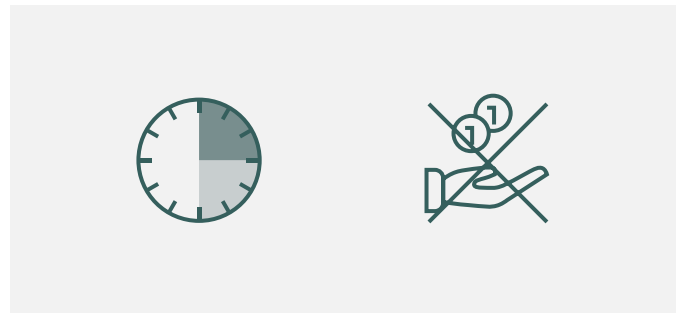


5 Tipps für die Einführung bargeldloser Bezahlungsmöglichkeiten in Ihrem Unternehmen

Bargeldloses Bezahlen ist im Ausland vielerorts eine Selbstverständlichkeit, weshalb in zahlreichen Ländern fast gar kein Bargeld mehr benötigt wird. Für Menschen z.B. aus den Skandinavischen Ländern ist es auch nicht mehr üblich Bargeld dabei zu haben. In Deutschland stellt sich die Situation derzeit noch anders dar. Durch die Corona-Pandemie haben bargeldlose Bezahlungsmöglichkeiten inkl. Mobile Payment zugenommen. Von Kunden wird immer häufiger erwartet, auch kleinere Beträge bargeldlos und kontaktlos zahlen zu können. Unternehmen sollten sich dieser Entwicklung nicht verschließen. Auch wenn der Einsatz mit Gebühren verbunden ist, so bieten sich Händlern durch diesen Service trotzdem mehrere Vorteile und Chancen:

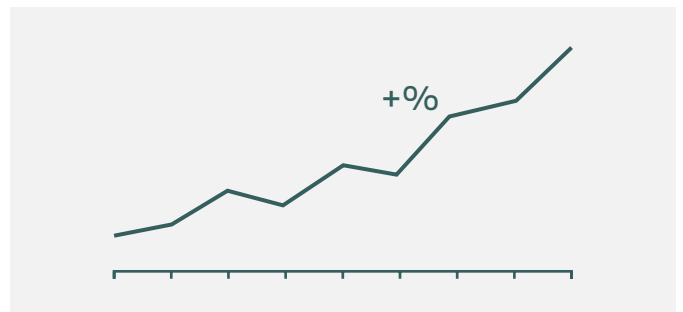
Verbesserung der Servicequalität für deutsche und internationale Gäste

Der Komfort für den Kunden erhöht sich durch die schnelle Abwicklung der Bezahlung (teilweise ohne PIN-Eingabe). Die Notwendigkeit, Bargeld – bei internationalen Gästen teilweise in einer Fremdwährung – mit sich zu führen, entfällt, und das Handling ist hygienischer.



Erhöhung der Umsatzchancen

Kunden kaufen tendenziell mehr, da sie nicht darauf achten müssen, wie viel Bargeld sie gerade dabei haben. Internationale Gäste sind im Regelfall gerne bereit, Geld im Urlaub auszugeben (s. auch [„5 gute Gründe, warum sich Auslandsmarketing lohnt“](#)).



Vor allem für Gäste, die nicht aus dem Euro-Raum kommen, kann die Möglichkeit, Einkäufe, Hotel- oder Gastronomieleistungen bargeld- und

kontaktlos z.B. mittels mobiler Endgeräte zu bezahlen oft ein Anreiz sein, mehr Geld auszugeben.

Maximale Sicherheit und Zeitersparnis für den Händler

Das lästige Hantieren mit dem Kleingeld fällt weg, die aufgewendete Zeit für die Abrechnung verringert sich und Wege zur Bank entfallen. Zusätzlich gibt es Optionen, die Lesegeräte an das eigene Kassensystem anzubinden, was wiederum für Erleichterungen in der Buchhaltung sorgt und Fehlerquellen verringern kann.



Durch den zunehmenden Wettbewerb zwischen den Anbietern von Bezahlsystemen sind auch die Preise inzwischen überschaubar. Es gibt mittlerweile verschiedenste Anbieter mit unterschiedlichen Ansätzen. Somit findet sich für jeden Betrieb eine passende Lösung: Ob ein günstiger Mehrjahresvertrag oder ein Kartenlesegerät ohne Vertrag, alles ist möglich. Wegen der Vielzahl an Anbietern und der unterschiedlichen Preismodelle ist es sinnvoll, nachfolgende Tipps bei der Planung zu berücksichtigen:

1. Suchen Sie einen verlässlichen Anbieter und lassen Sie sich beraten

Am besten vergleichen Sie mehrere Angebote auf Basis eines konkreten Preisbeispiels. Neben Banken, die erfahrungsgemäß eher schlechtere Konditionen haben, gibt es eine ganze Reihe an weiteren Dienstleistern: Concardis oder Payone sind weit verbreitet und eher für größere Unternehmen wie z.B. Restaurantketten, Reisebüros oder große Erlebniseinrichtungen geeignet. Die Bezahl-Experten, Cardsol, SumUp oder Zettle richten sich

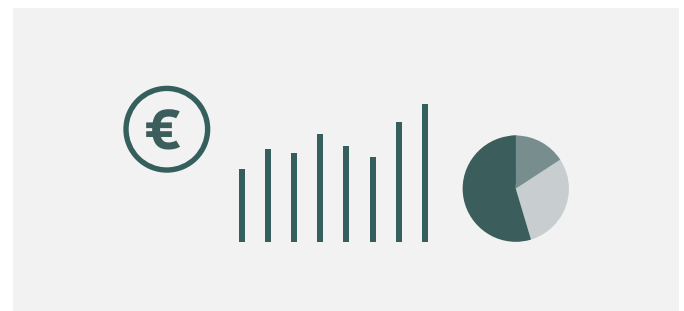
Option A	Option B	Option C
✓	✓	✓
✗	✓	✓
✗	✗	✓
✗	✗	✗

mehr an die klein- und mittelständischen Betriebe und bieten unterschiedliche Lösungsmodelle an.

2. Analysieren Sie Ihre Kosten-/ Umsatzstruktur

Fallen im Betrieb viele kleinere oder eher weniger und dafür höhere Beträge an? Je nach Umsatz und Häufigkeit der Kartenzahlung lohnen sich unterschiedliche Modelle.

So gibt es günstige Mietmodelle mit monatlichen Fixkosten und geringen Gebühren bzw. Modelle ohne monatliche Fixkosten, aber dafür höheren Gebühren. Welches Modell für Ihren Betrieb das geeignete ist, hängt von mehreren Faktoren ab



und lässt sich über Beratungen bei den Anbietern der Bezahlsysteme herausfinden bzw. anhand von Beispielrechnungen verdeutlichen.

3. Wählen Sie ein Gerät, das zu Ihrem Betrieb passt

Ein stationäres Kartenlesegerät kommt überwiegend im Einzelhandel zum Einsatz. Ein mobiles Gerät mit WLAN bzw. mit externer SIM-Karte ist z.B. in der Gastronomie beim Abkassieren am Tisch sinnvoll.



4. Lassen Sie neben der Girocard auch mindestens die gängigen Kreditkarten Visa und Mastercard freischalten

Die zunehmend beliebtere Zahlungsform der kontaktlosen mobilen Bezahlung via Apple Pay, Google Pay oder PayPal ist in der Regel an Kreditkarten gebunden. In den meisten ausländischen Quellmärkten existiert zudem keine Girocard (ehem. EC-Karte). Betrachten Sie zusätzlich ihre Kundenstruktur – haben Sie viele internationale Gäste aus

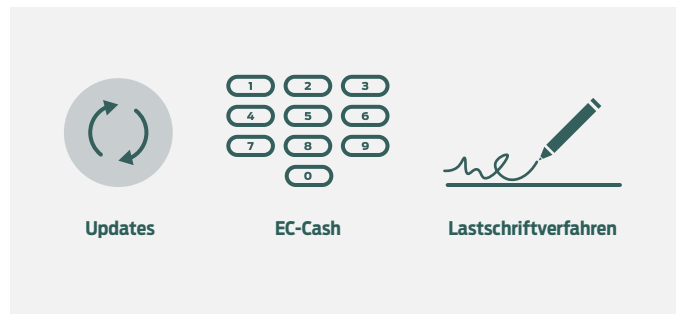


dem amerikanischen oder asiatischen Raum, könnte eine zusätzliche Freischaltung von AMEX bzw. UnionPay, Alipay oder Wechat Pay sinnvoll sein.

5. Achten Sie auf versteckte Kosten

Software-Updates für die Lesegeräte sind hin und wieder zwingend notwendig. Es empfiehlt sich daher ein Anbieter, bei dem Updates im Preis enthalten sind.

Ferner ist das EC-Cash Verfahren (mit PIN) sicherer als das etwas günstigere elektronische Lastschriftverfahren (mit Unterschrift) – bei EC-Cash wird durch die PIN-Abfrage im Vorfeld die Deckung des Kontos geprüft und das Geld direkt bei der Bank



reserviert. Beide Verfahren können vom Händler auch parallel eingesetzt werden.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie in folgendem [Blog](#).

Auf der Wissensplattform [logbuchinternational.de](https://www.logbuchinternational.de) erhalten Sie zudem weitere Informationen zum Umgang mit dem internationalen Gast und Tipps für eine bessere Servicequalität.

Eine Übersicht mit einfachen Maßnahmen für ein erfolgreiches Auslandsmarketing steht Ihnen [hier](#) in kompakter Form zum Download zur Verfügung.

Näheres zur internationalen Marktbearbeitung bei der TMN finden Sie [hier](#).