Den Point of Sale zurückerobern

Apple hat die Schnittstelle der Nahfeldkommunikation für Drittanbieter auf Druck der Europäischen Union geöffnet. Für Geldhäuser bedeutet das: Sie können nun eigene „Buy now, pay later"-Lösungen im iPhone-Ökosystem platzieren und ihre Position am Verkaufsort wieder stärken.

Sven Dost

Mit seinem Dienst Apple Pay kontrollierte Apple über Jahre hinweg das kontaktlose Bezahlen auf iPhones. Kreditinstitute kostete diese Monopolstellung Nutzungsgebühren, noch gravierender war aber der Verlust der direkten Kundenbeziehung am entscheidenden Touchpoint. Denn wer seine Karten nur hinter Apple Pay platziert, verliert im kritischen Moment – dem Tap – die Gestaltungshoheit und die wertvollen Cross-Selling-Flächen. Banken wurden zu Abwicklern im Hintergrund degradiert, während andere die Interaktionsmomente kontrollieren. In einem Markt, in dem rund jedes dritte in Deutschland verkaufte Smartphone ein iPhone ist, stellte dies einen erheblichen strategischen Nachteil dar – zumal die Apple-Zielgruppe als gut situiert gilt.

Die Öffnung der Nahfeldkommunikation (NFC) hilft Banken beim Thema Verbraucherkredit, denn am Point of Sale (POS) werden auch spontane Finanzierungsentscheidungen getroffen, und „Buy now, pay later" (BNPL) spielt dabei eine wichtige Rolle. Der Zahlungsaufschub verringert das Gefühl finanzieller Einschränkung, die Ratenzahlung lässt die Belastung geringer erscheinen.

Die NFC-Freigabe eröffnet Banken eine strategische Chance, eigene BNPL-Lösungen anzubieten. Dabei können sie ihre bewährten Kredit-Kontrollmechanismen nutzen, ohne auf externe Anbieter angewiesen zu sein oder kritische Daten zu verlieren. Gleichzeitig können sie mit einem modernen Check-out-Verfahren die Erwartungen der Digital Natives erfüllen: spontane Wahlmöglichkeiten, ein Tap, transparente Raten.

Entscheidend für den Erfolg wird die User Experience sein. Kunden schrecken vor langwierigen Kreditprüfungen oder umständlichen Vertragsunterzeichnungen zurück. Sie wünschen sich einen möglichst einfachen und schnellen Auswahl- und Bezahlvorgang. Geldhäuser können ihre Erfahrung ausspielen und intelligente Hintergrundprozesse nutzen, um eine nahtlose Integration in den Zahlungsvorgang zu gewährleisten, ohne die Nutzer mit bürokratischen Hürden zu belasten.

Banken verfügen zudem über Expertise in den Bereichen Kundenbetreuung und Kreditprüfung. Dies ist im Zuge der neuen EU-Verbraucherkreditrichtlinie von Vorteil, da BNPL-Finanzierungen ab November 2026 erstmals den gleichen regulatorischen Anforderungen wie herkömmliche Kredite unterliegen. Die neuen Regelungen erfassen auch kurzfristige Zahlungsaufschübe,

Kompakt

- Eine Entscheidung der Europäischen Union beendet Apples NFC-Monopol für Drittanbieter im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR).
- Banken und Sparkassen können erstmals eigene Wallets mit voller NFC-Funktionalität auf iPhones anbieten.
- Der Aufstieg von „Buy now, pay later" (BNPL) im E-Commerce trifft auf eine verschärfte Regulierung für Verbraucherkredite.
- Banken haben die Chance, am POS mit BNPL-Produkten zu punkten und ihre Erfahrung in Compliance und Kreditprozessen auszuspielen.

die bislang eine regulatorische Grauzone waren, und behandeln sie im Wesentlichen wie herkömmliche Ratenkredite. Das bedeutet: Umfassende Informationspflichten gegenüber Kunden, verbindliche Widerrufsrechte sowie verpflichtende Bonitätsprüfungen sind dann Pflicht.

Während Fintechs ihre Geschäftsmodelle an diese Compliance-Anforderungen anpassen müssen, haben Banken und Sparkassen bereits Erfahrung mit allen komplexen regulatorischen Prozessen. Automatisierte Bonitätsprüfungen, standardisierte Widerrufsprozesse und dokumentierte Beratungspflichten gehören zu ihrem operativen Tagesgeschäft. Mit innovativen Lösungen können sie den Spagat zwischen hohem Komfort und regulatorischer Erfüllung bewältigen.

Um BNPL einer breiteren Kundschaft zugänglich zu machen, müssen bestehende Finanzierungsansätze jedoch angepasst werden. Der Schlüssel liegt in der Kombination etablierter Systeme und Prozesse, um spontane Finanzierungsentscheidungen am POS zu ermöglichen – ohne die Nutzerfreundlichkeit zu beeinträchtigen und die regulatorische Compliance zu vernachlässigen. Der Ansatz bietet strategische Vorteile: Banken behalten die wertvolle Kundenbeziehung und können zusätzliche Services wie maßgeschneiderte Loyalty-Programme oder digitale Belege nahtlos anbieten. Gleichzeitig sinken die Akquisitionskosten drastisch, da kostspielige Vermittlungsprovisionen komplett entfallen.

Wenige Hürden überwinden

Die technische Umsetzung ist weniger komplex als gedacht: Apple muss lediglich Schnittstellen bereitstellen, über die Banken die NFC-Funktionalität des iPhones direkt nutzen können, ohne den Umweg über Apple Pay gehen zu müssen. Ein entscheidender Vorteil ist, dass die meisten Institute auf ihre bestehende Infrastruktur aufbauen können. Die Verbindungen zu den Kartennetzwerken und Bezahlsystemen sind bereits vorhanden und die Sicherheitsstandards sind etabliert. Die Institute müssen im Wesentlichen nur ihre Apps erweitern und ihre Kreditprozesse konsequent digitalisieren.

Allerdings hat Apple technische Hürden implementiert, um den Wechsel von Apple Pay zu bankeigenen Apps zu erschweren. So müssen Nutzer ihre Banking-App beispielsweise als Standardzahlungsmittel konfigurieren. Das ist ein mehrstufiger Prozess, der von den Häusern intensive Aufklärung und zielgerichtetes Marketing erfordert. Doch die Investition zahlt sich aus. Denn wer die kritische Kundenschnittstelle kontrolliert, bestimmt die künftigen Spielregeln des Marktes.

Die Bedeutung der NFC-Schnittstelle haben internationale Akteure bereits erkannt. Vipps Mobile Pay nutzt die neue NFC-Schnittstelle in Skandinavien bereits erfolgreich und etabliert damit neue Marktstandards. Im Frühjahr 2025 wagte Paypal den Start hierzulande. Doch traditionelle Banken können mit entscheidenden Vorteilen punkten: einer deutlich besseren Benutzerfreundlichkeit durch eine tiefere, vertrauensvolle Kundenbindung und vor allem mit intelligenteren Produktlösungen. Wer Bonitätsdaten kennt und etablierte Kreditlinien clever aktiviert, kann langwierige Genehmigungsprozesse überflüssig machen. Die Finanzierungsentscheidung fällt dann nicht mehr am POS, sondern wurde bereits im Hintergrund vorbereitet. Das Ergebnis ist ein nahtloses Check-out-Erlebnis in Sekunden – ohne Wartezeit, ohne Formulare, ohne Medienbruch. Banken, die diese Chance nutzen, sichern sich die Kontrolle über diesen entscheidenden Touchpoint und legen die Standards für das Bezahlen der Zukunft fest. ■

Ratenzahlung einfach gemacht

So erfüllen Banken und Sparkassen mit ihrer App Kundenwünsche und werden deren Anforderungen gerecht:

- **In Sekundenschnelle bereit** – der Kunde nutzt die Bank-Wallet und kauft per App am POS ein. Die Bank erhält die Daten zur Transaktion und erstellt in Echtzeit ein Finanzierungspaket mit mehreren Optionen zu Laufzeit und Raten, aus denen der Kunde wählen kann.
- **Vertraute Bedienoberfläche** – die Finanzierungsoptionen sind nahtlos in den Bezahlvorgang integriert und über die Benutzeroberfläche der App bei Zahlungen per Karte oder Girokonto verfügbar. Die auf das Wesentliche reduzierte Auswahl vereinfacht den Vorgang und verbessert die Benutzererfahrung.
- **Compliance von Anfang an** – verpflichtende Informationen zum Kredit werden vollständig und revisionssicher in der App bereitgestellt. Die erforderlichen Kundeninformationen hat die Bank bereits im Vorfeld zusammengetragen.
- **Transparente Kostenstruktur** – Raten und Gebühren werden klar kommuniziert.

Verfasst von
Sven Dost,
Senior Manager bei Cofinpro.