



Foto: Wirecard/Andreas Pohlmann

Bereit für die Zukunft

Bezahlen mit Smartwatch oder Fingerabdruck, Rabatte direkt aus der Payment-App oder „unsichtbares Bezahlen“ ohne Kassenschlangen – so sieht Jörn Leogrande vom Finanzdienstleister Wirecard die Zukunft bei den Bezahlssystemen im Einzelhandel.

von Jörn Leogrande

„Für eine breite Akzeptanz müssen neue Payment-Lösungen ein deutlich besseres Shopping-Erlebnis bieten.“

Jörn Leogrande

Executive Vice President Mobile Services
Wirecard



Die Deutschen sind ein Volk von Barzahlern – so heißt es immer wieder. Die Zahlen scheinen dieser Einschätzung Recht zu geben. Laut der Europäische Zentralbank tragen in keinem anderen Land der Europäischen Union die Menschen so viel Bargeld im Portemonnaie wie in der Bundesrepublik. Vor allem Klein- und Kleinstbeträge werden mit Scheinen und Münzen beglichen, wie eine EZB-Studie von 2017 zur Nutzung von Bargeld belegt. Doch etwas bewegt sich – denn trotz aller Zurückhaltung geht der Trend hin zum mobilen Bezahlen. Zwar halten sich die Verbraucher hierzulande, verglichen mit unseren dänischen Nachbarn, mit Schweden oder gar China noch zurück – wachsende Angebote und die flächendeckende Verbreitung kontaktloser Bezahlterminals am Point of Sale schaffen jedoch die nötigen Voraus-

setzungen für einen zunehmenden Einsatz bargeldloser Bezahlmöglichkeiten.

Mobiles Bezahlen per Handy und Smartwatch birgt in Deutschland ein großes Potenzial. Dennoch ist die Entwicklung und Akzeptanz in Sachen Mobile Payment aktuell noch mehr Evolution als Revolution.

China macht's vor

Dabei zeigen Beispiele wie die chinesische App Alipay, wie man Kunden für das Bezahlen per Smartphone und Co. begeistern kann. Mit gut 600 Millionen Nutzern ist Alipay die erfolgreichste Mobile-Payment-Lösung weltweit. Die App ermöglicht neben dem mobilen Bezahlen das Verwalten von Gutscheinen und zeigt Shop-Empfehlungen und Bewertun-

ANZEIGE

Vom reinen Bezahlen zum smarten POS!

Die beiden neuen CCV Smart Terminals mit Chip-, Kontaktlos- und Magnetstreifenleser, Drucker, Kamera, Scanner und Touchdisplay sind echte Multifunktions-Wunder



Für was nutzen Sie Ihr Smartphone? Kalender und Nachrichten gehören bestimmt zu den Basisfunktionen. Richtig interessant wird es bei individuellen Apps wie Einkaufszettel oder Schrittzähler; vom Urgedanken der mobilen Telefonie sind wir gefühlte Äonen entfernt. So auch beim Bezahlen: die Barzahlung lässt sich sozusagen mit

dem Ur-Handy gleichsetzen und wird es (wohl) immer geben. Seitdem haben sich die Systeme am POS teils sprunghaft weiterentwickelt. Im Terminalbereich gab es nun den nächsten Evolutionsschritt hinein in die Android-Welt. Mit „PayDroid“, einer für Bezahlterminals angepassten, in sich geschlossenen Android-Version, können auf den Geräten, wie dem CCV Smart Mobile und dem stationären CCV Smart Point, Apps installiert werden, die über das reine bargeldlose Bezahlen hinausgehen. Gleichzeitig gilt: Safety first. Neben den digitalen Vorteilen verarbeiten die Terminals sensible Kartendaten, die es zu schützen gilt. Alle Apps durchlaufen eine strenge Prüfung, um dann im CCV App Store installiert werden

zu können. Die CCV Smart Terminals sind die ersten „All-in-One“ Geräte, die diesen Namen auch verdienen. Chip-, Kontaktlos-, Magnetstreifenleser, Drucker, Kamera, Scanner, Touchdisplay: Für den Händler ein echtes Platz- und Funktionswunder.

Kontakt



CCV Deutschland GmbH
Gewerbering 1
84072 Au i.d. Hallertau
marketing@de.ccv.eu, www.ccv.eu/de-de
Tel. +49 (8752) 864 0, Fax +49 (8752) 864 100
Kontakt: Susanne Kohlhofer, Head of Marketing

Foto: xxxxxxxxxxx



Bild oben: Kontaktloses Bezahlen mit der Smartwatch
Bilder rechts: Smarter Kühlschrank „HelloFreshGo“



Fotos (3): Wirecard

gen von Freunden. Eine derartige Payment- und Shopping-Plattform bietet Konsumenten einen Mehrwert, der über die Bezahlung am POS hinausgeht. Doch nicht nur der Kunde, auch der Einzelhandel kann profitieren. Denn Alipay oder der Mitbewerber Wechat Pay sind auch Marketingtools, mit dem Händler ihre Kunden ansprechen und binden können, etwa durch einen individuellen Rabatt. Auch immer mehr Händler in ganz Europa – von Rossmann über Body Shop bis hin zu Swarovski – akzeptieren diese alternativen Zahlungsmethoden, um so einen direkten Zugang zu den shoppingfreudigen chinesischen Touristen zu gewinnen.

Customer Experience zählt

Solange auch Händler Mobile Payment als reines Substitut für Bargeld, EC- oder Kreditkarte verstehen, wird es nicht gelingen, diese Technologie flächendeckend in Deutschland zu etablieren. Für eine breite Akzeptanz neuer Payment-Lösungen müssen diese ein deutlich besseres Shopping-Erlebnis bieten. Gerade im Einzelhandel sind moderne Payment-Lösungen in der Lage, die Customer Experience zu verbessern und als störend empfundene Wartezeiten an der Kasse zu verringern.

Zu den vielversprechenden Technologien gehören Connected-Commerce-Konzepte: Supermärkte auf Basis von Internet-of-Things-Technologie (IoT) sorgen derzeit weltweit für Aufsehen. In Deutschland präsentierten T-Systems und Wirecard vor kurzem ein Store-Konzept, bei dem sich der Kunde an einem vernetzten Supermarktregal bedienen kann. Nach einer einmaligen Registrierung erkennt das System den Nutzer bei Betreten des Ladens, registriert, welche Produkte aus den Regalen entnommen werden und rechnet den Einkauf automatisch bei Verlassen des Marktes ab. Der Schlüssel zum Erfolg dieser Technologie ist auch hier die verbesserte Customer Experience: Intelligente Einkaufslisten führen den

Kunden auf direktem Weg zu den benötigten Artikeln. Weiterführende Informationen zum Produkt, zu Allergenen oder unerwünschten Inhaltsstoffen lassen sich auf dem Smartphone einblenden, sobald das Produkt aus dem Regal genommen wird. Da die Abrechnung der tatsächlich entnommenen Waren automatisch im Hintergrund erfolgt, fallen auch Wartezeiten an der Kasse weg.

Auch der Handel profitiert vom Einsatz der Lösung: Das vorhandene Personal kann sich besser auf die Beratung der Kunden konzentrieren, anstatt im Kassensbereich gebunden zu sein. Sonder- und Cross-Selling-Angebote lassen sich auf jeden Einkauf individuell zuschneiden, und selbst individuelle Preisnachlässe können anhand des Kaufverhaltens gewährt und direkt auf dem Smartphone angezeigt werden.

Bedenken in Sachen Sicherheit lassen sich mit biometrischen Bezahlmethoden begegnen – durch die Bestätigung eines Bezahlvorgangs mit dem Fingerabdruck sind Kunden selbst bei Diebstahl des Smartphones oder böswilligen Angriffen von Cyberkriminellen vor unrechtmäßigen Einkäufen geschützt.

Fit für die Zukunft

Erfolgreiche Bezahlsysteme der Zukunft sind unkompliziert und bieten sowohl dem Kunden als auch dem Handel einen echten Mehrwert. Schon heute stehen entsprechende Lösungen bereit. Im zunehmenden Wettbewerb mit dem Onlinehandel sollten Einzelhändler auf neue Konzepte setzen, die die Customer Experience verbessern. Zukunftsweisende Technologien wie IoT-unterstützte Shopping- und Bezahlösungen können die Lücke zwischen Online- und Offlinehandel schließen und die Vorteile des stationären Einkaufserlebnisses mit denen des Onlineshoppings verbinden. Entsprechende Lösungen sind bereits am Markt erhältlich und warten darauf, eingesetzt zu werden – die Zukunft des Bezahls hat bereits begonnen.