

Yapital – nicht nur mobil, sondern einfacher

Von Nils Winkler



Yapital, der Bezahl dienst der Otto-Group, steht nahezu in den Startlöchern. Der Anspruch, den das System erfüllen will, ist hoch: Es soll das Bezahlen nicht nur mobil, sondern für alle Beteiligten primär einfacher machen. Im Vordergrund steht dabei ein kanalübergreifender Ansatz: Vom PoS im Laden über den Rechnungkauf (etwa Otto) bis hin zu Zahlungen von privat an privat. Smartphones und QR-Codes sollen dabei eine wichtige Rolle spielen. Die Ausgangslage für die Etablierung des Systems bewertet Nils Winkler als gut: Dank der Zugehörigkeit zur Otto-Group steht der Zugang zu rund 60 Online-Händlern und weltweit 400 Ladengeschäften offen. Die Einführung bei Partnern außerhalb der Otto-Group ist in Vorbereitung. Red.

Geht es nach den Experten, stehen wir seit Jahren kurz vor dem Durchbruch des Mobile Payments: Die Analysten von Gartner beispielsweise rechnen damit, dass der globale Markt dafür bis 2016 um jährlich 42 Prozent wachsen wird.¹⁾ In drei Jahren wäre damit ein Marktvolumen von 617 Milliarden US-Dollar erreicht – 448 Millionen Menschen würden dann mobil bezahlen.

Dabei scheinen die Deutschen im Vergleich zu etwa den Japanern und US-

Amerikanern deutlich weniger bereit, ihr Bezahverhalten zu ändern. „Mobil“ allein ist nicht die entscheidende Eigenschaft, die sie sich von einem neuen Bezahlfahren erhoffen – Cross-Channel-fähig sollte es sein.

Bezahlen – an sich war das immer eine relativ simple Alltagstransaktion: Produkt und Geldstücke kreuzen ihre Wege auf dem Ladentisch – und erledigt. Viele empfinden das heute anders: Der Bezahlvorgang stiehlt ihnen immer mehr Zeit, was so einfach sein könnte, macht nicht selten genug Mühe: die umständliche Eingabe der Rechnungsinformationen ins Online-Banking-Programm, das Authentifizierungsprozedere, das Warten in der Supermarktschlange, das Kramen nach Kleingeld.

All das ist Alltag – man hat sich daran gewöhnt. Alltag ist leider aber auch, dass einem das Bargeld ausgeht, wenn gerade kein Geldautomat in der Nähe ist, die Giro- oder Kreditkarte nicht akzeptiert wird, keine Zeit oder Geduld für das Online-Banking bleibt oder das Passwort fürs E-Payment aus dem Gedächtnis verschwunden ist.

Zum Autor

Nils Winkler ist Chairman of the Board der Yapital Financial AG, Luxemburg.

All das zeigt, dass es sich durchaus lohnt, darüber nachzudenken, wie es anders gehen könnte: Nicht nur mobiler, sondern vor allem einfacher, zeitsparender.

Bezahlen neu gedacht

Genau darüber haben wir uns bei Yapital von Anfang an Gedanken gemacht: Wie, wann und wo bezahlen Menschen eigentlich? Welche Probleme tauchen dabei auf? Was geht dem Verbraucher besonders auf die Nerven? Wo erhofft er sich Verbesserungen?

Eines der wichtigsten Ergebnisse dieser Überlegungen war dabei: An Bezahlvarianten herrscht auf dem Markt wirklich kein Mangel, jeder Vertriebsweg leistet sich mindestens eine eigene – ob nun stationär, online, mobil oder fürs Zahlen auf Rechnung.

Zwar ist Auswahl an sich ja durchaus zu begrüßen, aber dass zu viel Auswahl den Konsumenten auch frustrieren kann, ist eine Binsenweisheit des Handels. Für den Verbraucher ist die Bezahlvielfalt jedenfalls umständlich und verwirrend. Und für den Händler ist sie kostenintensiv und aufwendig, muss er seinen Kunden doch möglichst viele Bezahlarten anbieten können.

Wenn die heutige Bezahlkultur also unübersichtlich und das Bezahlen alles an-

dere als einfach ist – ist dem Verbraucher dann wirklich mit Mobile Payment allein gedient? Marktforschungen zeigen, dass die Wünsche und Erwartungen des Konsumenten durchaus weiter gehen.²⁾ Was ihm in seiner Situation wirklich nützt, ist ein Service, der einfach, schnell, sicher und intuitiv funktioniert – und zwar über alle Kanäle hinweg.

Smartphone ist die neue Geldbörse

Einen solchen Service bringt Yapital auf den Markt. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten wir an und mit verschiedenen zukunftsweisenden Technologien. Und um die Lösung für Verbraucher und Händler attraktiv zu gestalten, wird Yapital an aussichtsreicher Stelle im Ökosystem positioniert.

Auch das Smartphone wird in dieser Lösung eine sehr wichtige Rolle spielen, keine Frage. Laut aktueller TNS-Studie hat der Verbraucher sein Smartphone neben Schlüsseln und Geldbörse immer dabei.³⁾ Dessen Verlust bemerkt er nach zwei Minuten, den des traditionellen Portemonnaies erst nach einer halben Stunde. Da ist es nur konsequent, das Mobilgerät als integralen Bestandteil einer umfassenden Cross-Channel-Payment-Lösung zu sehen.

Bezahlen per QR-Code

Die Lösung wird dabei über die klassische Bezahlfunktion am Point of Sale hinausgehen.

■ Ein Beispiel ist der Rechnungskauf: Yapital-Nutzer müssen nur einen auf der jeweiligen Rechnung aufgedruckten QR-Code scannen, der die Rechnungssumme enthält, um die Zahlung zu veranlassen. Keine lästigen Nummern-Eingaben beim Online-Banking mehr – was vorher eine Viertelstunde kostete, klappt in wenigen Minuten.

■ Im Supermarkt brauchen die Kunden nur einen QR-Code auf dem Terminal zu scannen, der Kaufbeleg wird digital auf dem Smartphone gespeichert. Keine Wartezeit in der Schlange mehr.

■ Und auch die kleinen Auslagen unter Freunden lassen sich schnell und einfach begleichen. Was und wo der Kunde kaufen möchte, soll er doch immer noch selbst entscheiden dürfen. Mit Yapital wollen wir ihm das Wie erleichtern, näher am Kaufimpuls sein.

Aussichtsreiche Ausgangslage

Neben dem Einsatz modernster Technologien kann der Service dank der Zugehörigkeit des Unternehmens zur Otto Group extrem aussichtsreich im Markt positioniert werden: Dadurch hat Yapital Zugang zu einem einzigartigen Ökosystem – mit rund sechzig Online-Händlern wie Otto.de, Sport-Scheck und Baur und weltweit 400 Ladengeschäften. Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit mit weiteren namhaften Partnern außerhalb der Otto Group vorbereitet, um dauerhaft in jeder verbraucher-nahen Branche präsent zu sein.

Was ist es, das wir dem Händler dabei bieten können? Auch der Handel weiß, dass er sich auf Veränderungen auf dem Markt einstellen muss. Laut einer Umfrage des EHI Retail Institute⁴⁾ rechnen inzwischen 48 Prozent aller befragten Händler damit, mobiles Bezahlen mit dem Smartphone innerhalb von ein bis drei Jahren in den eigenen Verkaufsstellen zu etablieren. Für diese Veränderungen stellen wir ihm eine zukunftsfähige und innovative Lösung zur Seite.

Mehrwerte für die Händler

Doch auch für den Händler gilt: Mobiles Bezahlen alleine ist nicht die Antwort auf alle Fragen. Ein modernes Bezahlverfahren sollte zusätzliche Mehrwerte bieten. Beispielsweise sollte das Pricing transparent und wettbewerbsfähig sein, ebenso wie die Kosten für Bargeld-Bewegungen. Yapital wird Händlern aber noch weitere Vorteile liefern:

Der Rechnungskauf per QR-Code beispielsweise verkürzt die Latenz zwischen Kauf und Bezahlung. Denn hier wird der Kaufbetrag in gleicher Sekunde dem Account des Händlers gutgeschrieben. Außerdem sind mit Yapital die Transaktionen garantiert. Darüber hinaus ist die Integration des digitalen Bezahlendienstes in die Händlersysteme schnell und einfach möglich.

Ein digitales Bezahlssystem, das erfolgreich sein will, muss die Bedürfnisse beider Seiten adressieren – die des Konsumenten und die des Händlers. Beide eint der Wunsch nach einer echten Cross-Channel-Payment-Lösung, mit der der eine einkaufen und bezahlen, der andere Geld empfangen kann – über alle Kanäle hinweg, einfach, schnell und sicher. Diesen Wunsch wird Yapital erfüllen.

Anmerkungen

¹⁾ Gartner report „Forecast: Mobile Payment, Worldwide, 2009-2016“.

²⁾ Capgemini Consulting „Blaze the way for mobile payment in Germany“.

³⁾ TNS „MPayment Sonar 2012“

⁴⁾ EHI Retail Institute „IT-Trends im Handel 2013“.

Bitte merken Sie vor!



Bankkarten-Forum 2013

am 26. September 2013
in der DZ BANK AG, Frankfurt am Main