

Innovationen

Smartphone bekommt beim Bezahlen eine Schlüsselrolle



Digitale Geldbörsen am Handy ermöglichen das Zahlen unterwegs.

Alteingesessenen Handelsbetrieben fällt es oftmals noch schwer: Um aber erfolgreich zu bleiben, müssen sie sich auf innovative Zahlungsmöglichkeiten einstellen. Zur Not mit Hilfe von außen.

WIEN. Das Schlagwort Innovation wird heute oft leichtfertig für neu entwickelte Lösungen oder Services verwendet. Aber nur, weil etwas neu auf dem Markt ist, muss es nicht gleich innovativ sein. Ein Produkt oder eine Lösung ist nur dann eine Innovation, wenn sie einen nennenswerten Mehrwert bietet, etwa für die Konsumenten.

Im Bereich des bargeldlosen Zahlungsverkehrs reicht es beispielsweise nicht aus, Lösungen einfach auf den Markt zu bringen und abzuwarten. Es braucht eine Mission, um die Menschen zu überzeugen, dass diese Lösungen bekannte Bezahlarten geradezu revolutionieren werden. Gerade im Zahlungsverkehr vertrauen viele noch auf jene Methoden, die sie von klein auf kennen, wie die Nutzung von Bargeld oder das Zahlen per Rechnung.

Auf der Basis von Innovationen haben sich auch Lebensgewohnheiten verändert. Änderungen finden statt und werden angenommen, sobald ein Mehrwert sichergestellt ist. Ein gutes Beispiel dafür ist das Smartphone. Wer hätte vor 15 Jahren gedacht, dass das klobige Gerät einmal Musikbox, Fotokamera, Straßenkarte, Kiosk und Nach-

richtenmaschine vereint und im Alltag nicht mehr wegzudenken ist?

Auch beim Bezahlen werden mobile Geräte eine Schlüsselrolle spielen. Bereits jetzt ermöglichen sogenannte digitale Wallets das sichere Bezahlen im Geschäft wie auch im Onlineshop, und zudem können Loyalty-Programme über dasselbe Gerät genutzt werden. Ein Rabatt auf den Lieblingskaffee oder für den User zugeschnittene Aktionen landen so direkt auf dem Display. Auch wenn das alteingesessenen Handelsbetrieben noch schwerfällt: Um im Geschäftsleben erfolgreich zu bleiben, muss man lernbereit bleiben, Innovationen gewinnbringend nutzen und den Menschen vertrauen, die damit langjährige und vor allem praxiserprobte Erfahrung haben.



ROLAND TOCH
Wirecard CEE

Der 43-Jährige ist Geschäftsführer des Bezahlendienstleisters Wirecard CEE.

→ Powered by EC-AUSTRIA

IT-Praxis powered by EC-Austria

Innovationen senken Kosten und bringen Mehrwert

Die Gesundheitsbranche ist ein Bereich der laufend mit den Themen Kostendruck und Verbesserungspotenziale für Patienten und Personal konfrontiert ist. Experten sehen neben der Verwaltung insbesondere bei Betreibern wie Krankenhäusern hohen Bedarf zur Optimierung der gesamten medizinischen Leistungskette.

Zur Verschlinkung der Prozesse und Steigerung der Behandlungsqualität dienen verstärkt moderne IKT-Lösungen und dabei kann die Branche mittlerweile auf eigens entwickelte ganzheitliche Krankenhausinformationssysteme (KIS) zurückgreifen. Immer öfter muss dabei auch der zunehmende Einsatz mobiler Arbeitsgeräte von Ärzten und Mitarbeitern, und damit auch ein sicheres und jederzeit verfügbares Datenmanagement, mit integriert werden.

Die Steiermärkische Krankenhausinformationssysteme (KAGes) ist mit 23 Krankenhäusern und Pflegezentren sowie über 17.000 Mitarbeitern eines der größten Spitalunternehmen Europas, größter steirischer Arbeitgeber und auch entsprechender Impulsgeber für die heimische Wirtschaft.

Gemeinsam mit T-Systems wurde das auf SAP aufgebaute Krankenhausinformationssystem IS-H und i.s.h.med eingeführt, zudem wurde auch der Betrieb der IT-Hardware an T-Systems verantwortet. „Die Vielzahl an Funktionen unterstützt die Mitarbeiter bei ihren individuellen Arbeitsprozessen, und dazu erreichen wir eine zeitgemäße medizi-

nisch-pflegerische Betreuung der Patienten“, so Karl Kocever, Leiter IKT-Betrieb in der KAGes.

Potenziale liegen brach. Vor ähnlich großen Herausforderungen wie die Gesundheitsbranche steht auch der Handel. Der Wettbewerb mit neuen Online-Shops wird intensiver, und dabei spielen neben Warenaufbereitung und Logistik auch die Bezahlservices eine entscheidende Rolle. Trotz Boom des Onlinehandels liegen Umsatzpotenziale immer noch brach. Deutlich macht das ein Blick auf die sogenannte Konversionsrate. Sie gibt an, wie viele Käufer den Besuch im Onlineshop auch mit einem Kauf abschließen. Von 100 Personen gehen nur 33 an die virtuelle Kasse und tätigen den Kauf. Umfragen zeigen, dass ein unübersichtlicher Zahlungsprozess oder das Fehlen der bevorzugten Zahlungsart als überwiegende Gründe für den Abbruch genannt werden.

Payment-Dienstleister wie Klarna bieten leicht integrierbare Checkout-Lösungen an, bei denen die beliebtesten Zahlungsarten in einer einzigen Lösung gebündelt sind. „Die Kunden wünschen sich einen einfachen und intuitiven Checkout, legen Wert auf Sicherheit und eine breite Auswahl an Zahlungsarten. Mit Klarna Checkout konnten wir die Kaufabschlüsse bei mobilen Geräten auf 42 Prozent steigern“, so Christian Richter von Apotheke.at.

→ www.t-systems.at
→ www.klarna.at

Fintechs

Digitale Finanzprodukte sind laut Studie auf dem Vormarsch

Immer mehr Kunden können sich vorstellen, online einen Kredit aufzunehmen. Oft fehlt aber das nötige Wissen.

WIEN. In den vergangenen Jahren haben sich die sogenannten Fintechs zu den Stars der Start-up-Szene entwickelt. Diese Technologieunternehmen beschäftigen sich vorrangig mit der Finanzbranche und liegen bei Investoren hoch im Kurs. Wie eine Studie des Netzwerkspezialisten Cisco vor einiger Zeit ergeben hat, steht die Finanzbranche gerade vor

einem enormen Umbruch. Das bestätigt nun auch eine Studie des deutschen IT-Verbands Bitkom. Digitale Finanzangebote kommen demnach bei den Kunden gut an: 25 Prozent der Internetnutzer können sich vorstellen, online einen Kredit aufzunehmen, sieben Prozent haben das schon getan. „Die digitale Wirtschaft verändert unseren Umgang mit Geld“, sagt Ulrich Dietz, Vizepräsident von Bitkom.

Gelten als innovativ

Viele Nutzer vertrauen bereits heute Digitalunternehmen ihr Geld an. Schließlich gelten sie in

einer hochregulierten und konservativen Branche als innovativ. Aber nicht nur die traditionellen Finanzdienstleister haben Handlungsbedarf, auch bei den Fintechs gibt es noch einiges zu tun. Laut Studie verstehen 66 Prozent der Befragten digitale Angebote überhaupt nicht. „In Sachen Benutzerfreundlichkeit ist noch viel zu tun“, sagt Dietz.

Aktuell komme eine „Tsunami-artige Flutwelle von Fintechs auf die Verbraucher zu“. Man dürfe das Feld aber auch nicht überschätzen: Drei Viertel der Nutzer in Deutschland haben noch nie ihr Konto gewechselt. (drw/apa)



Immer mehr Krankenhäuser rüsten sich mit einem neuen Datenmanagement für den Einsatz von Smartphones und Tablet-PC.

ANZEIGE

1999

17 Jahre **economyaustria.at**

2016



Die Seite IT-Business erscheint mit finanzieller Unterstützung durch die Plattform economyaustria.at. Die inhaltliche Verantwortung liegt beim WirtschaftsBlatt.

Info unter:
<http://economyaustria.at>