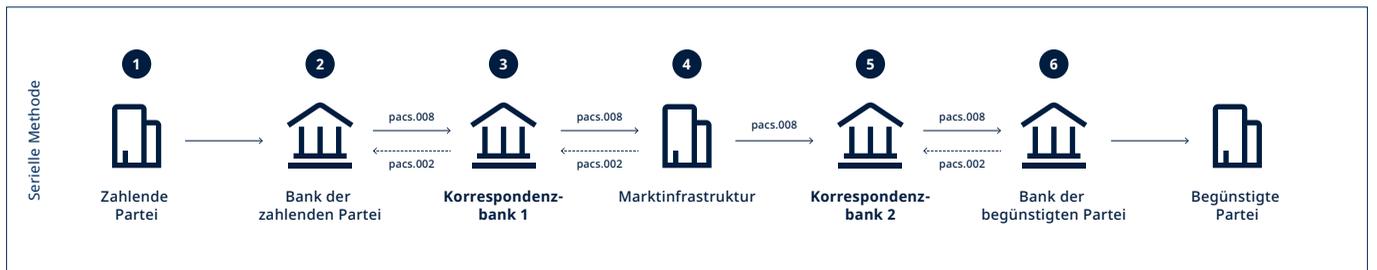
Die serielle Methode beinhaltet das Senden einer pacs.008-Meldung von der Ursprungsbank an die empfangende Bank über eine oder mehrere Vermittlerbanken. Diese Methode ist nur eine erweiterte Verkettung einfacher Transaktionen zwischen zwei Banken, wobei jedes Paar eine direkte Kontobeziehung unterhält. Die Zahlungsinformationen und die Abwicklungsanweisungen werden in der pacs.008-Meldung zusammen übertragen und es besteht eine direkte Kontobeziehung zwischen jedem verbundenen Bankenpaar in der Zahlungskette.

Die Deckungsmethode entkoppelt den Informationsfluss der Zahlung von der Abwicklung der Zahlung. Die pacs.008-Meldung mit den Zahlungsinforma-

tionen wird direkt über das SWIFT-Netzwerk von der Ursprungsbank an die empfangende Bank gesendet, während die Abwicklungsanweisung (die Deckungszahlung) über zwischengeschaltete Banken mit Korrespondenzbankbeziehungen als pacs.009 COV gesendet wird. Im Allgemeinen gilt die Deckungsmethode als schneller. Dabei gibt es jedoch zwei getrennte Ströme, die abzustimmen sind.

Damit alle 11 000 Banken, die von MT- auf MX-Meldungen umstellen müssen, ein gemeinsames Verständnis davon haben, wie ISO 20022 über das SWIFT-Netzwerk anzuwenden ist, hat SWIFT zusammen mit der Arbeitsgruppe CBPR+ im «CBPR+ User Handbook» eine Vielzahl von Anwendungsfällen beschrieben.

**PETER RUOSS**  
**PRODUCT OWNER PAYMENT SOFTWARE PARTNERSHIPS, UBS SWITZERLAND AG**



- 1 Die zahlende Partei initiiert einen internationalen Zahlungsauftrag an die begünstigte Partei.
- 2 Die Bank initiiert eine serielle Zahlung an die Bank der begünstigten Partei mit Korrespondenzbank 1 und 2 als Vermittler, die beide direkte Teilnehmer der Marktinfrastruktur sind.
- 2a Die Bank initiiert die Zahlung an die Bank der begünstigten Partei mit der Deckungsmethode.
- 2b Die Bank initiiert die Zahlung an die Bank der begünstigten Partei mit der Deckungsmethode via Korrespondenzbanken.
- 3 Die Bank leitet die Zahlung an die Korrespondenzbank 2 via Marktinfrastruktur weiter.
- 4 Die Infrastruktur wickelt die Zahlung zwischen den Direktteilnehmern Korrespondenzbank 1 und 2 ab und sendet eine Abwicklungsbestätigung an Korrespondenzbank 1.
- 5 Die Bank leitet die Zahlung an die Bank der begünstigten Partei weiter.
- 5a Die Bank erhält die Zahlung und schreibt sie der Bank der begünstigten Partei gut.
- 6 Die Bank schreibt die Zahlung der begünstigten Partei gut und kann optional eine Benachrichtigung bereitstellen, zum Beispiel eine Gutschriftanzeige zusätzlich zu einem Kontoauszug.
- 6a Die Bank erstellt am Ende des Tages einen Kontoauszug und optional eine Echtzeit-Benachrichtigung zum Zeitpunkt der Gutschrift.
- 7 Die Bank stimmt Zahlungsmeldung und Deckungszahlung ab und stellt optional eine Benachrichtigung bereit, zum Beispiel eine Gutschriftanzeige zusätzlich zu einem Kontoauszug.



## Die schöne neue Welt des Zahlungsverkehrs?

Die Zahlungsabwicklung ist wie ein Eisberg. Karten, Geräte und Apps, mit denen man idealerweise so einfach und benutzerfreundlich wie nur möglich bezahlt, sind die Spitze des Eisbergs. Darunter, unter der Wasseroberfläche, befindet sich ein schwer durchschaubares Beziehungsgeflecht zwischen einer Vielzahl von Marktakteuren, Verfahren und Systemen, die dafür sorgen, dass das Geld von der zahlenden zur begünstigten Partei fließt. Eine Zweiteilung also – über dem Wasser die Einfachheit für die Käuferschaft und den Einzelhandel, darunter die Komplexität der Zahlungsabwicklung.

Diese Kluft dürfte laut einer Studie von Worldline infolge der disruptiven Auswirkungen der Digitalisierung noch deutlicher werden: Es wird immer einfacher

zu bezahlen, während die dahinter liegenden Prozesse immer komplexer werden. Um das Problem zu entschärfen, ist die Innovationsfähigkeit der Marktakteure gefragt. Das ist der Ausgangspunkt in der Studie für die Zahlungsverkehrsvision im Jahr 2030.

- Die Studie analysiert die Herausforderungen und Trends aus drei Perspektiven:
- Wie lässt sich das rasche Anwachsen von Geschäftsmodellen und neuen Währungsformen lenken, um unkomplizierte, nachhaltige Lösungen zu schaffen?
  - Wie können angesichts einer immer schneller fortschreitenden Digitalisierung sichere, ganzheitliche Lösungen entstehen, die neue Einkaufserlebnisse ermöglichen und es erlauben, Zahlungen automatisiert abzuwickeln?
  - Wie können Regulatoren die rechtlichen Rahmenbedingungen und den Schutz der Privatsphäre so gestalten, dass Marktakteure die Daten verantwortungsbewusst nutzen und so das Vertrauen am Point of Sale fördern?

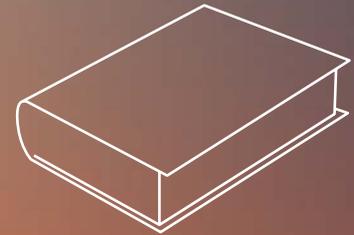
Viele Innovationen, die Einzug halten, würden heranreifen und zusammenwachsen, so die Studie, «um ein Mass an Bequemlichkeit zu schaffen, was lange nach Science-Fiction klang». Ein loyaler, kontextbewusster intelligenter Agent wird der Familie die Lebensmittel für die Woche besorgen und diese direkt bezahlen. Anhand der Daten von Internet-of-Things-Geräten im Haus und der bisherigen Gewohnheiten ermittelt er die benötigten Produkte. Er kennt das Budget sowie die Ausgabengewohnheiten und wählt dank den Loyalitätsprogrammen den besten Lieferdienst und den passenden Liefertermin aus.

**GABRIEL JURI  
SIX**

#### WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:



**NAVIGATING  
DIGITAL PAYMENTS**



## Ein Boost für Open Finance in Europa

Der European Payments Council (EPC) hat das Regelwerk für den Zugang zu SEPA-Zahlungskonten veröffentlicht. Das SEPA Payment Account Access (SPAA) Scheme Rulebook soll Open Banking beziehungsweise Open Finance in ganz Europa fördern. Die darin enthaltenen, API-basierten fakultativen Regeln, Praktiken und Standards sollen den Austausch von Kundendaten zwischen Finanzinstituten und Drittanbietern erleichtern. Dazu hat der EPC sogenannte Premium-Zahlungsdienstleistungen definiert, die über die regulatorischen PSD2-Mindestanforderungen hinausgehen. Ein solche Dienstleistung betrifft beispielsweise Einmalzahlungen (one-off payments), die durch die EU-Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 reguliert sind. Sobald die Auslösung einer solchen Einmalzahlung mit einer Funktion kombiniert wird, die die Ausführung garantiert, gilt sie als Premium-Service.

### Minimum Viable Product und Geschäftsbedingungen

Das 120-seitige Regelwerk SPAA beinhaltet auch schon eine Vereinbarung (Adherence Agreement) über die Teilnahme daran, die nur noch auf die Unterschrif-

ten wartet. Wie gross der Andrang sein wird, hängt auch vom Minimum Viable Product (MVP) ab, das gemäss EPC die SPAA-Multi-Stakeholder-Arbeitsgruppe in den kommenden Monaten definieren und ans Regelwerk koppeln wird. Das MVP wird genug Funktionen aufweisen, um feststellen zu können, welchen Mehrwert das SPAA Scheme Rulebook bietet.

Eine weitere Schlüsselkomponente des SPAA, die bis zum zweiten Quartal 2023 veröffentlicht werden soll, sind die Standardgeschäftsbedingungen. Sie umfassen eine Reihe von Standardgebühren für die Premium-Services und die Standard-APIs. Der EPC räumt ein, dass potenzielle SPAA-Teilnehmer erst dann in der Lage sein werden, eine verbindliche Entscheidung über die Teilnahme am SPAA zu treffen, wenn sie sich ein vollständiges Bild davon machen können, einschliesslich des MVP und der Standardgeschäftsbedingungen.

Ebenfalls für das zweite Quartal 2023 sieht der EPC die Publikation des API Security Framework vor, das auf allgemein verfügbaren europäischen und internationalen Sicherheitsstandards basiert und die Mindestanforderungen an die Sicherheit für die Systemteilnehmer definieren wird.

**GABRIEL JURI  
SIX**

**WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:**



**SEPA PAYMENT ACCOUNT ACCESS  
(SPAA) SCHEME RULEBOOK**



**EURO RETAIL PAYMENTS BOARD  
(ERP)**



## Twinten auf Hindi

PhonePe ist in Indien das, was TWINT in der Schweiz ist: die beliebteste mobile Bezahl-App im Land. Sie ist eine von über 60 mobilen Anwendungen, die auf der Echtzeit-Zahlungsinfrastruktur Unified Payments Interface (UPI) des indischen Bankensektors und Staats laufen. Neben einheimischen Anwendungen mischen auch Google Pay und Amazon Pay mit, nicht aber Apple Pay. Allein im Dezember

2022 verarbeitete UPI über 7,8 Milliarden Transaktionen von 260 Millionen Menschen. Das hört sich zwar gigantisch an. Im Vergleich zur Schweiz jedoch relativieren sich diese Zahlen: Während beispielsweise rund 20 Prozent der indischen Bevölkerung UPI nutzen, erreicht TWINT weit über die Hälfte der Schweizerinnen und Schweizer.

Indien möchte seine Open-Source-Infrastruktur auch im Ausland ausbauen. So hat in den letzten Monaten eine Tochtergesellschaft der Eigner eine Vielzahl von Abkommen mit ausländischen Partnern geschlossen. Akteure aus rund 30 Ländern haben bereits ihr Interesse an UPI bekundet. Die jüngste Partnerschaft ist im letzten Oktober mit dem europäischen Marktführer bei Zahlungsverkehrs- und Transaktionsdienstleistungen Worldline entstanden, der mit 20 % an TWINT beteiligt ist. Ziel ist es, die Akzeptanz von UPI in Europa zu ermöglichen. Zu den Zielmärkten gehören Belgien, die Niederlande und die Schweiz. Mit UPI bestehen bereits ähnliche Kooperationen in Grossbritannien und in Frankreich. Noch weiter geht die Zusammenarbeit zwischen Indien und Singapur. Deren Zentralbanken haben nämlich angekündigt, dass sie ihre Echtzeit-Zahlungsinfrastrukturen miteinander verbinden wollen.

Einerseits geht es darum, dass die wachsende Zahl indischer Touristinnen und Touristen schnell und effizient bezahlen kann. Andererseits soll UPI die Geldüberweisungen der 32 Millionen im Ausland lebenden Inderinnen und Inder erleichtern – und das sowohl hinsichtlich der Echtzeitfähigkeit als auch der Kosten. Kürzlich hat die indische Regierung bestätigt, dass das «digitale öffentliche Gut» für alle Nutzenden kostenlos bleibe.

**GABRIEL JURI  
SIX**

**WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:**



**NATIONAL PAYMENTS  
CORPORATION OF INDIA**



Wenn einer sagt, es gehe ihm nicht ums Geld, sondern  
ums Prinzip, dann geht es ihm bestimmt ums Geld.

Kurt Tucholsky (1890-1935)