



Bezahlen per Fingerabdruck. War das mal oder kommt das noch?

Es ist nun fast schon neun Jahre her, dass im Real Future Store in Tönisvorst, der ehemaligen „Innovationswerkstatt“ des Metrokonzerns, das Bezahlen per Fingerabdruck zum ersten Mal getestet wurde. Auch Edeka und Albert Heijn haben schon vor Jahren mit den ersten Tests begonnen. Aber so wirklich alltäglich ist die Authentifizierung mit den biometrischen Daten immer noch nicht geworden. Oder doch?

Von der Prozesseffizienz zum Kundennutzen

Als ich 2008 das erste Mal meinen Finger auf die Kasse gelegt habe, war es für die meisten Menschen noch eine sehr seltsame Vorstellung einen derart sensiblen Genehmigungsprozess mit dem Auflegen des Daumens zu bestätigen. Die Händler aber hatten bereits früh erkannt,

dass mit dem Einsatz der Fingerprint-Scanner Prozesse effizienter gestaltet und somit Kosteneinsparungen im Kassensbereich möglich werden könnten. Allein, wie sag ich´s meinem Kunden? Für die Konsumenten war der gesamte Ablauf nämlich doch noch sehr hölzern, ungewohnt und vielleicht auch beängstigend.

Der Fingerabdruck wird zur Touch-ID

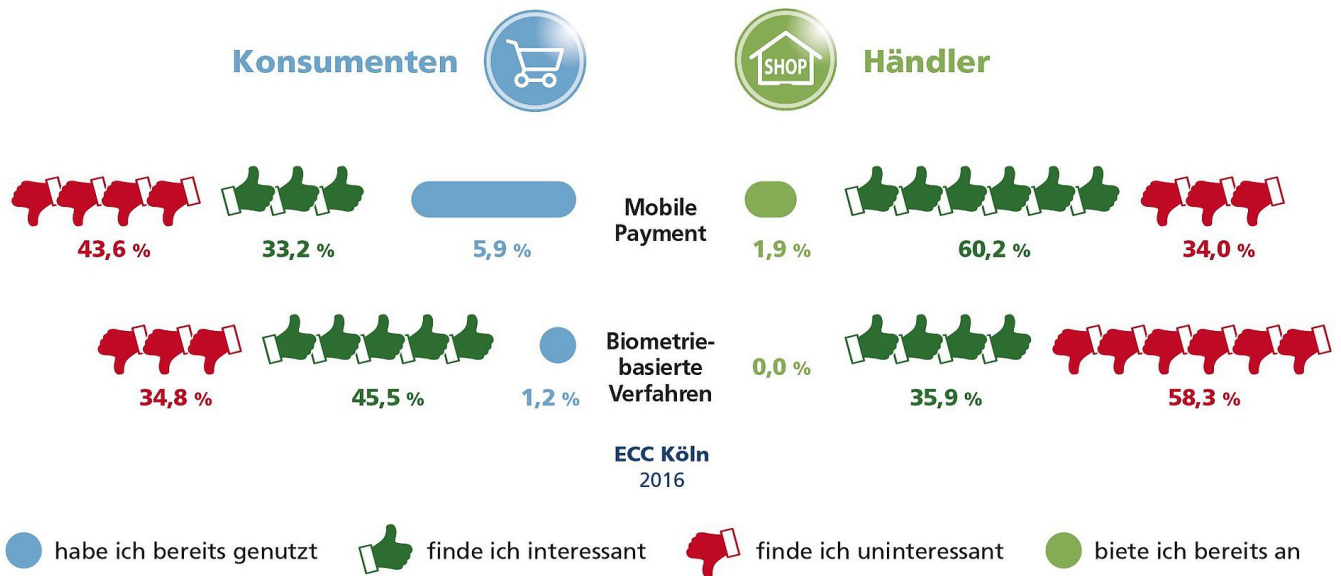
Erst die Integration der Technologie in Alltagshandlungen hat die Akzeptanz stark erhöht. Inzwischen nutzen viele von uns den Fingerabdruck mehrmals täglich - beim Entsperren des Smartphones oder des Laptops. Und auch die Begrifflichkeiten haben sich geändert. Aus dem dem Fingerabdruck, dem Fingerprint wurde inzwischen die Touch-ID. Touch klingt ja auch schon so viel emotionaler. Und genau das ist es, was den Umgang mit den biometrischen Anwendungen ändern kann - Emotion.

Die Nutzensteigerung und die Emotionalisierung der Kunden stehen heute viel deutlicher im Fokus. Man versucht, den Prozess für den Konsumenten zu vereinfachen. Und selbst für die als sehr kritisch bekannten deutschen Kunden scheint das Bezahlen per Fingerabdruck inzwischen eine echte Alternative zu sein.

Laut einer Studie des [IFH/ECC](#) können sich über 75% der Deutschen eher bis gut vorstellen, ihren Fingerabdruck zur biometrischen Identifikation zu nutzen Fingerabdruck. Auch andere Biometrische Bezahlverfahren sind für die Nutzer inzwischen gut vorstellbar, beispielsweise mit dem Scan der Iris (60 %) oder der Handlinien (50 %).

Nutzung von und Interesse an innovativen Zahlungsverfahren im stationären Handel

Fragetext: „Wie stehen Sie zu den folgenden Zahlungsverfahren beim stationären Einkauf?“, n = 883. „Wie stehen Sie zu den folgenden Zahlungsverfahren für Ihr stationäres Geschäft?“, n = 103.



Spannend dabei ist vor allem, dass sich die Konsumenten deutlich positiver gegenüber dem Bezahlen per Fingerabdruck oder anderen biometriebasierten Verfahren zeigen als die Händler, die wiederum für sich das Thema Mobile Payment deutlich interessanter einstufen als die Kunden.

Fazit

Wenn es den Händlern gelingt, das Verfahren emotional und einfach zu gestalten, kann die biometrische Identifikation für den Paymentprozess deutlich an Relevanz gewinnen.

Foto: [123RF](#)

Verpassen Sie keine Beiträge mehr!

Tragen Sie sich in unseren kostenfreien Newsletter ein. **Über 4.500 Kollegen aus Handel, Städten und Industrie** lesen ihn bereits.

[Jetzt anmelden](#)