

Protokoll

Gland/Glattbrugg, 27. September 2018

CCV Exchange Roundtable Metamorphose

Umwandlungen oder Veränderungen werden oft durch äussere Faktoren erzwungen. Misserfolg, neue Trends und Entwicklungen fordern die Unternehmen heraus, ihre Produkte in Frage zu stellen oder in extremis das gesamte Geschäftsmodell neu zu denken. Experten am CCV Exchange Roundtable 2018 zum Thema Metamorphose waren sich einig, dass die Digitalisierung heute und auch in naher Zukunft der stärkste Treiber ist, um Businessmodelle und Innovationen voranzutreiben. Dabei ist die Innovationskraft und der Hunger auf Erfolg in China der grösste Challenge.

Wieso der Bezahlvorgang neu gedacht werden muss

Der Zahlungsverkehr steckt mitten in einer fundamentalen Umwandlung. Wer hätte noch vor 20 Jahren gedacht, dass ein Laib Brot zum Preis von 3 Franken kontaklos mit der Karte bezahlt wird? Was für Europa noch eher ungewohnt ist, geschieht vor allem in China selbstverständlich. So werden da nicht nur Kleinstbeträge auf dem Markt mit QR-Codes abgebucht, selbst Bedürftige sammeln auf der Strasse Geld auf diese Weise. Wieso also nicht auch auf dem Flohmarkt oder beim Sammeln von Spendengeldern? Viele Konsumenten haben sich an die neue Zahlungsmethode gewöhnt und überweisen auch Kleinstbeträge gerne kontaklos. Ausschlaggebend ist der Zeitgewinn und die Tatsache, dass man je länger je weniger Bargeld mit sich rumträgt. Ein einschneidender Umbruch, der die Unternehmen zwingt, verschiedene digitale Zahlungslösungen anzubieten.

“Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“, meint Alexandra Bisaz, Gründerin und Inhaberin der Lolox AG. Sie gründete vor 20 Jahren die Lollipop-Kette mit 24 Standorten in der ganzen Schweiz. Mit einem durchschnittlichen Einkauf pro Kunde von CHF 5.50 ist sie angewiesen auf hohe Frequenzen. Funktioniert ein Standort nicht, macht die pragmatische Unternehmerin den Laden dicht. Findet sie jedoch einen gut frequentierten Ort ist der neue Laden innerhalb von zwei Wochen eingerichtet und bereit für die Eröffnung. Neben den fröhlichen süssen Produkten wünschen sich die Bonbons-Kunden eine rasche und unkomplizierte Bezahlung. Kein Bargeld, dafür kontaklos. Ein Handgriff und weg bin ich.

Für CCV Schweiz besteht die Herausforderung darin, dass der Point of Interaction verschiedene Zahlungsmethoden abdecken muss. War es früher das traditionelle Terminal, müssen heute verschiedenste Arten von Karten und Tools einwandfrei funktionieren. Die Möglichkeiten des Smartphone haben den Konsumenten anspruchsvoll gemacht. Er kann und heute will er auch von der unkomplizierten Art zu bezahlen profitieren. Für ihn ist es ein Zeitgewinn, sei es um seine Bonbons bei Lollipop zu bezahlen, seine Rechnungen via e-Banking zu begleichen oder das Flugticket nach digitaler Bezahlung auf dem Smartphone griffbereit zu haben.

Die sogenannten DACH Staaten (Deutschland, Österreich und die Schweiz) sind eher konservativ, wenn es um die Zahlungsmethoden geht. So berichtet Reinhard Blum, CVV Deutschland, dass die Deutschen bis vor kurzem ihre Rechnungen zu 50% mit Bargeld und 50% mit Karte begleichen haben. Die Einführung der Giro-Karte mit kontakloser Zahlungsmöglichkeit hat einen Boost ausgelöst. Offenbar überzeugt das schnelle Bezahlen die auf Effizienz getrimmten Konsumenten eben doch.

Was es braucht um eine Metamorphose zu ermöglichen

Sind es die Kosten, der mangelnde Erfolg einer Dienstleistung oder der ablaufende Lebenszyklus eines Produktes, der das Umdenken auslöst? Klar war den Teilnehmenden, dass die Voraussetzungen für den Prozess einer tiefgreifenden Veränderung gegeben sein müssen.

Es braucht eine Kultur, die Innovationen zulässt. Dazu gehört die “Fehlerkultur”, welche bei uns in Europa eher selten anzutreffen ist. Anders in den USA und in China. “Let’s try”, und wenn es nicht klappt, dann versucht man es ein zweites oder drittes Mal. Europa hat einzigartige Erfindungen gemacht, zum Beispiel der MP3 oder die Feststoff-Batterie. Was den Exponenten der Alten Welt weniger gut gelingt, ist die zeitnahe Kommerzialisierung ihre Innovationen. Da sind uns die USA und China weit voraus.

Eine weitere Herausforderung ist der “war of talents”, wie es Nicolas Schwotzer, Gründer und Inhaber der treibauf AG, formulierte. Den gut ausgebildeten Millennials reicht ein 70% Job, weil sie damit gut leben können und genügend Zeit für ihre ausserberuflichen Tätigkeiten haben. Für Unternehmen, die in der IT-Entwicklung tätig sind, eine unbefriedigende Situation. Gesucht sind also einsatzwillige und fähige helle Köpfe, die für eine Idee brennen und auch bereit sind, *out of the box* zu denken.

Schliesslich war man sich einig, dass bereits in der Schule innovatives Denken zugelassen werden sollte. Eine gewisse Narrenfreiheit, das Spielen und Gedanken spinnen sind notwendig, um Metamorphosen entstehen zu lassen.

CCV Exchange Roundtable Teilnehmer

Blum	Reinhard	CCV Deutschland GmbH
Bächler	Dominique	treibauf AG
Bisaz	Alexandra	Lolox
Bürkler	René	Elektron AG
Grochowski	Arthur	Tchibo Schweiz AG
Imfeld	Markus	HTS Hospitality Total Solutions
Jäggli	Urs	Bibliotheca
Jobard	Philippe	prontophot
Schwotzer	Nicolas	treibauf AG
Stamm	Urs	Sales Point
Nef	Hansruedi	CCV Schweiz
Süess	Roland	CCV Schweiz

CCV – der zukunftssichere Lösungsanbieter von elektronischen Zahlungsinfrastrukturen für KMU

CCV bietet Unternehmen, vom Detailhandel bis zur internationalen Hotelkette, elektronische Bezahlösungen. Die Entwicklung und Wartung von unterschiedlichen Bezahl-Infrastrukturen bilden das Herzstück der Organisation: Sowohl für den stationären als auch den mobilen Handel, für E- und M-Commerce und den Self-Checkout-Bereich. Zusammen mit unseren Partnern, Terminal- und Kassenherstellern, wie auch Banken, arbeitet CCV an den neuesten Technologien und reduzieren stetig deren Komplexität. Mit ganzheitlichem Blick auf die Belange der Kunden und ihrer Kunden ermöglicht CCV so das optimale Einkaufserlebnis.

CCV Group koordiniert die nationalen Tochtergesellschaften in Holland, Deutschland, Belgien und der Schweiz mit rund 1100 Mitarbeitern an 11 Standorten.
