



Am 01. Juni 2016 startete das Mobile Bezahlen des Loyalty-Multipartner-Programms Payback, in unseren Kreisen „Payback Pay“ genannt, offiziell heißt es „die neue Payback App“. mobile zeitgeist hatte für diese Lösung bereits einen Vorab-Praxistest durchgeführt und auch unsere eigenen Erfahrungen waren bisher eher holprig, nicht ungewöhnlich beim Start eines solchen Dienstes.

Payback ist mit mehr als 28 Millionen Kunden und nach eigenen Angaben „650 im Alltag relevanten Unternehmen“ kein Leichtgewicht, wenn es um die direkte Kundenbeziehung im Handel geht. Daher wird der Launch ihres mobilen Bezahlverfahrens auch aufmerksam verfolgt und wir freuen uns, dass sich Dominik Dommick, Geschäftsführer von Payback, die Zeit genommen hat, unsere Fragen zu beantworten.



Das neue Zahlverfahren Payback Pay hat seit der Vorstellung auf dem EHI Kartenkongress überwiegend positive Kritik bekommen. Wie viele Nutzer müssen sich bis Ende des Jahres mindestens anmelden, damit Payback von einem erfolgreichen Start spricht?

Unsere Sicht ist hier die große Ganze. Es handelt sich ja nicht um den Launch einer mobile Payment App, sondern um die Verbindung von vielen relevanten Funktionen wie dem mobilen Punktesammeln, Couponaktivieren und Bezahlen in einer neuen App. Erfolgreich ist der Start für uns dann, wenn viele Kunden die unterschiedlichen Funktionen nutzen und möglichst viele Partner den Einsatz aller App-Funktionen möglich machen.

Payback wirbt damit, bereits eine Menge über seine Nutzer zu wissen. Wie hoch ist der prognostizierte monatliche durchschnittliche Umsatz pro Payback Pay User?

Auch hier gilt wieder: Unsere Sicht ist eine Ganzheitliche. Wichtig ist für uns vor allem, dass die App angenommen wird und dass die Kunden sie gerne verwenden, um Punkte zu sammeln und Coupons zu aktivieren. Die Payment Funktion ist für uns die Kirsche on top, die man essen kann, aber nicht muss.

Payback wird über den Zahlungsdienstleister InterCard erbracht. Wer ist für das Bezahlen Vertragspartner des Händlers?

Der Vertragspartner der Händler ist InterCard.

Wie geht Ihr mit Fraud Prevention und Zahlungsausfällen um?

Die Sicherheit des Systems steht für uns an oberster Stelle. Hier kommen unter anderem entsprechende Sicherheitsmechanismen unseres Zahlungsdienstleisters InterCard AG zum Einsatz. Unsere Partnerunternehmen erhalten eine Zahlungsgarantie und haben somit keine Zahlungsausfälle zu befürchten.

QR Codes waren ja bisher beim Mobile Payment nicht gerade Erfolgsgaranten. Warum habt Ihr Euch dafür entschieden und nicht z.B. für die als mPayment-Standard gehandelte NFC-Technologie?

Wir starten mit QR Code, NFC befindet sich bei mehreren Partnern in der Implementierung und wird im Herbst verfügbar sein. Der Glaubenskrieg der Technologien wurde lange geführt, ich bezeichne uns hier als „agnostisch“, denn es gibt nicht die eine richtige Technologie. Ausschlaggebend ist wie immer, was der Kunde will und welche Anforderungen die Partner haben.

Wird Payback Pay auch einen Beitrag zum Unternehmensgewinn liefern oder bekommt der Handel das Payment als Add On zu den Kundenbindungsinstrumenten?

Über Vertragsdetails mit unseren Partnern können wir natürlich keine Auskunft geben. Schlussendlich zählt, dass alle Parteien Vorteile von den Funktionen der App haben: der Kunde, der Händler und wir - und das bedingt attraktive Konditionen.

Wenn Payback Pay für den Handel kostenpflichtig ist, wie hoch sind die Gebühren? Höher oder niedriger als die girocard Lastschrift?

Unser Benchmark sind die heute am PoS üblichen Konditionen.

Könnt Ihr Euch vorstellen, Payback Pay auch Händlern anzubieten die kein Payback Partner sind?

Wenn die Nachfrage sich in die Richtung entwickelt, können wir uns das vorstellen. Vorrang haben aktuell aber natürlich unsere Payback Partner.

Werdet Ihr vielleicht über Payback Pay neue Loyalty Partner im Handel gewinnen, z.B. kleine Händler die bisher noch kein bargeldloses Zahlverfahren anbieten?

Aktuell stehen wie gesagt unsere Partner im Vordergrund. Perspektivisch stellt die Nutzung von Payback Pay „im Longtail“ aber schon eine strategische Option dar.

Payback Pay kommt ohne den klassischen cash-Netzbetrieb aus, funktioniert also ohne den bisherigen Middleman. Seht Ihr hier einen Trend für zukünftige bargeldlose/mobile Zahlverfahren?

Payback Pay ist auch ohne Netzbetrieb möglich. Einen Trend sehen wir hier nicht.

Wo wird Payback und Payback Pay in zwei Jahren stehen?

Bei möglichst vielen zufriedenen Kunden, die ihre Karte oder die App möglichst oft und bei unterschiedlichen Partnern einsetzen und dabei eine Menge Punkte sammeln. Sicher wird auch eine beachtliche Zahl die Vorteile „Punkte sammeln und bezahlen“ nutzen und beides in einem Schritt über unsere App erledigen.

Wir bedanken uns für das Interview, Dominik.

Die Fragen wurden von Rudolf Linsenbarth und mir zusammen gestellt. Das Interview erschien zuerst auf mobile zeitgeist.