

Gut aufgelegt:

Bereits im Jahr 1999 entwickelte Ulrich M. Kipper die Idee für ein biometrisches Zahlssystem. Es dauerte allerdings noch weitere drei Jahre, bis Soft- und Hardware so weit ausgereift waren, dass er sein Vorhaben umsetzen konnte.



Unsere Story hat er

Mit seiner Firma IT-Werke hat Ulrich M. Kipper das Bezahlen an der Kasse revolutioniert: Über sein System können Kunden mittels eines Fingerscans erkannt und einem Datensatz zugeordnet werden. Im Interview mit Doris Geiger und Tobias Symanski spricht der Unternehmer über die Zukunftsmöglichkeiten seiner Entwicklung und darüber, wie schwierig es ist, Neues zu etablieren.

inside B: Herr Kipper, in Ihrem „ersten Leben“ waren Sie Entwicklungshelfer in Togo. Heute sind Sie Softwareentwickler in Lahr. Was hat Ihnen an Ihrem alten Job nicht mehr gefallen?

Kipper: Die deutsche Entwicklungshilfe ist so stark in Formalismen und Ineffizienz abgedrftet, dass es heute schwierig ist, die eigentliche Entwicklungsarbeit zu leisten.

inside B: Nennen Sie uns ein Beispiel?

Kipper: Ich habe für ein Projekt gearbeitet, das in den 60er Jahren angestoßen wurde. Es sollte eine Milch- und Fleischversorgung für die Bevölkerung entwickelt werden. Ein großer Weidebetrieb wurde aufgebaut. Doch anstatt einen Wirtschaftsfachmann an die Spitze des Ganzen zu setzen, hat man sich für einen Tiermediziner entschieden. Das ist auch bei anderen Projekten so gelaufen ...

inside B: ... mit der Folge ...

Kipper: ..., dass die ganze Sache nicht richtig funktioniert hat. Deswegen wurde in der Folge die Strategie geändert und kleinbäuerliche Betriebe gefördert. Aber wenn die eine Kuh, die der Bauer besitzt, doppelt so viel Milch gibt wie vorher, kurbelt das den Wirtschaftskreislauf noch lange nicht an.

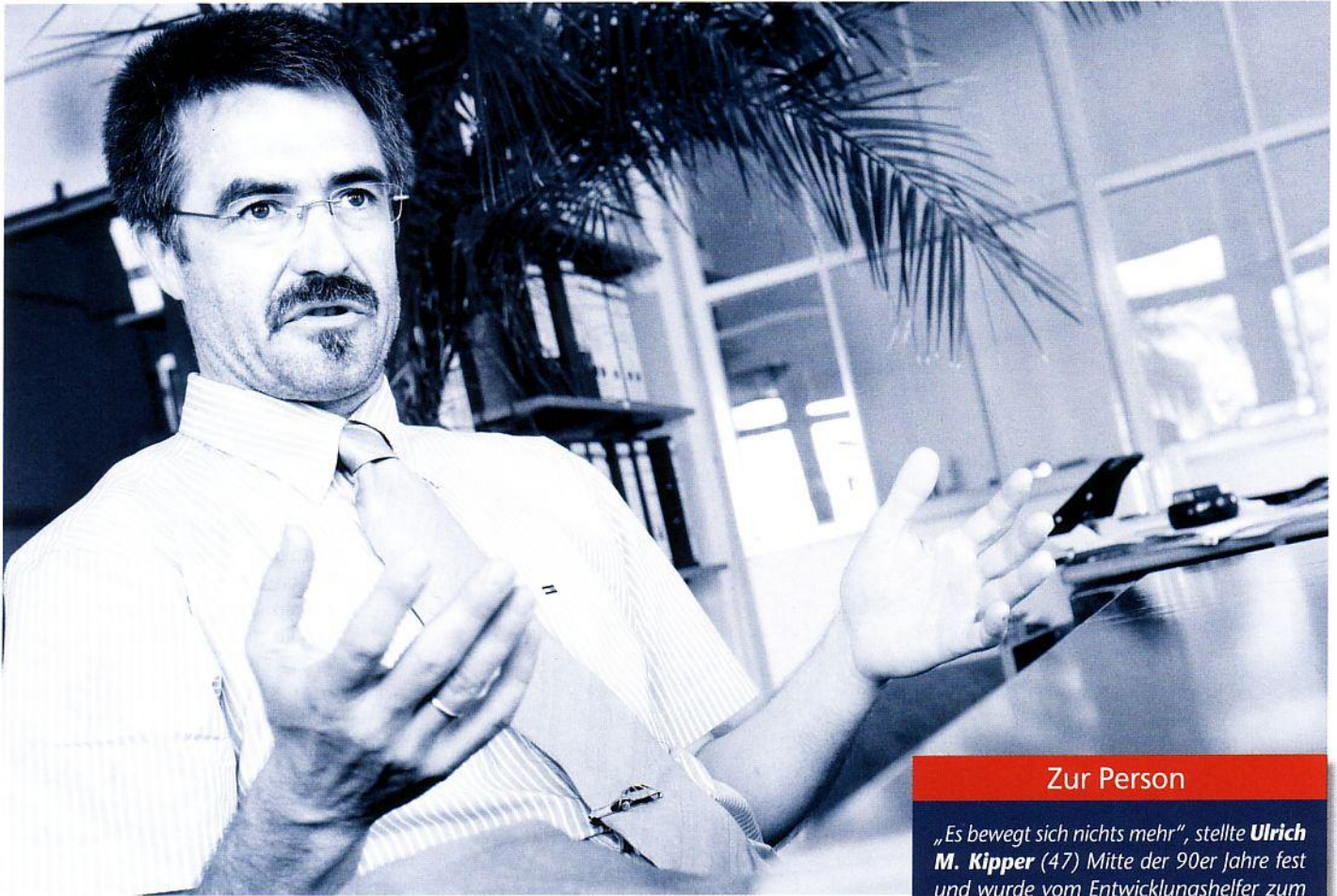
inside B: Sie sind nicht gerade ein Sozialromantiker mit Helfersyndrom?

Kipper: Die Menschen in Afrika brauchen das auch nicht. Sie sind nicht anders gestrickt als wir Europäer. Sie wollen ein Auto fahren und abends ein Bier in der Kneipe trinken. Und ich wollte einfach, dass die Bevölkerung mehr Geld in die Taschen bekommt.

inside B: Gutes Stichwort. Mit Digiproof haben Sie ein System entwickelt, mit dem per Fingerscan bargeldlos in Geschäften bezahlt werden kann. Was ist das Neue an Ihrer Idee?



st begonnen



Kipper: Das Neue liegt darin, Biometrie in einem Bereich zu verwenden, der nicht auf Überwachung abzielt, sondern auf etwas Angenehmes: Wir wollen das Leben der Menschen leichter machen.

inside B: Wie schwierig ist es, Innovationen im Alltag zu etablieren?

„Mit der Einführung des neuen Bezahlensystems konnte Wagener einen Umsatzzuwachs verbuchen.“

Kipper: Wenn sie nur dazu da sind, Menschen zu kontrollieren, werden sie sicher nicht akzeptiert. Innovationen müssen einen fühlbaren Nutzen haben. Am Anfang existiert eine Art Einstiegshürde, die überwunden werden muss. Beispielsweise beim Handy: Mitte der 90er Jahre war es noch verpönt, eines zu besitzen. Heute gibt es zumindest statistisch gesehen keinen Deutschen mehr, der keines hat.

inside B: Warum kommen Biometrie-Systeme erst jetzt im Einzelhandel zum Einsatz?

Kipper: Seit 1995 existieren Techniken, mit denen Menschen über ihre Fingerabdrücke erkannt werden können und die vor allem in der Sicherheitstechnologie zum Einsatz

kommen. Die eigentlich triviale Idee, mit dem Finger zu bezahlen, hatte ich bereits 1999. Aber es hat noch weitere drei Jahre gedauert, bis die Leistungsfähigkeit der Hardware so groß war, dass die Idee auch wirklich umgesetzt werden konnte.

inside B: Sie haben Ende vergangenen Jahres das Kaufhaus Wagener in Baden-Baden mit dem Bezahlensystem ausgestattet. Wie sieht die erste Bilanz aus?

Kipper: In Bezug auf die Erfahrungen ist Wagener für uns ein absoluter Glücksfall. Bereits 25 Prozent der Umsätze werden über die Bezahlung mit dem Finger abgewickelt. Vor allem Kunden jenseits der 40 nutzen das neue System.

inside B: Ältere Menschen gehören normalerweise nicht zu denjenigen, die neue Technologien schnell akzeptieren.

Kipper: Nur, wenn sie das Leben komplizieren. Jeder kennt doch die täglichen Szenen an der Kasse: Wenn Ältere im Kleingeld die passende Münze nicht finden und die Kassiererin helfen muss oder ihnen der Pin-Code nicht einfällt, entstehen peinliche Situationen. Menschen geben sich nur ungern eine Blöße an der Kasse. Mit dem Bezahlen per Finger kann das nicht passieren.

inside B: Wie groß ist der Widerstand bei

Zur Person

„Es bewegt sich nichts mehr“, stellte **Ulrich M. Kipper** (47) Mitte der 90er Jahre fest und wurde vom Entwicklungshelfer zum Softwareentwickler: Seit 1996 beschäftigt er sich mit dem Internet, entwickelte Software-Programme und Datenbankanwendungen. Dabei kam Kipper die Idee für ein biometrisches Zahlensystem, er gründete die IT-Werke in Lahr. Seine berufliche Laufbahn begann jedoch in Togo. Nach dem Studium ging der gelernte Agraringenieur für die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) nach Afrika, kümmerte sich nach seiner Rückkehr im Jahr 1988 als selbstständiger Berater um weitere Entwicklungshilfe-Projekte. Kipper ist verheiratet und hat drei Kinder.

Menschen hierzulande, ihre persönlichen Daten zusammen mit ihrem Fingerabdruck preiszugeben?

Kipper: Die Deutschen haben ihre Scheu verloren. In den 80er Jahren haben sich noch alle gegen die Volkszählung gewehrt. Heute werden immer und überall Daten erhoben und gespeichert. Allein das Bonusssystem „Payback“ hat eigenen Angaben zufolge 28 Millionen registrierte Nutzer. Denen ist es völlig egal, ob sie transparent sind oder nicht, nur weil nach zehn Jahren fleißigem Punktesammeln ein Toaster rauspringt. Es interessiert anscheinend

auch niemanden, dass der Besitzer eines Handys auf einen Meter genau geortet werden kann.

inside B: Werden Menschen nicht zum schnellen Konsum verführt, wenn das Geld so leicht aus dem Finger läuft?

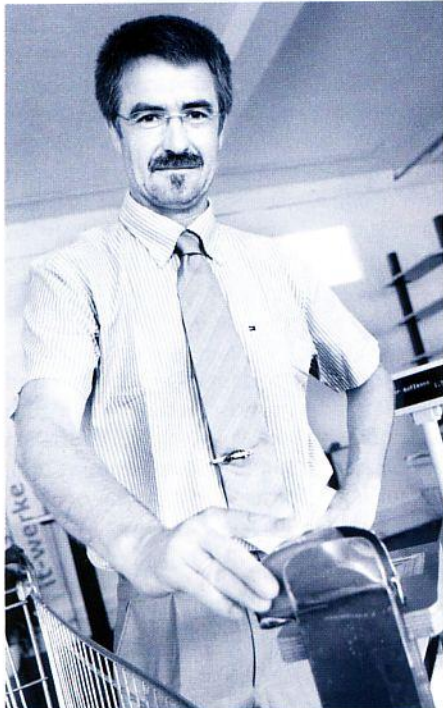
Kipper: Ich denke nicht, dass Kaufhemmnisse bei einer Plastikkarte größer sind als beim Fingerabdruck. Eines zeigt sich aber: Mit der Einführung des neuen Bezahlsystems konnte Wagener einen Umsatzzuwachs verbuchen.

inside B: Also doch Verführung?

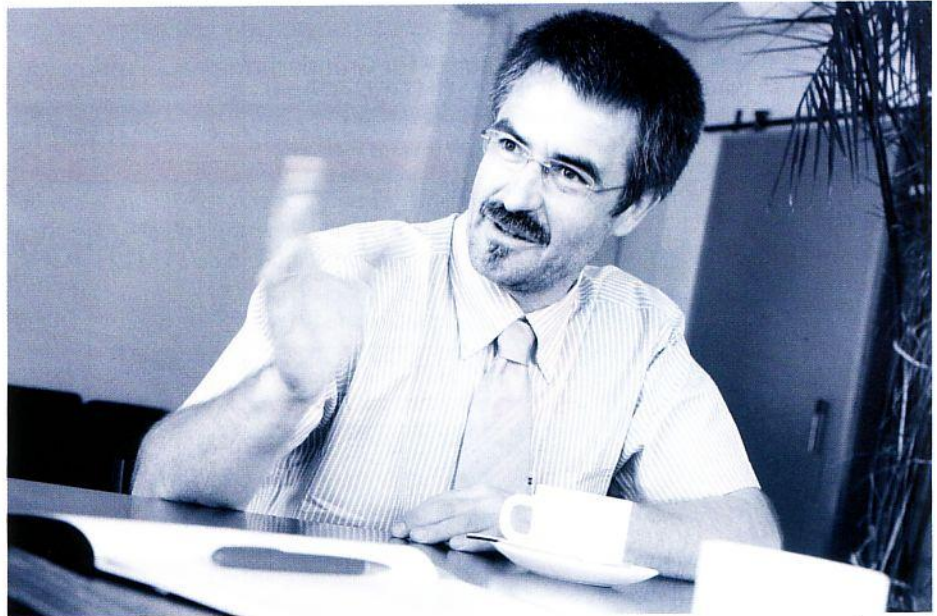
Kipper: Die Kunden geben nicht mehr Geld aus als vor der Einführung des Bezahlsystems. Der Kuchen wird nur neu verteilt. Diejenigen, die einem Laden sowieso schon treu sind, werden beim nächsten Einkauf eher wieder dorthin gehen. Deswegen profitieren die Läden am stärksten vom Bezahlen mit dem Finger, die das System zuerst eingeführt haben, denn sie haben zumindest am Anfang ein Alleinstellungsmerkmal.

inside B: Sie haben auch Edeka als Kunden gewonnen. Wie wollen Sie Ihr Produkt noch weiter im Markt verbreiten?

Kipper: Das ist der nächste große Schritt. Bis 2003 haben nur wenige Menschen an das geglaubt, was wir heute verkaufen. Unsere Story hat gerade erst begonnen. Wir haben die ersten Referenzkunden und rüsten derzeit zwei bis drei Märkte pro Woche



Nie mehr nach Kleingeld kramen, nie mehr den Pin-Code der EC-Karte vergessen. Mit ihrem Finger können Kunden bei Edeka und Wagener ganz entspannt bezahlen.



Die Stärken der IT-Werke: „Wir führen Informationen so zusammen, dass Unternehmen auf dieser Grundlage entscheiden können. Mit Digiproof können Einzelhändler ihre Kunden kennen lernen: Welche Hosen ziehen sie an, welcher Kaffee wird getrunken?“

aus. Jetzt ist es wichtig, dass wir den Markt kontinuierlich ausbauen.

inside B: Was ist dabei Ihr größtes Problem?

Kipper: Wir sind ein 20-Mann-Unternehmen. Wenn wir auf einen großen Konzern wie Shell zugehen, um uns über ein Bezahlsystem an Tankstellen zu unterhalten, müssen wir erst einmal wahrgenommen werden. Der Ausdruck „David gegen Goliath“ ist in diesem Fall noch untertrieben.

inside B: Haben Sie es schon bei Apotheken, die ja vornehmlich ältere Kunden haben, probiert?

Kipper: Apotheken arbeiten mit speziellen EDV-Systemen, um Medikamente und Kunden zu verwalten. Einen dieser Systemanbieter haben wir für uns gewonnen, docken uns an sein Warensystem an und werden demnächst einen Prototypen vorstellen.

inside B: Sie sind absolut überzeugt von Ihrem System. Ärgert es Sie nicht, wenn das potenzielle Kunden nicht erkennen?

Kipper: Ich kann keinem Unternehmer böse sein, nur weil er unser Produkt nicht kauft. Im Handel wird knallhart kalkuliert. Der eine hat seine Visionen im Cent-Bereich, der andere setzt auf einen Ausbau von Kundenbeziehungen. Meiner Meinung nach haben mittelständische Kaufhäuser nur eine Überlebenschance, wenn sie ein Einkaufserlebnis schaffen. Für eine Woolworth-Atmosphäre kann man kein Geld verlangen. Deswegen müssen gerade Mittelständler um starke Kundenbeziehungen bemüht sein.

inside B: Haben Sie noch weitere Ideen?

Kipper: Die Tatsache, Menschen an ihren

Fingern zu erkennen, ist die Pflicht, und die ist intellektuell abgehakt. Was mit dem System alles gemacht werden kann, wird die Zukunft zeigen. Als ich die Idee für Digiproof hatte, wollte ich eigentlich ein Bezahlssystem für das Internet entwickeln. Das habe ich immer noch vor.

inside B: Was hält Sie auf?

„Der eine hat seine Visionen im Cent-Bereich, der andere setzt auf Kundenbeziehungen.“

Kipper: Technisch ist das alles kein Problem. Sie müssen andere jedoch davon überzeugen, dass es funktioniert. Wir brauchen beispielsweise einen großen Bank-Partner, dessen so genannte Front-Ends wir nutzen können, um Kunden zu registrieren. Banken erfassen ihre Kunden qualitativ hochwertig. Denn es muss sichergestellt werden, dass Ulrich Kipper auch Ulrich Kipper ist und nicht nur jemand, der mit seinem Personalausweis unterwegs ist.

inside B: Was wäre mit Digiproof noch alles möglich?

Kipper: Grundsätzlich könnten alle Prozesse autorisiert werden: Wählen, Formulare signieren, und, und, und. Doch deswegen wird sich kein Mensch einen Fingerscanner und die dazugehörige Software anschaffen. Die Investition wird nur getätigt, wenn sie Nutzen bietet. Komfortables TV-Shopping, sicheres Homebanking, die Möglichkeit spontan ein Video runterzuladen – da wollen wir hin.