

Inhalt

Vorwort	1
1 Zukunft Omnichannel	5
Kunden kennen keine Kanäle	5
Omnichannel lenkt den Blick auf den Menschen	7
Hoflieferanten des Königspaares Kunde	7
Digitalisierung treibt Omnichannel – und umgekehrt	8
Vergebliche Fahrten zur Filiale vermeiden	10
Der stationäre Handel lebt	11
Kunden machen sich schlau, wo sie wollen	11
Verschmelzung zweier Welten	12
Ohne Nachfrage kein Angebot	13
Zahlungsabwicklung in einer Hand	13
Gut geschützte Daten auch am POS	14
Der Händler als Omnichannel-Marke	15
2 Der vernetzte Kunde	17
Der E-Commerce macht mobil	17
Die multimediale Kundenreise	19
Fetisch Konversionsrate	20
Datenrauschen aus dem mobilen Endgerät	21
Unterwegs Appetit holen, zu Hause essen	22
Die Cloudifizierung des Warenkorbs	23
Noch viel Luft nach oben	24
Handy als universelle Geldbörse	25

3 POS-Payment	27
Shopping ohne Schattenseiten	27
Ein Facelift macht den POS nicht sexy	29
Finden statt suchen	29
Kernfrage: Warum geht jemand gerne einkaufen?	30
An Emotionen und Reklamationen denken	30
Ein Viertel ist weg	31
Unerbittlich wie Piranhas im Amazonas	32
Freude am Bezahlen	32
Adrenalinschub in der Kassenzone	33
Arbeitsteilung aus der Geldtransporter-Ära	33
Wiedervereinigung von Point of Sale und Point of Payment	34
Stationärer Handel als Showroom	35
Anprobieren, aber nicht mitnehmen	35
Lieber schnell bezahlen als selber scannen	36
Rationalisieren oder verwöhnen	37
4 Internationalisierung	41
Der Weltmarkt wird offener	41
Sprache als Markteintrittshürde	42
Babylonische Verwirrung am Check-out	43
Onlineshopping boomt in Schwellenländern	43
Im Netz bestellen, bar bezahlen	44
Einzahlungsautomaten und Smartphones	45
Mit dem Kopf des Kunden denken	45
Ungeliebtes Plastikgeld	46
Europa, der Kontinent der Überweiser	47
Schub aus China	48
Schaltstelle in Shanghai	49
Von China in die Region	50
5 Open Banking/PSD2	51
Kreditinstitute verlieren ihren Schutzraum	51
Neue Offenheit für den Kunden	53

Europa hat mit der Richtlinie PSD2 die Nase vorn	54
Anachronistische Software als Bremse	54
Mit Standard-Schnittstellen gegen Altlasten	55
Dritte dürfen Konten auslesen und überweisen	56
Sicherheit und Datenschutz für die Kunden	57
FinTechs als Partner der Banken	58
Handbremse am Check-out	59
6 Instant Payment	61
Bitte zahlen, aber dalli!	61
DACH-Länder: Die Rechnung, bitte!	62
In zehn Sekunden quer durch Europa	63
Keine Bank ist gezwungen, schneller zu werden	64
Drei Sekunden genügen	65
Spanien, Niederlande und Österreich als Vorreiter	65
Konkurrenz der Systeme	66
Zwei Wege zum Ziel, die sich nicht kreuzen	67
Mit angezogener Handbremse	67
Kwitt als Einstiegsdroge ins Mobile Payment	68
IP als Nachfolger von ELV, Girocard – und Bargeld?	69
Barrierefreies Bezahlen im Binnenmarkt	71
7 Online-Marktplätze	73
Zusteigen auf dem Digital-Bahnsteig	73
Konkurrenz belebt das Geschäft	75
dm-Sonnenmilch nach Beijing	75
Mischpult für Zahlungsströme	76
Die Rückkehr der Mittelsmänner	76
Der Bock legt einen schmucken Garten an	77
Zweite Wahl hinter dem Scheinriesen	77
Markt für Marktplätze	78
It's the bottom line, stupid!	
(Es geht ums liebe Geld, Dummerchen!)	79
Online schlau machen, offline klarmachen	79

Stecknadel im Stecknadelhaufen	80
EU-Nachhilfe für mehr Konversion	81
Interkultureller Handelsaustausch	81
Händler werden zu Betreibern vertikaler Service-Plattformen	83
Plattformen für Einkaufsprofis	84
8 Das Internet der Dinge	85
Das Verschwinden des Geldbeutels	85
Das Märchen vom Kühlschrank-füll-dich	86
Smarte Technik für die Tonne	87
1-Click-Bestellung per Klingelknopf im Bad	88
Lieber mit dem Smartphone oder Alexa reden	89
IoT als Vehikel der Monopolisierung	89
Kein Bedarf an dummen Dingern	90
Die Technik ist das kleinste Problem	90
Das Auto zahlt seinen Sprit selbst	91
Die Vision: alle Zahlungsarten für alle autonomen Autos	93
Digitale Kleinstaaterei bei Bus und Bahn	93
9 Künstliche Intelligenz	95
Klüger als die Betrüger	95
Das gestohlene Ich	96
Schwindelerregende Dimensionen	97
Ladendiebstahl 2.0 per Click & Collect	97
Kunden unter Schuldvermutung	98
Freundliche Betrüger	99
Chuzpe ersetzt Unrechtsbewusstsein	99
Ware weg, Geld weg - und Rücklastschriftgebühren on top	100
Mit Big Data gegen Trickser	101
Gläsern, aber nicht zu gläsern	102
PSD2 belohnt gute Betrugsvorsorge	103

10 Authentisierung	107
Ende des Passwort-Anachronismus	107
Das Geschäft mit dem geraubten Ich	108
Wissen ist gut, Haben und Sein sind besser	109
Anonymes Bezahlen im Ladengeschäft	110
Biometrie ist Neuland für Kunden und Mitarbeiter	110
Abschied vom Konversionskiller	112
Abschied vom Unsicherheitscode CVC	113
Fingerabdrücke für mehr Datenschutz	113
Fälschungssicher wie Kryptogeld	114
Nur noch ein Gerät für zwei Faktoren	115
Ende des Passworts überall im Netz	116
Biometrie als Generalschlüssel für den Alltag	117
11 Kryptowährungen	119
Die Utopie des Satoshi Nakamoto	119
Auch Japan ist keine Bitcoin-Hochburg	120
Experiment mit ungeplanten Folgen	121
Niemand bezahlt mit Krügerrand	122
Auch die beste Technik ersetzt kein Vertrauen	123
Staatliches Kryptogeld würde nur Big-Brother-Ängste schüren	124
Facebook geht unter die Gelddrucker	125
Es geht auch ohne Blockchain à la Bitcoin	126
Index	127
Der Autor	133