

Swisscom und Post fischen im gleichen Teich

Die Bundesbetriebe Swisscom und Post machen sich gegenseitig Konkurrenz – mit Gratis-Speicherplatz im Internet. Doch der Erfolg ist mässig.

Unbeschränkten Speicherplatz im Internet und einen elektronischen Briefkasten für Postsendungen von Unternehmen: Das bietet die Swisscom Privatpersonen unter dem Namen «Docsafe» gratis an.

Auch die Schweizerische Post bietet einen kostenlosen digitalen Briefkasten an. Dort heisst er «E-Post Office». Kunden können wählen, welche Post sie weiterhin auf Papier erhalten wollen und welche Sendungen sie lieber in elektronischer Form möchten.

Der Internetspeicherplatz für die Ablage von Dokumenten ist bei der Post auf 5 Gigabyte limitiert. Das ist gleich viel wie bei der iCloud von Apple, aber nur ein Drittel von Google Drive.

Künftig soll es bei Swisscom und der Post auch möglich sein, eingetroffene

Rechnungen direkt per Mausklick zu begleichen. Lanciert haben die beiden Bundesbetriebe ihre Cloud-Angebote im Sommer 2014.

Bescheidenes Interesse an neuen Angeboten
Geld verdienen wollen Swisscom und Post, indem Unternehmen für die Übermittlung von Post in die elektronischen Briefkästen ihrer Kunden bezahlen. Statt Portokosten fallen für die Unternehmen Gebühren

für die elektronische Übermittlung an.

Bis jetzt ist der Zulauf sehr bescheiden: Einzig die Post-Tochter Postfinance und die Motorfahrzeugkontrolle Solothurn sind bisher Kunden von «E-Post Office». Auch die Swisscom verfügt nur über zwei Kunden – die Zustellplattform PrivaspHERE und das Verwaltungszentrum St. Gallen.

Was die Kosten für die Entwicklung und den Unterhalt der Plattformen angeht, geben sich die beiden Konkurrentinnen bedeckt. Zu erfahren sind bloss angebliche Nutzerzahlen: Die Post beziffert sie auf «mehrere



BEZAHL-APPS VON SWISSCOM UND POSTFINANCE

Auf vielen Chefetagen scheint man sich einig zu sein: Bezahlen mit dem Handy ist die Zukunft. Deshalb drängen mehrere Unternehmen mit entsprechenden Lösungen auf den Markt. Darunter befinden sich Riesen wie Apple, Google, Facebook oder Samsung.

Auch in der Schweiz wollen sich diverse Unternehmen ein Stück vom

Tapit:
App der Swisscom war ein Flop



Kuchen abschneiden. Mit von der Partie: Swisscom und Postfinance.

Die Swisscom lancierte im Juli 2014 die App Tapit.

Twint:
App der Post bietet keinen Mehrwert



Sie ermöglicht das kontaktlose Bezahlen per Smartphone. Doch die App wurde bloss zehntausend Mal heruntergeladen. Die

Swisscom gab deshalb Anfang August bekannt, Tapit nächsten Sommer einzustellen. Wie hoch die Investitionen für das Projekt waren, will das Unternehmen nicht sagen.

Kaum hatte Swisscom das Ende von Tapit verkündet, präsentierte die Postfinance eine eigene Lösung. Die Bezahl-App namens Twint funktioniert mit der Übertragungstech-

nologie Bluetooth und ermöglicht bargeldloses Einkaufen in ausgewählten Läden. Allerdings muss der Benutzer zuerst Guthaben aufs Twint-Konto laden. Auch Twint wird wahrscheinlich scheitern: Solange Handy-Apps gegenüber der Bezahlung mit einer Karte keinen Mehrwert bieten, werden sie von den Konsumenten kaum verwendet.

Postcard: Für einen Dieb so gut wie Bargeld

Mit der neuen Postcard kann man bis 40 Franken einfach einkaufen. Das gilt auch für Diebe.

Alle neu ausgestellten Debitkarten der Postfinance verfügen seit diesem Sommer über eine Kontaktlosfunktion. Mit einer solchen Postcard kann man Einkäufe bis 40 Franken bezahlen, ohne einen PIN-Code einzugeben. Es genügt, die Postcard an das Zahlterminal zu halten. Dieses kontaktlose Bezahlen ist an immer mehr Verkaufspunkten möglich: etwa bei Migros, Aldi, am Kiosk oder bei McDonald's.

Bereits bekannt ist die Kontaktlosfunktion bei Kreditkarten. Postfinance hat nun als erste grosse Bank die Funktion auch bei

der Debitkarte eingeführt. Doch die Kontaktlosfunktion hat ihre Tücken: Für einen Dieb ist eine solche Karte wie Bargeld. Bis die Karte gesperrt wird oder das System Alarm schlägt, kann er Waren einkaufen.

Zudem sind auf dem Chip von Karten mit Kontaktlosfunktion gewisse Daten abgespeichert. Bei Kreditkarten sind das Kartentyp und -nummer, Verfalldatum und bei Visa auch noch der Name des Karteninhabers. Diese Angaben können mit Hilfe eines Smartphones oder einer speziellen Apparatur heimlich ausgespäht und missbraucht werden (*saldo* 4/14).

Sind auf der neuen Postcard auch Daten abgespeichert, die ein Datendieb missbrauchen könnte? *saldo* hat mit Hilfe der Zürcher Firma Swicure den Test gemacht. Swicure entwickelt Schutzhüllen gegen Datenklau. Resultat: Auf dem

Chip der Postcard finden sich Kartentyp und -nummer sowie das Verfalldatum.

Mit einem Smartphone konnten die Daten auf eine Distanz von 2 Zentimetern gelesen werden, mit einer Spezialausrüstung sogar auf 7 Zentimeter. Im Gegensatz zu einer Kreditkarte lässt sich mit diesen Informationen aber kaum Missbrauch betreiben. Der Grund: Wer im Internet mit der Postcard zahlt, braucht ein Kartenlesegerät und einen PIN-Code.

So deaktiviert man die Kontaktlosfunktion

Immerhin: Die Kontaktlosfunktion lässt sich deaktivieren: im Internet unter Postfinance.ch/kontaktlos, per Telefon 0848 888 710 (Fr. -.08/Min. ab Festnetz) oder am Postmaten unter «Weitere Funktionen» – «Kontaktloses Zahlen deaktivieren». *thl*

Ärgerlich: Die Bevölkerung finanziert indirekt beide Internetlösungen, aber selbst im besten Fall überlebt nur eine. Es ist unsinnig, dass zwei Betriebe, die mehrheitlich (Swisscom) respektive ganz (Post) in Bundesbesitz sind, praktisch dasselbe Produkt verkaufen. Grotesk: Der Bund spaltete 1998 die PTT in die Swisscom und die Post auf – mit verschiedenen Geschäftsbereichen. Jetzt fischen sie wieder im gleichen Teich.

Hätten sich die Swisscom und die Post nicht auf einen virtuellen Briefkasten einigen können? Swisscom sagt: «Wir haben mögliche Partner frühzeitig informiert. Warum sich die Post entschieden hat, eigene Wege zu gehen, müsste die Post beantworten.» Die Post behauptet, dass es «äusserst befruchtend und sinnvoll für die Konsumenten» sei, wenn mehrere Firmen solche Produkte entwickeln.

Thomas Lattmann

FORUM

Finden Sie die neuen digitalen Aktivitäten von Swisscom und Post nützlich?

Schreiben Sie an: *saldo*, Postfach 723, 8024 Zürich, redaktion@saldo.ch. Oder diskutieren Sie im Internet unter www.saldo.ch.



Postcard:
Neue Karten mit riskanter Funktion

Zehntausend», die Swisscom auf «etwas mehr als 70000». Das sind nicht sehr viele – angesichts der Tatsache, dass es sich um kostenlose Angebote handelt. Zum Vergleich: Der Internetspeicherdienst Dropbox hat in der Schweiz geschätzte 1 Million Kunden.

«Das Geld stammt von der Bevölkerung»

Martin Müller von der Firma Epipe, die in Zürich den Internetspeicher OwnCloud betreibt, stört sich an der Konkurrenz von Swisscom und Post. Die Angebote würden als «gratis» vermarktet – letztlich stamme aber das Geld dafür von der Bevölkerung –, bezahlt durch überhöhte Gebühren. Müller schätzt, dass Swisscom und Post je mehrere Millionen Franken in Entwicklung und Aufbau investiert haben. Hinzu kommen Unterhaltskosten für Infrastruktur und Personal von nochmals je über einer Million jährlich.