

## Karten aktuell

## „Wir kommen dem Ziel, alle relevanten Consumerbranchen zu erreichen, einen bedeutenden Schritt näher“

Die am 3. April bekannt gegebene Zusammenarbeit von Concardis und Yapital könnte das Mobile Payment in Deutschland ein gutes Stück voranbringen. Aus aktuellem Anlass hat die Redaktion deshalb Nils Winkler zum Status quo und den Perspektiven von Yapital befragt. Die Aufnahme in das Produktportfolio eines großen Acquirers, so Winkler, wird das Cross-Channel-Verfahren ein gutes Stück voranbringen. Auch die Interchange-Regulierung, die Mobile-Payment-Verfahren wie Yapital im Vergleich zur Kartenzahlung recht teuer machen wird, macht ihm offenbar nicht bange. **Red.**

**Karten** **Wie viele Akzeptanzpartner hat Yapital mittlerweile, und wie viele Transaktionen wurden seit Marktstart durchgeführt?**

Yapital ist derzeit in rund 3 500 stationären Geschäften verfügbar, insgesamt akzeptieren rund 50 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen on- wie offline Yapital als Zahlungsmethode. Darunter beispielsweise Rewe, Sport-Scheck, Baur, Arqueonautas, die European Games Group und Novum Group Hotels. Bei Sport-Scheck kann Yapital bereits auf allen Kanälen, das heißt im Ladengeschäft,



**Nils Winkler,**  
Chairman of the  
Board, Yapital  
Financial AG,  
Luxemburg

im Online-Shop sowie beim Kauf auf Rechnung, eingesetzt werden.

Seit dem Start im Juli 2013 verzeichnet Yapital eine stetig wachsende Zahl an Endnutzern. Und das ohne aktive Konsumentenansprache. Die Anzahl der registrierten Nutzer liegt im signifikanten fünfstelligen Bereich. Genaue Angaben über Transaktionszahlen und -volumina sind derzeit nicht möglich. Es ist jedoch die Tendenz erkennbar, dass Yapital-Nutzer im Vergleich häufiger einkaufen als andere Konsumenten. Das Ziel ist es, sich im Massenmarkt zu etablieren und eine europaweite Abdeckung zu erreichen. Der Charme eines Cross-Channel-Payments wird natürlich besonders bei Multichannel-Händlern sichtbar. Grundsätzlich soll Yapital dem Konsumenten überall im Alltag begegnen, on- wie offline und in allen Bereichen des Lebens. Deshalb sind Händler jeder Größe wichtig und interessant für uns. Dementsprechend wachsen die Bereiche nahezu gleichmäßig.

**Karten** **Ist die jetzt bekannt gegebene Partnerschaft mit Concardis exklusiv? Oder laufen Gespräche mit weiteren Acquirern?**

Unser Ziel ist es, den Alltag der Verbraucher zu durchdringen und das Bezahlen mit dem Smartphone selbstverständlich zu machen. Nutzer wollen ein Payment, mit dem sie überall bezahlen können, Geschäftskunden wollen wiederum keinen Aufwand bei der Integration. Die Zusammenarbeit mit Partnern, die die technische Einbindung so einfach wie möglich machen, ist deshalb essenziell.

Concardis ist der erste deutsche Acquirer überhaupt, der ein mobiles Bezahlverfahren für das stationäre Geschäft in sein Standard-Vertriebsportfolio aufgenommen hat und erbringt Dienstleistungen an rund 400 000 Akzeptanzstellen. Mit dieser Kooperation kommen wir unserem Ziel, alle relevanten Consumerbranchen zu erobern, also einen bedeutenden Schritt näher. Damit kann bereits ein bedeutender Teil der Netzbetreiber angesprochen werden. Gleichzeitig haben wir mit Worldline den führenden Anbieter für Transaktions-Dienstleistungen in Europa an unserer Seite, was bedeutet, dass es nahezu jedem Stationärhändler in Deutschland möglich ist, Yapital als Bezahlmethode anzubieten.

**Karten** **Wie viele Yapital-Mastercards wurden bislang beantragt? Ist die Mastercard nur als „Übergangslösung“ gedacht, bis man das Plastik nicht mehr braucht?**

Die Yapital Mastercard ist integraler Bestandteil des Yapital-Accounts. Jeder Nutzer, der sein Konto erfolgreich aufgeladen hat, erhält die Karte automatisch per Post. Mit der Mastercard ist es möglich, an weltweit 35 Millionen Akzeptanzstellen zu bezahlen – das kann in Thailand am Strand sein oder in New York am Flughafen. Gleichzeitig kann der Nutzer seine Ausgaben in Echtzeit über seine Transaktionshistorie einsehen und behält somit immer den Überblick. Das sind handfeste Vorteile.

**Karten** **Haben Sie bereits Erfahrungen mit Fraud?**

Yapital arbeitet vom Start weg mit ReD, einem Unternehmen für Betrugsabwehr und Transaktionssicherheit, sowie der GB Group, führender Spezialist für Identitäts-Verifizierung, zusammen. Hinzu kommen modernste Verschlüsselungs- und Sicherheitsverfahren, ein ausgezeichnetes Risikomanagement sowie Rechenzentren, die höchste Standards erfüllen.

Zusätzlich bietet Yapital in Kooperation mit der Axa Assistance kostenlos einen umfassenden Versicherungsschutz beim Einkauf an: Mit Yapital bezahlte Waren sind grundsätzlich für eine Dauer von 30 Tagen gegen Diebstahl und versehentliche Beschädigung geschützt. Der Versicherungsschutz greift auch dann, wenn die im Internet bestellte Ware innerhalb von 30 Tagen vom Verkäufer nicht geliefert wird. Ein Rundum-Sorglos-Paket für Konsumenten also.



**Was heißt die anstehende Interchange-Regulierung für das Preismodell von Yapital? Das System ist davon zwar nicht betroffen, wird aber doch im Vergleich zu Karten künftig für den Händler teurer. Wie wird das die Akzeptanz beeinflussen?**

Händler werden ihren Kunden auch in Zukunft verschiedene Zahlungsmittel anbieten wollen – egal, wie diese Zukunft aussieht. Warum dann nicht weiterhin ein Payment anbieten, das handfeste Vorteile für den Geschäftsalltag bietet – so wie garantierte Echtzeittransaktionen, die Erschließung zusätzlicher Umsatzpotenziale und eine schnelle, einfache und sichere Zahlungsmethode. ■■■