



Foto: Hendrik Matzen

Auch die FAMILIA-App kombiniert
Coupons und Bezahlfunktion

Kundenbindung und Zahlung kombinieren

Mit ihren unternehmenseigenen Apps sind Handelsunternehmen in der Lage, ihren Kunden anstelle oder zusätzlich zu einer physischen Kundenkarte ein Kundenbindungsinstrument auf ihrem Smartphone anzubieten. Dies mit der Integration des Bezahlvorgangs zu verbinden, ist im deutschen Markt noch längst nicht Standard, nimmt aber zu.

Stefan Schneider

Um die Kunden für einen App-Download zu gewinnen, nutzen die Handelsunternehmen entweder die bestehende Unternehmens-App, die um einen Bereich, der nur angemeldeten Teilnehmern des Kundenbindungsprogramms offen steht, erweitert wird, oder sie nutzen eine separate Loyalty-App, die ausschließlich von Teilnehmern des unternehmenseigenen Kundenbindungsprogramms genutzt werden kann.

Bei der Integration des Bezahlvorgangs in eine solche App gehen die Händler unterschiedlich vor:

VARIANTE 1: Händlereigene Kundenkarte mit Zahlfunktion + App mit Zahlfunktion

Herausragendes Beispiel für den gesamten Handel ist die „Breuninger Friends Card“ in der Version „mit Zahlfunktion“. Die zugrundeliegende Vereinbarung zwischen Breuninger und dem Kundenkarten-Kunden sieht den Einzug der in den Kaufhäusern oder online getätigten Einkaufsbeträge einmal im Monat vom Konto per Lastschrift oder in Teilzahlun-

gen als Finanzierungskauf vor. Dies gilt in gleicher Weise auch für die Breuninger-App mit den entsprechenden Features. Nutzen die Inhaber der „Friends Card“ mit Zahlfunktion bzw. der App diese beim Einkauf, steht kein anderes Zahlungsmittel zur Verfügung. Karte und App mit Zahlfunktion haben sich so zum mit Abstand stärksten Zahlungsmittel bei Breuninger entwickelt - dem Unternehmen nach mit einem Umsatzanteil von etwa 60 Prozent.

Einen ähnlichen Fall stellt die „Douglas Beauty Card Premium“ dar. Bei Vorlage der Karte bzw. beim Vorzeigen der App – hier wird der sogenannte Merchant Scan an die Kasse übertragen – geht der Einkauf zulasten des Kundenkontos. Der offene Saldo wird einmal im Monat durch Lastschrifteinzug ausgeglichen. Eine Finanzierungsform ist nicht vorgesehen. Diese Form der Karte bzw. App steht bei Douglas im Offline- und Onlinegeschäft zusammen für einen Umsatzanteil von 15 Prozent.

Backwerk hat seine bisherige Papier-Stempelkarte bei teilnehmenden Franchise-

nehmern durch eine Plastik-Stempelkarte oder digitalisiert durch eine Stempelkarte in der Backwerk-App ersetzt. Kunden können mit Karte oder App an der Kasse durch Barzahlung ein Guthaben aufbauen, das im Hintergrund bei der Solaris Bank AG geführt wird. Das Guthaben steht dadurch dem Kunden nicht nur an diesem einen Standort, sondern an allen teilnehmenden Backwerk-Standorten zur Verfügung.

VARIANTE 2: Händlereigene Kundenkarte ohne Bezahlfunktion + App mit Bezahlfunktion

„Shell ClubSmart“-Nutzer haben mit der „Shell ClubSmart“-App bundesweit an den teilnehmenden Tankstellen die Möglichkeit, den Tank- und Bezahlvorgang direkt an den Zapfsäulen vorzunehmen, ohne den Verkaufsraum der Tankstelle betreten zu müssen. Dazu wird in der App ein maximaler Tankbetrag vorautorisiert, nach Freigabe der Zapfsäule der Tankvorgang vorgenommen und danach der Belastung des Tankbetrages auf dem hinterlegten PayPal-Konto in der App zugestimmt.

Moderne Zahlungslösungen für Ihr Unternehmen

Als führender europäischer Anbieter von bargeldlosen Zahlungen bieten SIX Payment Services und Worldline für jeden Bedarf die ideale Lösung. Ob im E-/M-Commerce oder am Point of Sale. Überzeugen Sie sich von unserem Produktportfolio auf der EuroCIS in Düsseldorf.

www.worldline.com
www.six-payment-services.com

EuroShop * Trade Fairs
EuroCIS
19. - 21. Februar 2019
Düsseldorf
Halle 9, Stand C58

Loyalty-Apps der Händler mit Zahlungsfunktion

Unternehmen	Aktiv seit	Funktionen	Standorte/Anzahl
Netto-App (Netto Marken-Discount)	2013	QR-Code, PIN, Zahlung per Lastschrift-einzug vom Konto	Flächendecken alle Filialen (4.200)
Edeka-App (Edeka in allen Vertriebsformaten)	2013	QR-Code, PIN, Zahlung per Lastschrift-einzug vom Konto	Je nach Edeka-Region vertreten (gesamt 2.400 Märkte)
Breuninger Friends Card App	11/2015	QR-Code, 1x monatlich Abrechnung des offenen Saldos per Lastschrifteinzug / Finanzierung	Alle 11 Kaufhäuser + Online-Shop
Payback Pay (Alnatura, Aral, dm-drogerie markt, Galeria Kaufhof, Penny, Real, Rewe, Tee Geschwendner, Thalia)	07/2016	QR-Code oder NFC, Zahlung per Lastschrifteinzug vom Konto	Je Partnerunternehmen flächendecken (gesamt 11.000 Filialen)
Douglas Beauty Card Premium App	2017	QR-Code, 1 x monatlich Einzug des offenen Saldos per Lastschrift	Alle Douglas-Filialen + Online-Shop
Backwerk-App (Backwerk)	06/2017	NFC, Zahlung aus Prepaid-Guthaben (Solaris Bank)	Bei teilnehmenden Franchisenehmern
Famila-App (Bartels-Langness)	01/2018	QR-Code, PIN, Zahlung per Lastschrift	Alle Famila-Märkte (80+)
Knauber App / Essthetik Paschmann App (Edeka)	06/2018 08/2018	Self-Scanning / QR-Code zur Bezahlung aus hinterlegtem Zahlungsmittel	Knauber mit allen 6 Standorten, Paschmann mit Test-Filiale
Smart Pay (Shell ClubSmart)	07/2018	Vor-Autorisierung, Freigabe der Zapfsäule, Zahlung per Paypal	An über 1.500 Tankstellen

Bei der Knauber-App und der „Essthetik Paschmann“-App liegt der Schwerpunkt auf dem Self-Scanning der eingekauften Produkte, die dann nach Abschluss des Einkaufs durch Übertragung des QR-Codes an die Kasse mit dem jeweils vom Kunden hinterlegten Zahlungsmittel bezahlt werden.

VARIANTE 3: Multi-Partner-Karte ohne Bezahlfunktion wird integriert in händler eigener App mit Bezahlfunktion

Bereits seit 2013 ermöglicht Netto Marken-Discount seinen Kunden, in allen Filialen zur Bezahlung ihrer Einkäufe die Netto-App mit „Netto Pay“ zu nutzen. Die Umsätze werden per Lastschrifteinzug vom Bankkonto des Kunden durch den eingeschalteten Dienstleister bezahlt. Seit Dezember 2018 können die Kunden die Netto-App auch mit ihrem Paypal-Konto verknüpfen und die Umsätze dort belasten. In der Netto-App ist auch das Sammeln und Einlösen von Deutschland Card-Punkten integriert, wohingegen die Deutschland Card-App selbst bislang noch keine Bezahlfunktion integriert hat.

Technisch identisch und auch wechselseitig kompatibel bietet die Edeka-App ähnliche Features und ist in den Regionen der sieben Großhandlungen und über die verschiedenen Edeka-Vertriebslinien in unterschiedlicher Weise verbreitet und nutzbar.

VARIANTE 4: App des Multi-Partner-Programms mit dort integrierter Bezahlfunktion

Payback Pay verfügt mit aktuell neun Handelsunternehmen über das stärkste Händlernetz beim Zahlen aus der App per Payback Pay. Die zur Verfügung gestellte Zahlungsfunktion ist dabei die der Payback-App und nicht des einzelnen Handelsunternehmens. Nach zwei Jahren sieht sich Payback mit dieser Lösung „mit mehreren 100.000 Nutzern, die durchschnittlich 3,5-mal im Monat mobil bezahlen“ als Marktführer bei Mobile Payment in Deutschland. Zusätzlich zu dem aktuell praktizierten Lastschrifteinzug vom Kundenkonto durch einen eigenen Dienstleister soll perspektivisch den Nutzern zusätzlich die Möglichkeit geboten werden, eine Kreditkarte zu hinterlegen.

VARIANTE 5: Handelsunternehmen ohne Kundenkarte, aber mit App + Bezahlfunktion

Es gibt auch den Fall, dass das Handelsunternehmen über keine eigene Kundenkarte verfügt, aber eine App einsetzt, um die Kunden für den Download und die Nutzung digitaler Coupons zu gewinnen. In eine solche App lässt sich auch der Bezahlvorgang integrieren. So verfährt die Bartels-Langness-Vertriebslinie Famila mit ihrer Famila-App.

Prognose: Gewinnen werden die Applikationen, die zu dauerhaften Änderungen im Zahlungsverhalten der Kunden führen, weil die Kunden in der Anwendung der App einen Vorteil für sich erkennen. Dazu könnten künftig auch Installationen zählen, die es ermöglichen, Verkauf und Bezahlung mobil im Laden stattfinden zu lassen und dadurch die Kassensituation entlasten.

Zahlreiche weitere Details zu den Kundenbindungsprogrammen im deutschen Handel (Markt-Studie und Markt-Datenbank) unter: www.netzwerk-handel.net

EHI Karten- kongress 2019

... mit Online- und Mobile-Payment

7. – 8. Mai 2019

ehem. Deutscher Bundestag, Bonn



Top-Beiträge von:

MediaMarktSaturn

Google Otto Group

Deutsche Bank Alipay

Adyen Deichmann Rewe

Shell EZB Dodenhof

Dt. Tamoil Rossmann

PayPal

Zahlungssysteme für Handel, Gastronomie und Tankstellen in D-A-CH: Status quo und Perspektiven

- Topaktuelle EHI-Studien zum stationären, mobilen und Online-Payment
- EHI Mobile-Payment-Initiative mit Blue Code, CGI, girocard, Google, GS1 Germany, Ingenico, MasterCard, Payback, Roqgio, Visa und Wirecard
- Best Practice mobiles und kassenloses Bezahlen
- Instant-Payments - HIPPOS vor dem Start
- die Sicht der Europäischen Zentralbank

- Konsequenzen der PSD II, aktueller Rechtsrahmen
- Online- und Mobile-Payment bei Dodenhof, GetYour Guide und MediaMarktSaturn
- Zahlreiche Praxiserfahrungen aus verschiedenen Branchen

und Vieles mehr...

... präsentiert vor mehr als 700 Teilnehmern

Ihre Ansprechpartnerin zur Anmeldung:

Nicole Rahmanan • Tel.: +49 221 57993-28 • E-Mail: seminare@ehi.org

Ihre Ansprechpartnerin für Aussteller und Logopartner:

Sarah Levin • Tel.: +49 221 57993-995 • E-Mail: levin@ehi.org



Jetzt anmelden unter:

www.kartenkongress.de