

## UBS: Erstes Fazit zum Handy-Bezahlsystem

Montag, 27. Oktober 2014 16:53

---

### Im Beauty-Salon mit dem Handy bezahlen: Die UBS lancierte dazu im Sommer das System SumUP. Nun legt die Bank erstmals Zahlen vor.

Zahlen übers Handy: Was in den USA bereits im grossen Stil betrieben wird, bietet auch in der Schweiz Potenzial. Das haben die hiesigen Finanzdienstleister erkannt – und liefern sich nun ein Rennen um den neuen Markt.

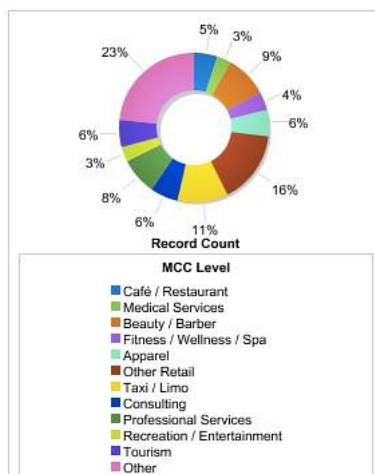
So auch die grösste Bank des Landes, die UBS. Sie lancierte diesen Sommer zusammen mit dem Anbieter [SumUP PIN+](#). Dieses soll es vor allem Kleinunternehmen ermöglichen, ohne teures Terminal bargeldlose Zahlungen entgegen zu nehmen. Dazu werden Smartphones mit einem einfachen Lesegerät kombiniert, das die Karten von Kunden erfassen kann. Die Transaktion wird dann übers Handy abgewickelt (mobile point of sale).

#### Bereits 2'000 Geräte verkauft

Nun legt die Grossbank nach vier Monaten Testzeit gegenüber dem [«IFZ Retail Banking Blog»](#) die Karten auf den Tisch. Die UBS gibt sich «sehr zufrieden» über den Anlauf des Projekts; bereits seien 2'000 Geräte verkauft worden.

Der durchschnittliche Betrag pro Transaktion liege bei 100 Franken, berichtet die Grossbank weiter. Die Nutzer der Technologie stammten dabei aus ganz unterschiedlichen Branchen, allen voran Retail, aber auch Taxidienste oder Beauty-Salons und Coiffeure.

#### Beauty und Taxi



Fully active = Fully onboarded and more than 5 tx

Die UBS ist indes längst nicht das einzige Finanzunternehmen, welches das Handy zum Portefeuille machen will. Kürzlich lancierte die Migros Bank eine App zur Bezahlung von Smartphone zu Smartphone (P2P); mit ähnlichen Angeboten unterwegs sind auch die PostFinance und ZKB.

## **UBS: Erstes Fazit zum Handy-Bezahlsystem**

Montag, 27. Oktober 2014 16:53

---

### **SIX lanciert mCashier**

Die Börsenbetreiberin und Zahlungsabwicklerin SIX startete ihrerseits letzten September die App [mCashier](#). Diese gleicht der SumUP-Dienstleistung der UBS und ermöglicht die Verarbeitung von Debit- und Kredit-Transaktionen.

Nun muss sich zeigen, welches Angebot das Rennen macht. Denn in diesem Geschäft ist die so genannte Convenience ein wichtiger Faktor – die Nutzer wollen nicht über zig verschiedene Apps zahlen, sondern suchen die eine Lösung, die alle Dienste zusammenfasst.