

DHL will Lohnkosten senken

Bonn. Deutsche Post DHL baut für die Paketzustellung einen Niedriglohnbereich auf, um ihre Konkurrenzfähigkeit in diesem Markt weiter zu verbessern. Mitarbeiter mit befristeten Verträgen und Neueingestellte sollen Arbeitsverträge mit einem Netz von regionalen Tochterfirmen unter dem Namen DHL Delivery GmbH erhalten. Dort sollen die Tarife der Logistikbranche statt der DHL-Firmenstarife gelten. Die Gewerkschaft Verdi spricht von „Stundenlohn-Senkungen von bis zu 20 Prozent“. *rod/lz 05-15*

Amazon stellt Mobile-Wallet ein

Seattle. Nur sechs Monate nach der Einführung stampft der US-Konzern Amazon die Beta-Version seiner Smartphone-Wallet wieder ein und entfernt die App aus den Shops. Die Handy-Brieftasche verwaltete Kundenkarten und Geschenkgutscheine von etlichen stationären Händlern, war aber nie als Zahlungsmittel einsetzbar. Ob sich Amazon damit endgültig aus dem Mobile-Payment-Geschäft zurückzieht ist unklar. Die App steht den Anwendern weiterhin zur Verfügung, aktualisiert wird das Angebot aber nicht mehr. *ln/lz 05-15*

Übernahmegerüchte um Paypal

San José, USA. Der Zahlungsdienstleister Paypal könnte kurz nach seiner Abspaltung vom Internet-Konzern Ebay Objekt einer Übernahme durch einen finanzkräftigen Konzern werden. Der Investor Carl Icahn, der 3,7 Prozent an Ebay hält, hat die Internet-Firma erfolgreich zu einer Erklärung gedrängt, dass die Paypal-Statuten keine Hürden für einen möglichen Kauf enthalten werden. Das Wall Street Journal vermutet bereits, dass Paypal damit ein „prima Übernahmeziel“ für Unternehmen wie Google, Visa und Mastercard werden wird. *rod/lz 05-15*

Baur gründet E-Commerce-Agentur

Burgkumstadt. Die Otto-Tochter Baur will ihren Erfahrungsschatz in Online-Marketing und der Optimierung von Shop-Plattformen offensiv vermarkten. Per Ausgründung geht zum 1. März die bisherige Baur-Fachabteilung E-Commerce als Agentur Empiricom an den Start. Als Dienstleistungen werden unter anderem Performance-Optimierung, Datenmanagement und IT-Konfiguration angeboten. Die neue Agentur soll für andere Otto-Firmen, aber auch für fremde Internet-Shops arbeiten. *rod/lz 05-15*

Meyer QSL beliefert Kochlöffel

Friedrichsdorf. Meyer Quick Service Logistics (QSL) hat die Fast-Food-Kette Kochlöffel als neuen Kunden gewonnen. Der Logistiker übernimmt operativen Einkauf, Bündelung, Lagerung und Anlieferung für die 85 Schnellrestaurants in Deutschland, die teilweise in Franchise betrieben werden. QSL ist ein Schwesterunternehmen des Filiallogistikers Meyer Logistik, der unter anderem für Lidl und Rewe fährt. Zu den Kunden von Meyer QSL gehören auch Burger King, Yum (KFC und Pizza Hut) und Starbucks. *rod/lz 05-15*

Bargeld geht neue Wege

Optimierung des Umgangs mit Münzen und Scheinen beschäftigt Kongress in Wiesbaden

Wiesbaden. Die Branche diskutiert Möglichkeiten der Optimierung im Bargeld-Handling. Bei einem Fachkongress von EHI, GS1 und Management Forum ging es um Automatisierung und einen Online-Markt-platz.

Bereits in drei Jahren könnte es soweit sein, dass in den Rewe-Supermärkten 50 Prozent der Umsätze mit elektronischen Bezahlverfahren beglichen werden. Das erklärte Paul Monzel, Funktionsbereichsleiter Payment Services der Rewe Zentralfinanz eG auf dem 5. Deutschen Bargeldlogistikkongress von GS1, EHI und Management Forum. Aktuell werden im Supermarkt noch 60 Prozent des Umsatzes bar getätigt, 40 Prozent über Karten.

Beschleunigt wird der Siegeszug des Plastikgeldes laut Monzel auch durch den Vormarsch des Online-Handels. Dieser befördert die Nutzung von bargeldlosen Zahlungsmitteln „über die normale Steigerungsrate hinaus“, erklärte der Rewe-Manager. Damit sinke das Bargeldvolumen im stationären Einzelhandel.

Gleichzeitig müssten die Händler nach wie vor mit Münzgeld versorgt werden. Die Folge sei der Transport von hohem Gewicht mit geringem

Wert. Gleichzeitig steigen die Preise für Dienstleistungen rund um Bargeld. Einen möglichen Ausweg sieht Monzel darin, die Anfahrten durch Wertdienstleister zu reduzieren. Beim Discounter Penny setze die Rewe Group dieses Mittel bereits ein.

Die anhaltende Relevanz von Bargeld betonte Josef Sanktjohanser, Präsident des Handelsverbands Deutschland. Zwar stellte auch er fest, dass der Umsatzanteil von Karten pro Jahr um etwa 1,5 Prozent steige und diese Entwicklung zu Lasten des Bargelds gehe. Doch ein Blick auf die Anzahl der Transaktionen offenbare, dass hier Bargeld mit 80 Prozent die Kartenzahlungen deutlich hinter sich lässt. Besonders für Kleinbeträge sei Bargeld weiterhin das wichtigste Zahlungsmittel.

Aber auch ein anderes Argument war Sanktjohanser im Hinblick auf Bargeld wichtig: „Für den Handel sind



Tourenplanung: Prosegur arbeitet an effizienteren Stopps.

funktionierende Bargeldprozesse auch deshalb so wertvoll, weil sich hier ein hohes Maß an Einflussmöglichkeiten in den einzelnen Teilprozessen bietet.“ So könne der Händler über den Wertdienstleister, die Partnerbank oder den Softwaredienstleister zur Prozessunterstützung entscheiden. Im Gegensatz zur Kartenzahlung gebe es unter den

Dienstleistern einen funktionierenden Wettbewerb, der Wege für Kostensenkungen öffne. Für entscheidend hält der HDE-Präsident, dass es ohnehin in der

Hand des Kunden liegt, welches Zahlungsmittel genutzt wird. Dabei zeige sich regelmäßig die Liebe zum Bargeld. Somit bleibe Bares systemrelevant.

Einigkeit herrschte unter den Kongressbesuchern darüber, dass in der teuren Münzgeldaufarbeitung effiziente Lösungen benötigt werden. Seitdem die Bundesbank ihre Zweigstellen reduziert hat und erste Finanzinstitute nur noch kostenpflichtige Münzgelddienstleistungen anbieten, sucht die Branche nach neuen Ideen, um den Nachschub mit Hartgeld sicherzustellen.

Ein mögliches Szenario bietet Alvara mit seinem Münzgeldmarktplatz an, der im Dezember mit sieben Dienstleistern gestartet ist. Die Idee: Auf einer Online-Plattform können Firmen mit Münzgeldüberschuss ihr Hartgeld anbieten. In der Podiumsdiskussion bezeichnete Detlef Mayrle, Geschäftsführer von Heros Geld- und Wert-

transport, die Plattform als „zeitgemäßen Vertriebsweg“. Doch für Wertdienstleister hat die B2B-Plattform einen Haken. Sie bedürfen einer Partnerbank, um am Münzmarkt teilzunehmen zu können. Dennoch war Bernd Hohlfeld, Vorstand der Alvara Cash Management Group zuversichtlich, insbesondere für kleinere Händler ein funktionierendes Modell etablieren zu können.

Die Branche der Wertdienstleister, die in den vergangenen Jahren hauptsächlich durch die voranschreitende Konsolidierung von sich Reden machte, beklagte unterdessen schlechte Bezahlung und kurze Vertragslaufzeiten. Aber auch in den eigenen Prozessen sehen die Geldtransport-Firmen Ansätze zur Optimierung. Peter Lange, Geschäftsführer von Kötter, will etwa die durchschnittliche Stopp-Dauer verkürzen. Der größte Player Prosegur setzt auf die effizientere Planung seiner Stopps. Dabei werden dem Kunden automatisierte Einzahlösungen direkt verbucht und Transporterfahrten gespart werden, erklärt Jürgen Schmacher, Manager bei Prosegur.

Bernd Büker von Wincor Nixdorf versuchte die Vertreter des Handels durch Beispiele aus der Praxis zu einer verstärkten Automatisierung des Umgangs mit Bargeld zu locken. So hob Büker etwa den geschlossenen Bargeldkreislauf bei Möbel Martin, die effiziente Backoffice-Lösung von Ikea und Coop Schweiz mit Bezahlautomaten im Checkout hervor. *ln/lz 05-15*

Mastercard trennt sich von Passwörtern

London. Mastercard arbeitet mit Hochdruck an einer besseren Absicherung von Zahlungen in Online-Shops. Bisher gaben Verbraucher auf Web-Seiten im ersten Schritt ihre Kartennummer ein und wurden eventuell in einem zweiten Schritt aufgefordert, im Secure-Code-Verfahren ein Passwort in ein Pop-Up-Fenster einzutippen. Angesichts der Passwort-Überfrachtung des modernen Menschen führt das aber in vielen Online-Shops zum Kaufabbruch. Außerdem gelten statische Passwörter angesichts der zunehmenden Verbreitung von Trojaner-Software nicht mehr als sonderlich sicher. Deshalb will Mastercard für die Authentifizierung von Internet-Einkäufen in Zukunft stärker über ein zweites Gerät geschickte Einmal-TANs oder alternativ biometrische Personenerkennung einsetzen.

Um die neue Stufe der Sicherheit für Online-Einkäufe firmenübergreifend festzuschreiben, hat Mastercard zusammen mit Visa dafür Version 2.0 des 3D-Secure-Standards für die Au-



Biometrie: Ein Kunde von Edeka-Fitterer authentifiziert sich per Fingerabdruck.

thentifizierung des Zahlers entwickelt. Er beschreibt die nächste Generation von Mastercard Secure-Code ebenso wie die von Verified-by-Visa.

Eine Möglichkeit der biometrischen Authentifizierung sind Fingerabdruck-Sensoren, über die bereits einige Smartphones von Apple und Samsung verfügen. Mastercard will sich aber auch an Pilotprojekten mit Apps zur sicheren Stimm- und Gesichtserkennung beteiligen. Die Entwicklung eines Armbands, das seinen Träger anhand des Pulses eindeutig erkennt, steht ebenfalls auf dem Programm. „Wir wollen Bezahlverfahren, die gleichzeitig einfach und sicher sind“, erläutert Mastercard-Manager Ajay Bhalla die Pläne. *rod/lz 05-15*

Gegenwind für Amazon aus dem Mittelstand

ECC-Studie: Musikhaus Thomann und Parfümerie Pieper sind aus Kundensicht beste Online-Shops

Köln. Amazon mag der umsatzstärkste Internet-Player sein, aber was Kriterien wie Web-Auftritt, Preis-Leistungsverhältnis und Service angeht, sind andere Online-Händler besser, finden vom ECC befragte Kunden.

Zwei Familienunternehmen sind aus Kundenperspektive die besten Online-Shops: Musikhaus Thomann und Parfümerie Pieper führen das neue Ranking des ECC an (*lz 04-15*). Gefolgt von Shop-Apotheke und Vorjahressieger Zooplus. Der Online-Gigant Amazon befindet sich nicht mehr unter den Top-Ten im Ranking der Kölner, obwohl Amazon im Vergleich zur letzten Studie seinen Index-Wert optimieren konnte.

Anderen Anbietern ist es in diesem Zeitraum jedoch gelungen, sich noch stärker zu verbessern in Sachen Kundenzufriedenheit und -bindung. Für die Bewertung fragt das Kölner Institut sieben Erfolgsfaktoren im E-Commerce ab: Design der Webseite, Nutzerfreundlichkeit, Service, Bezahlung und Checkout, Preis-Leistungsverhältnis, Sortiment, Versand und Lieferung. Von den E-Food-Anbietern schaffte es Bunting mit MyTime.de

TOP ONLINE-SHOPS AUS KUNDENSICHT

Übersicht und Nutzerfreundlichkeit erwünscht

		Webdesign	Usability	Sortiment	Preis-Leistung	Service	Bezahlung & Checkout	Versand & Lieferung	Kundenorientierung	Online-Shop-Index
1	Musikhaus Thomann (104)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	83,5
2	Parfümerie Pieper (102)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	81,3
3	Zooplus (104)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	80,5
3	Shop-Apotheke (103)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	80,5
4	Garten XXL (82)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	80,1
5	Ravensburger (101)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	80,0
6	Flaconi (101)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	79,5
7	MyTime.de (98)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	79,4
7	Fressnapf (104)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	79,4
8	Deichmann (104)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	79,0
9	s.Oliver (103)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	78,8
9	Doc Morris (106)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	78,8
10	Fashion for Home (71)	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	■	78,7

●●●●● = sehr hohe Zufriedenheit ● = geringe Zufriedenheit ■ = sehr hoch ■ = mittlerer Wert

QUELLE: ECC, BASIS: 10.658 ONLINE-SHOPPER

LEBENSMITTEL ZEITUNG GRAFIK

auf Platz 7 im Ranking. Auch Tierfutterhändler Fressnapf liegt auf Rang 7 der beliebtesten Shops.

Amazon war in Puncto Service und schnelle Lieferung lange Zeit Spitzenreiter bei der Kundenzufriedenheit, doch „andere Online-Shops

haben deutlich aufgeholt“, kommentiert Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln, die Befragung. Außerdem leide die Nutzerfreundlichkeit unter dem immer breiter und tiefer werdenden Sortiment des Generalisten. Für Konsumenten ist es schwieriger sich in dem Riesensortiment von Amazon zurecht zu finden.

Was die Usability angeht, ist die zweitplatzierte Parfümerie Pieper in den Augen der Konsumenten besonders gut aufgestellt. Sie schaffte es erstmals in die Top 10. *lod/lz 05-15*