

Magazin zum Geschäftsbericht 2015

BLEIBEN SIE IM FLUSS IHRES ERFOLGES – SYNCHRONISIEREN SIE IHR BUSINESS MIT WIRECARD

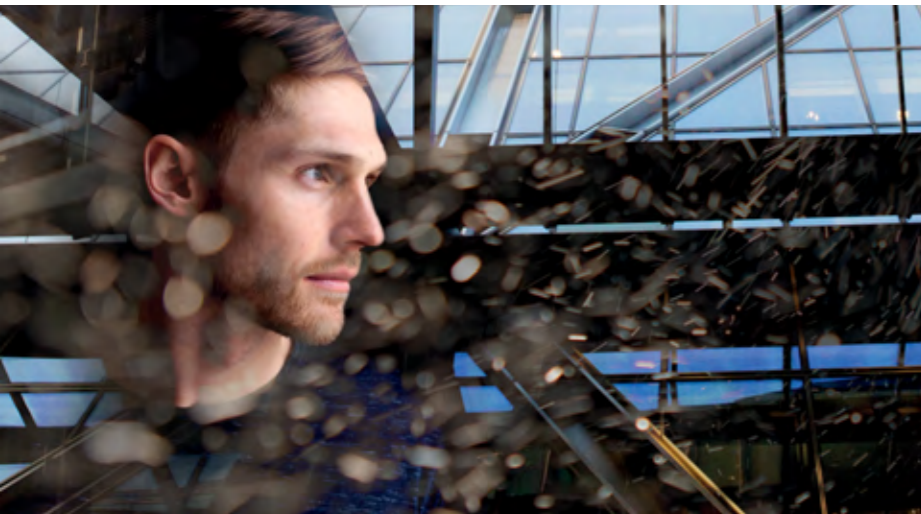
0011

« Die Schnittstelle Handel bekommt im Zeitalter der Digitalisierung eine andere Wertigkeit und Form, Informationsketten und Geschäftsprozesse beschleunigen sich rasant. Nur wer einen entsprechenden Partner hat, der bestimmte Aufgaben zuverlässig für ihn übernimmt, bleibt wettbewerbsfähig. »»



EDITORIAL 06 →

OMNICHANNEL 10 →



OMNICHANNEL-LÖSUNGEN FÜR DEN ERFOLGREICHEN E-COMMERCE

Wer heute im Einzelhandel erfolgreich sein will, muss Veränderungen in der E-Commerce-Landschaft verstehen und schnell darauf reagieren. Als globales Technologieunternehmen ist Wirecard in diesem Bereich der optimale Partner.



INHALT

S. 06 EDITORIAL

Umsatztreiber für den Point of Sale
Wirecard bietet auch dem stationären Handel Lösungen, mit denen er Käuferdaten gezielt dazu einsetzen kann, um Kunden maßgeschneiderte Produkte, Services und Mehrwertleistungen anzubieten.

S. 10 SICHER Omni-channel
| Checkout Portal | B2B-Lösungen | Omni-channel-Vertrieb
S.16 S.20 S.26

S. 30 EINFACH Mobile Payment
| Boon | Orange Cash
S.32 S.42

S. 48 TRANSPARENT Value Added Services
| Connected POS | Bijlipay | Alipay
S.52 S.59 S.60

S. 62 SCHNELL Financial Technology
| Funding Circle | Number26 | Holvi
S.68 S.72 S.74

S.76 SCHNELL REGISTRIERT, EINFACH ANZUWENDEN

Auf Basis von NFC und HCE hat Wirecard mobile Lösungen entwickelt, die Bezahlen einfach und überall ermöglichen.

S.76 IMPRESSUM

Aus der Perspektive des Konsumenten
Fintechs bieten schnelle und unkomplizierte Finanzdienstleistungen. Mit Wirecard als Partner ist es auch kleinen Unternehmen möglich, eine echte Konkurrenz für etablierte Unternehmen zu werden.



FINANCIAL TECHNOLOGY 62 →



Umsatztreiber für den Point of Sale

Wirecard bietet auch dem stationären Handel Lösungen, mit denen er Käuferdaten gezielt dazu einsetzen kann, um Kunden maßgeschneiderte Produkte, Services und Mehrwertleistungen anzubieten.

MOBILE PAYMENT

30 →

VALUE ADDED SERVICES

48 →

FINANCIAL TECHNOLOGY

62 →



SCHNELL REGISTRIERT,
EINFACH
ANZUWENDEN
Auf Basis von NFC und
HCE hat Wirecard
mobile Lösungen ent-
wickelt, die Bezahlen
einfach und überall
ermöglichen.



Aus der Perspektive des Konsumenten

Fintechs bieten schnelle und unkomplizierte Finanzdienstleistungen. Mit Wirecard als Partner ist es auch kleinen Unternehmen möglich, eine echte Konkurrenz für etablierte Unternehmen zu werden.

tig und sicher sein. Gerade in diesem Bereich können Händler unser Know-how und unsere Erfahrung nutzen.

**DIGITALISIERUNG
FÜHRT ZU
HÖHEREN
KUNDENERWARTUNGEN**

Die Digitalisierung wirkt sich dramatisch auf das Verhältnis zwischen Konsument und Händler aus. Konsumenten wollen natürlich auch heute noch ihren Urlaub real verbringen und nicht virtuell. Aber sie wollen heute viel flexibler bleiben. Über das Internet können sie viel spontaner reagieren als früher. Dem Händler bleibt dabei jedoch weiterhin ein großer Spielraum, weil er vielfältigere Aufgaben übernehmen kann. Durch die Digitalisierung, beispielsweise über soziale Medien, kann er sogar eine viel direktere Beziehung zu seinen Kunden aufbauen.

«Konsumenten wollen natürlich auch heute noch ihren Urlaub real verbringen und nicht virtuell. Aber sie wollen heute viel flexibler bleiben.»

Das betrifft vor allem den Online-Kauf. Verbraucher wollen aber auch im stationären Handel in angenehmer Atmosphäre exklusiv bedient werden. Im Grunde kann diese Erwartungen nur der Händler erfüllen, der E-Commerce und stationären Handel intelligent verknüpft. Der Kunde von heute will den Händler seiner Wahl jederzeit und überall finden können, zu Hause, vor Ort oder mobil unterwegs. Das bedeutet, dass auch stationäre Händler ein Online-Standbein aufbauen und die Chancen des Internets für sich nutzen sollten. Gleichzeitig

«Auch stationäre Händler bauen heute ein Online-Standbein auf und gleichzeitig drängen Online-Händler längst auch in die stationäre Handelswelt.»



drängen Online-Händler längst auch in die stationäre Handelswelt. Im stationären Handel wird vor allem die Digitalisierung zu neuen Serviceangeboten führen. Kundenbindungsprogramme jeder Art sind leicht zu integrieren, sie bereichern das Einkaufserlebnis der Kunden und helfen dem Händler seine Kunden dauerhaft zu erreichen. Multi-Channel-Händler, also die, die über mehrere Kanäle verkaufen, rechnen mehrheitlich mit einer Steigerung ihrer Online-Umsätze.

Wirecard verfügt über eine am Markt einzigartige Verbindung von Technologie und Finanzdienstleistung. Das ermöglicht uns, die komplette Wertschöpfungskette des elektronischen Bezahls abzubilden. Wir sind agil und erarbeiten mit und für Händler zeitsparende innovative Lösungen, damit sie die gestiegenen Kundenerwartungen erfüllen und weiterhin ihren Marktanteil behaupten können.

Dr. Markus Braun,
CEO Wirecard AG



OMNICHANNEL

« *Durch den Siegeszug des Smartphones hat nun erstmalig der Reiseveranstalter, die Fluglinie oder die Destination die Möglichkeit, jederzeit mit dem Reisenden in Echtzeit in Kontakt zu treten und aktiv zu kommunizieren.* »

SICHER UND ÜBERALL VERFÜGBAR

Jörg Möller
Executive Vice President Sales Travel

Wirecard ist der richtige Partner, damit Händler synchron bleiben.

PRODUKTE

- S. 14 Checkout Portal
- S. 16 Business-to-Business-Markt
- S. 20 Omnichannel-Vertrieb

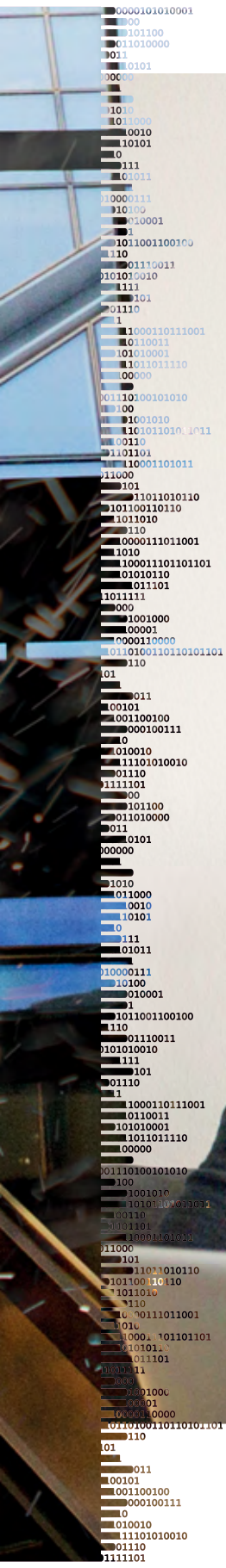




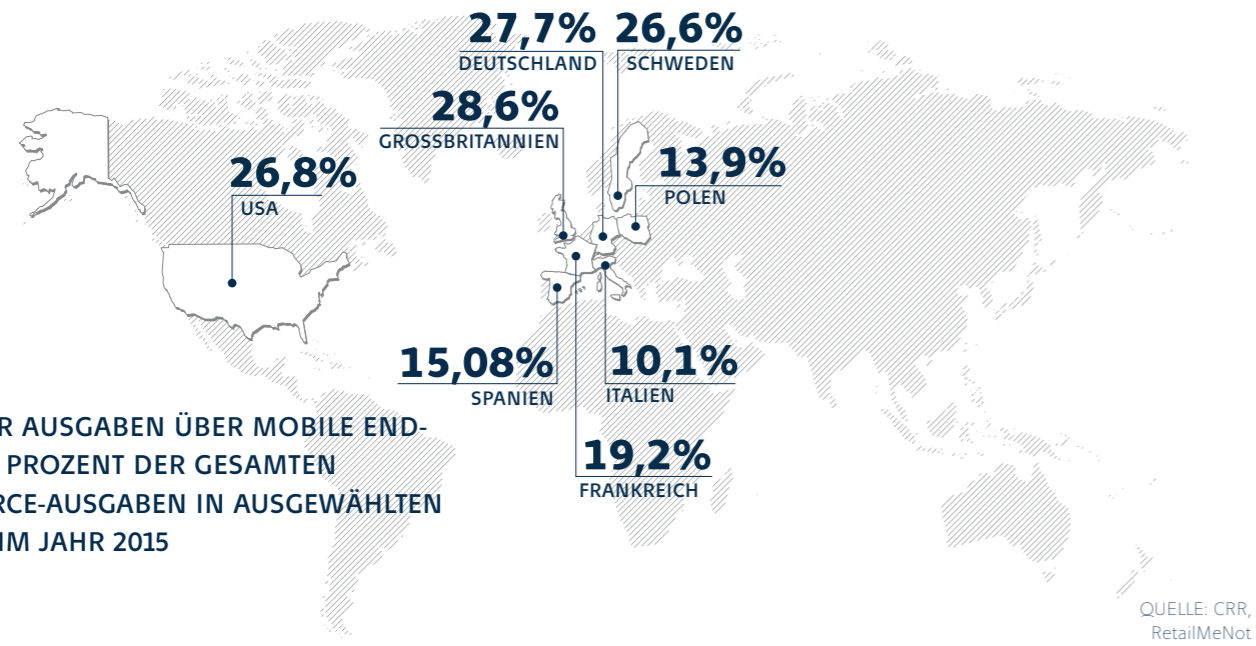
Durch den Siegeszug des Smartphones hat nun erstmalig der Reiseveranstalter, die Fluglinie oder die Destination die Möglichkeit, jederzeit mit dem Reisenden in Echtzeit in Kontakt zu treten und aktiv zu kommunizieren.



Jörg Möller
Executive Vice President Sales Travel



Vor ein paar Tagen krachte es und plötzlich lag sein Wagen tiefer. Stefan beschäftigt sich mit Autos, seit er denken kann. Er repariert das meiste selbst. Ersatzteile kauft er längst nicht mehr in der Werkstatt. Der E-Commerce bietet ihm viele Möglichkeiten, die Dinge, die er braucht, in bester Qualität zu einem guten Preis zu bekommen. Die fortschreitende Digitalisierung hat das Informationsverhalten der Kunden völlig verändert und die Hyperindividualisierung lässt vor allem im Westen viele Geschäftsmodelle entstehen, die davon leben, ungewöhnliche Wünsche von Kunden zu erfüllen.



Stefan braucht für das vordere linke Rad eine Feder. Zu Hause recherchiert er, welche Shops eine für seine Automarke anbietet. Er holt sich noch Rat bei einem befreundeten Mechaniker. Auf dem Weg zur Arbeit bestellt er die Feder über das Smartphone. Schon am nächsten Tag wird das Paket angeliefert.



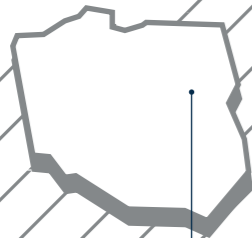
Der Konsument von heute kauft, wann er will – und das über verschiedene Kanäle.

Omnichannel-Lösungen für erfolgreichen E-Commerce

Wenn sich ein Konsument heute für ein Produkt entschieden hat, dann will er möglichst bald darüber verfügen, unabhängig davon, ob er es im Geschäft, zu Hause über einen Desktop-Computer oder auf dem Weg ins Büro über ein Smartphone gekauft hat. Wer heute im Einzelhandel erfolgreich sein will, muss Veränderungen in der E-Commerce-Landschaft verstehen und schnell darauf reagieren. Als globales Technologieunternehmen ist Wirecard in diesem Bereich Innovator und Wegbereiter. Mit Lösungen für jeden Aspekt des E-Commerce, von Online-Zahlungsakzeptanz über Betrugsbekämpfung bis hin zu Mehrwertdienstleistungen, ist Wirecard optimal aufgestellt, um alle E-Commerce-Wünsche des Händlers schnell und umfassend zu erfüllen.

DURCHSCHNITTLICHES
JÄHRLICHES
WACHSTUM DER
ONLINEUMSÄTZE
IN OSTEUROPA
SEIT 2010

35%



EXPERTEN
ERWARTEN IN POLEN
EIN MARKTWACHSTUM
VON JÄHRLICH

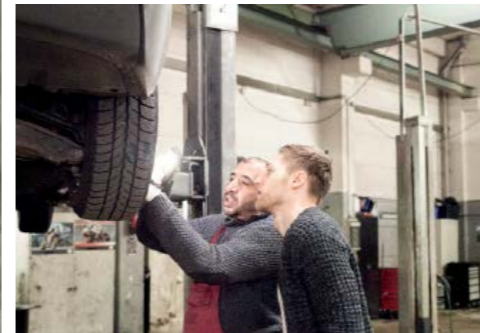
25%



PRODUKT CHECKOUT PORTAL

CHECKOUT PORTAL AUCH IN OSTEUROPA

Das Wirecard Checkout Portal ist eine voll automatisierte Lösung, die kleinen und mittleren Unternehmen und Marktplätzen sehr einfach das Anbieten von Onlinezahlungen ermöglicht. Das Portal unterstützt bis zu 20 bewährte internationale Zahlungslösungen, zahlreiche Währungen und stellt auch Risikomanagementmodule und Bankdienstleistungen zur Verfügung.



Das Wirecard Checkout Portal expandiert in Osteuropa, wo Onlineumsätze seit 2010 im Durchschnitt jährlich um 35 Prozent zugelegt haben. Als erster Schritt erfolgte der Produktlaunch in Polen. Dazu konnte Wirecard den zertifizierten Google-Premium-KMU-Partner Verseo.pl gewinnen. Experten erwarten in Polen ein Marktwachstum von 25 Prozent pro Jahr. Der polnische Google-AdWords -Premium-KMU-Partner Verseo.pl übernimmt als erster Partner in Osteuropa die gezielte Planung und Steuerung von Onlinewerbekampagnen für E-Commerce-Shopbetreiber, die ihre individuelle Zahlungsabwicklung sowie das Risikomanagement über das Checkout Portal von Wirecard steuern möchten. Dadurch erhöht sich die Markenbekanntheit der Onlinehändler, die das Wirecard Checkout Portal nutzen, erheblich.

www.checkout-portal.com



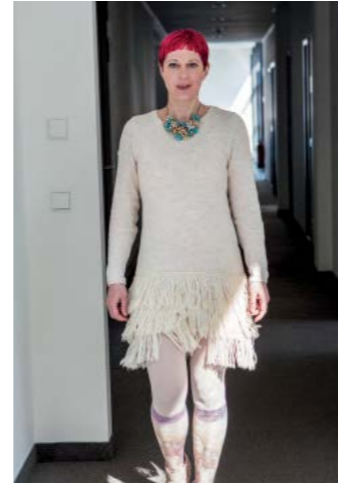
Stefan wird sich eine neue Feder über das Internet bestellen. Gerade kleinere und mittlere Händler (KMU) haben die Chance, mit einem Onlineshop ihren Kundenkreis einfach und schnell auszubauen.

TÄGLICHES MONITORING

Händler wollen Zahlungssicherheit, gesicherte Käuferidentitäten, valide Altersprüfung und einen hundertprozentigen Schutz ihrer Transaktionsdaten. Die Riskanalysten von Wirecard sorgen dafür, dass diese Sicherheit gewährleistet wird. Sie prüfen jede Transaktion, um Betrugsmuster zu erkennen. Um Betrug schon im Vorfeld zu verhindern, werden für jeden einzelnen Händler-Account eigene Regelsätze erstellt und implementiert.

Die Riskanalysten sind ein wichtiges Bindeglied zwischen Händler und Wirecard. Die enge Kooperation mit den Händlern sowie die Zusammenarbeit mit der Wirecard Bank (Fraud Investigations) und den einzelnen Analysten der jeweiligen Sales-Segmente sind dabei wesentlich. Dazu gehören natürlich auch die Weiterentwicklung und Einarbeitung von Mitarbeitern bei Händlern sowie die Unterstützung von Weiterentwicklungen der angebotenen Betrugspräventionslösungen.

Aufgrund der persönlichen Zusammenarbeit mit internen Fachabteilungen sowie mit Händlern unterschiedlicher Branchen und Größen mit ihren speziellen Anforderungen können wir auf einen sehr viel größeren Erfahrungsfundus zurückgreifen, als es ein einzelner Händler könnte.



ALLE FUNKTIONEN ÜBER EINE PLATTFORM

LINDA FRÜH
HEAD OF PLATFORM DEVELOPMENT & INNOVATIONS

Wirecard unterstützt Unternehmen aller Branchen mit etablierten Wirecard-Standardprodukten und maßgeschneiderten Zahlungs- und Branchenlösungen beim Vertrieb ihrer Waren und Dienstleistungen über unterschiedliche Kanäle.

Die multifunktionale Wirecard Plattform bietet Händlern dafür verschiedenste Integrationsoptionen. Über die Schnittstelle des Wirecard Gateway werden sowohl Zahlungen im E-Commerce und In-App-Payments basierend auf iOS- und Android-Applikationen, als auch stationäre Transaktionen am POS beziehungsweise am mobilen POS sowie im Callcenter-Einsatz für Mail-Order/Telefon-Order (MOTO) zuverlässig abgewickelt. Im Rahmen der Transaktionsverarbeitung übernimmt das Wirecard Gateway die dynamische Routingfunktion und leitet Transaktionen zur Autorisierung und Durchführung der Zahlung an die angebotenen Acquirer und Provider des jeweiligen Bezahlfahrens weiter. Unser vielseitiges Portfolio an nationalen und internationalen Verfahren ermöglicht es Onlinehändlern, jederzeit von einem markt- und zielgruppenoptimierten Zahlartenmix zu profitieren.



Erweitert wird die Transaktionsverarbeitung durch integrierte, kundenindividuelle Risiko- und Betrugspräventionslösungen von Wirecard, die maßgeblich dazu beitragen, Zahlungsausfallrisiken zu minimieren und Konversionsraten im Checkout-Prozess zu erhöhen. Die eingesetzten Entscheidungslogiken werden kontinuierlich angepasst, um neuen Betrugsmustern proaktiv entgegenzuwirken.

Als komplettierende Ergänzung zur Zahlungsabwicklung stellt Wirecard seinen Kunden umfangreiche Reporting-Prozesse und Analyse-Tools sowie diverse Mehrwertdienstleistungen wie Loyalty oder Couponing über die PSP-Plattform zur Verfügung. Wirecard erweitert deren Funktionsumfang kontinuierlich um innovative Produkte und Services rund um die elektronische Zahlungsabwicklung.

MELANIE HILLEN
HEAD OF MERCHANT SUPPORT



Als Abteilung innerhalb des Merchant Supports ist auch für das Team der Riskanalysten Kundenzufriedenheit oberstes Ziel. Im Bereich der Betrugserkennung und -prävention erreichen wir das durch aktives Monitoring im Livebetrieb, Zusammenarbeit mit den angeschlossenen Händlern und Erarbeitung wirksamer Regeln zur automatischen Erkennung von Betrugsmustern.

Die Betrugsmuster unterscheiden sich je nach Segment. Einzelnen betrachtet sind viele Indikatoren nicht sofort oder zwangsläufig als betrügerische Transaktion oder Verhalten einzustufen. Aufgrund des täglichen Monitorings erzielt Wirecard eine zeitnahe Reaktionszeit auf die sich kontinuierlich ändernden Verhaltensweisen von Betrügern im Onlinebereich.

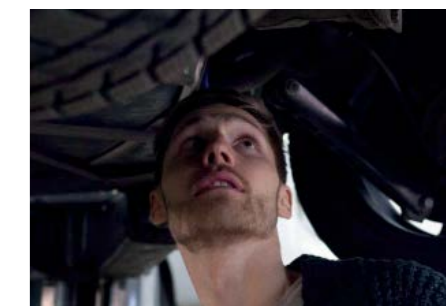
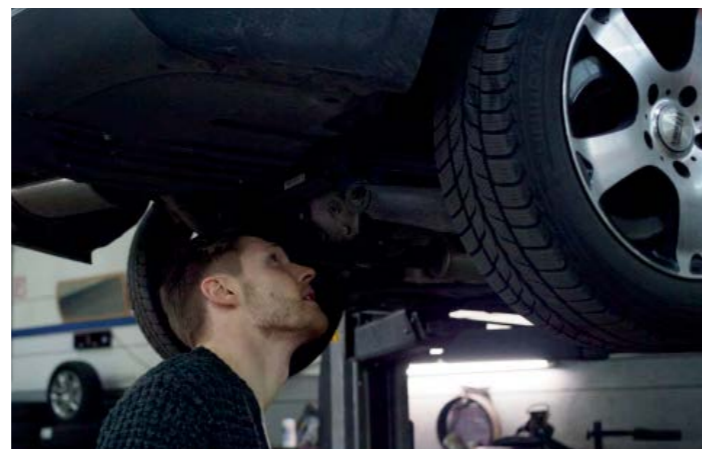
Wirecard bietet allen Händlern verschiedenste Risk-services, die sich über eine verfügbare Self-Service-Plattform sogar selbst verwalten lassen. Auch das von Wirecard angebotene Basisregelsatz bietet bereits einen über den Marktstandard hinausgehenden und in der Regel ausreichenden Schutz für Händler und Konsumenten. Mit den Services im Bereich der Risiko- und Betrugsprävention und der engen Zusammenarbeit der Händler mit den Riskanalysten von Wirecard können die Betrugsfälle innerhalb kürzester Zeit signifikant gesenkt werden.

PRODUKT B2B-LÖSUNGEN

CHANCEN AUF DEM BUSINESS-TO-BUSINESS-MARKT (B2B)

Wirecard hat virtuelle Einmalkarten für Chinas wachsenden lokalen und grenzüberschreitenden B2B-Zahlungsverkehr eingeführt. Mit der neuen Kartenlösung, einer Erweiterung von Wirecards Supplier-and-Commission-Payments-Plattform, können Unternehmen online sichere B2B-Zahlungen in chinesischen Renminbi tätigen.

Da die Rechnungsabteilung an einem bestimmten Tag nur den angeforderten Kredit auf die Einmalkarte transferiert, brauchen sich Unternehmen keine Sorgen zu machen, dass die Angaben einer Zahlungskarte mit hohem Kreditlimit in die falschen Hände gelangen. Da China bis 2020 voraussichtlich weltweit der größte B2B-E-Commerce-Markt sein wird, verleiht uns die Fähigkeit, uns schnell auf diesem rasch wachsenden Markt zu etablieren, einen erheblichen Wettbewerbsvorteil.



CHINA

2020
VORAUSSICHTLICH
DER GRÖSSTE
B2B-E-COMMERCE-MARKT

Onlineshopping ist in den meisten Ländern der Welt für Konsumenten völlig selbstverständlich. Wirecard bietet weltweit auch Herstellern und Zwischenhändlern sichere B2B-Lösungen.

Die Zahlungsart entscheidet:

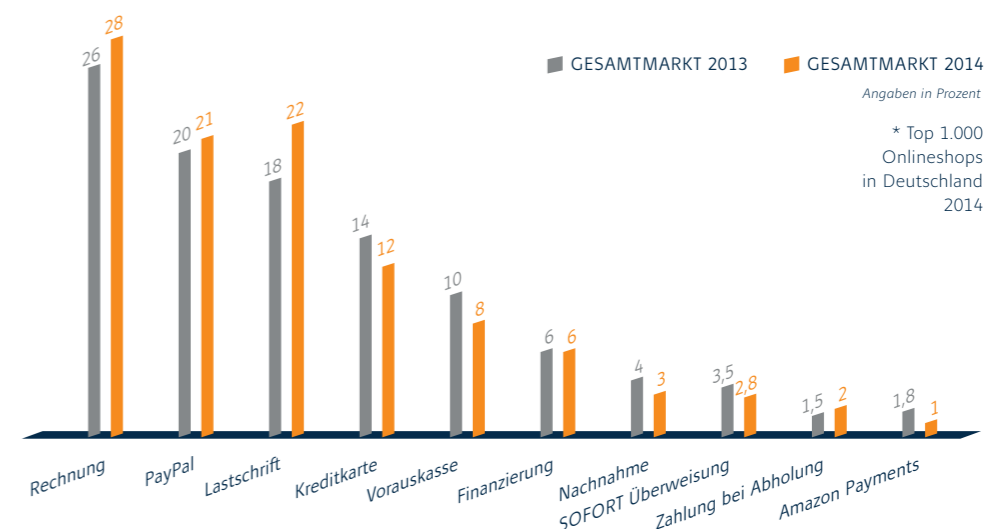
Wie der richtige Payment-Mix aus Besuchern Käufer macht

Für mehr als die Hälfte der deutschen Internetkäufer ist das Fehlen einer für sie akzeptablen Zahlungsart ein Grund, den Kauf in einem Onlineshop abubrechen. Das ermittelte die E-Commerce-Payment-Studie des ECC Köln im vergangenen Jahr. Demnach spielen Selbstbestimmung, Seriosität und Sicherheit vor allem beim Bezahlvorgang eine wichtige Rolle.



Für E-Commerce-Unternehmen ist es daher ein entscheidender Erfolgsfaktor, die von Kunden des jeweiligen Landes bevorzugten Bezahlmethoden zu kennen und zur Verfügung zu stellen. Wirecard steht ihnen dabei als leistungsstarker Payment Service Provider zur Seite, der neben der Zahlungsabwicklung auch Banking und Risikomanagement aus einer Hand anbietet. Denn gerade die bei der Kundschaft gefragtesten Zahlungsarten bergen für Onlinehändler oft ein höheres Risiko: Während britische Konsumenten eher die Kreditkarte favorisieren, sind für deutsche Onlineshopper der Kauf auf Rechnung mit 28 Prozent und das Lastschriftverfahren mit 22 Prozent die beliebtesten

UMSATZENTWICKLUNG NACH BEZAHLARTEN FÜR DIE JAHRE 2013 UND 2014*



QUELLEN: EHI-STUDIE, ONLINE-PAYMENT 2015 (EHI RETAIL INSTITUTE)

JÖRG MÖLLER
EXECUTIVE VICE PRESIDENT SALES TRAVEL



MEHRWERT FÜR DIE TOURISTIK

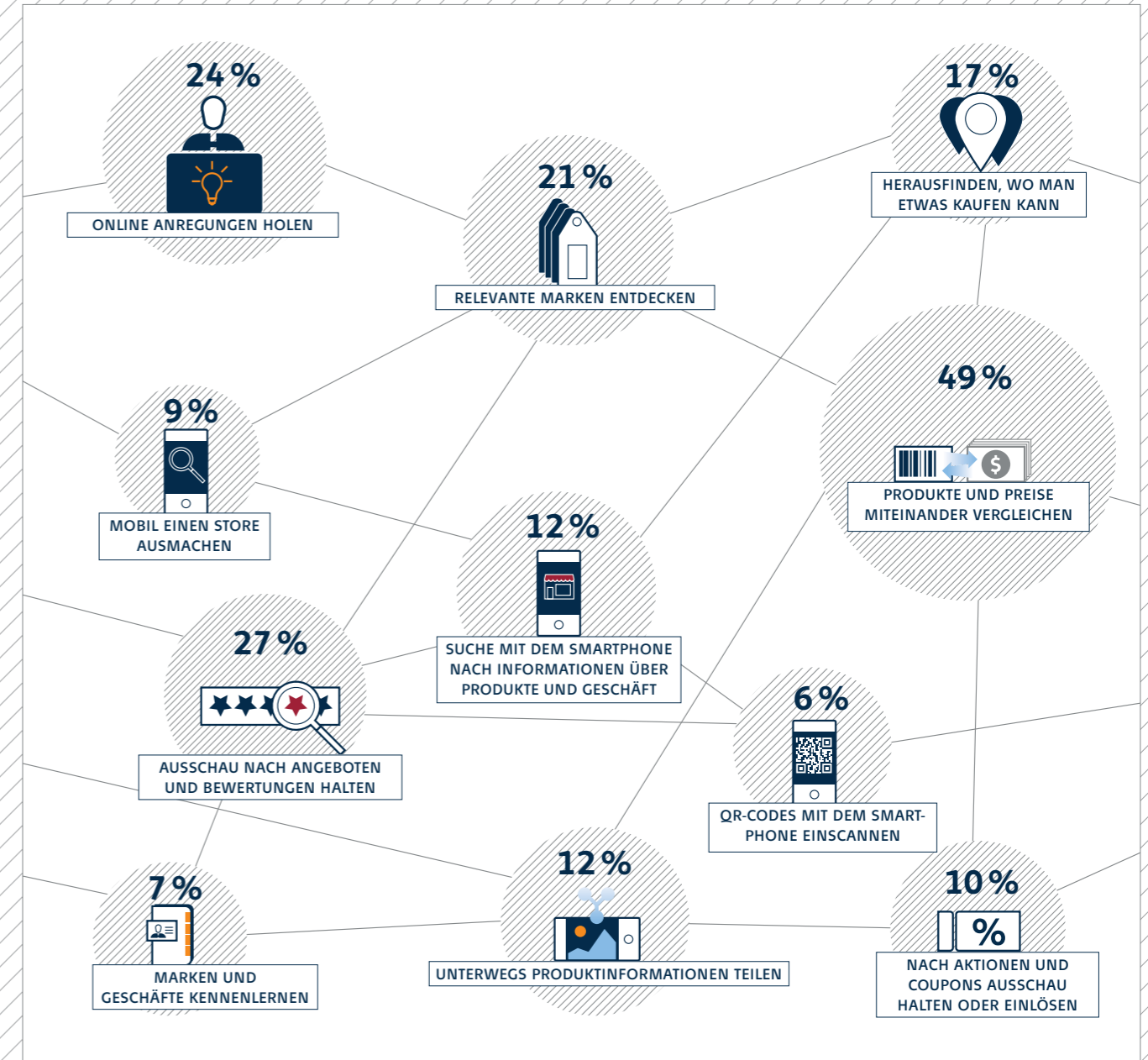
Mobile Zahlungssysteme können die Touristik verändern. Der Erfolg basiert allerdings nicht nur auf dem reinen Zahlungsvorgang, sondern hängt entscheidend auch mit der Verknüpfung von Serviceangeboten, Zahlungsfunktionalität und Benutzerfreundlichkeit zusammen. Schon jetzt hat sich das Reisegeschäft durch neue Zahlungssysteme verändert, etwa bei Hotelreservierungssystemen, Onlineportalen oder Taxidiensten. Ging es vorher um den Zeitraum vor dem Urlaub, etwa Auswahl und Buchung, gerät jetzt auch der Zeitraum des tatsächlichen Urlaubs in den Fokus. Durch den Siegeszug des Smartphones hat nun erstmalig der Reiseveranstalter, die Fluglinie oder die Destination die Möglichkeit, jederzeit mit dem Reisenden in Echtzeit in Kontakt zu treten und zu kommunizieren. Mobile Zahlungssysteme verknüpfen jetzt schon eine Vielzahl von Serviceangeboten. Neben der reinen Zahlungstransaktion können die Systeme unter anderem Gutscheine einlösen oder Tickets ausstellen. Sie bieten Zugang zu Transportsystemen wie Mietwagen oder Eisenbahnen oder Kundenbindungsprogrammen. Da-

bei sind Smartphones nicht der einzige Formfaktor im Bereich mobiler Zahlungssysteme, sondern auch Armbänder, Uhren oder sogar Ringe können dafür genutzt werden.

Touristiker können ihre Kunden heute im Urlaub rund um die Uhr begleiten; sie können ihnen jederzeit entsprechend der persönlichen Präferenzen und Urlaubssituation Angebote machen. Zum Beispiel an einem regnerischen Tag ein Museumsticket anbieten oder ein Taxi zu einer bestimmten Uhrzeit vor ein empfohlenes Restaurant fahren lassen. Natürlich kann auch Hilfe in Notsituationen geleistet werden, etwa indem im Falle von Diebstahl Bargeld zur Verfügung gestellt oder ärztliche Versorgung direkt vom Veranstalter bezahlt wird. Spannend ist die Frage, wer den Kunden künftig durch den Urlaub führt: der Reiseveranstalter, bei dem der Kunde gebucht hat, oder vielleicht die Destination oder Incoming-Agentur, die aufgrund von Ortskenntnissen gezieltere Angebote machen kann? Der Markt beginnt sich gerade erst zu entwickeln und Wirecard ist dafür mit seinen mobilen Zahlungslösungen perfekt positioniert.

DIE DIGITALISIERUNG DES EINKAUFS- VERHALTENS DES KONSUMENTEN

VOR DEM KAUF



NACH DEM KAUF





MOBILE PAYMENT

boon. zeichnet sich durch eine einzigartige und intuitive User Experience

EINFACH UND BEQUEM

... zu einem einfachen Registrierungsprozess aus.

Georg von Waldenfels
Executive Vice President Consumer Solutions

Lösungen von Wirecard für das kontaktlose Bezahlen mit dem Smartphone.

PRODUKTE

- S. 32 Boon
- S. 42 Orange Cash





*boon. zeichnet sich durch
eine einzigartige und
intuitive User Experience
und einen einfachen
Registrierungsprozess aus.*



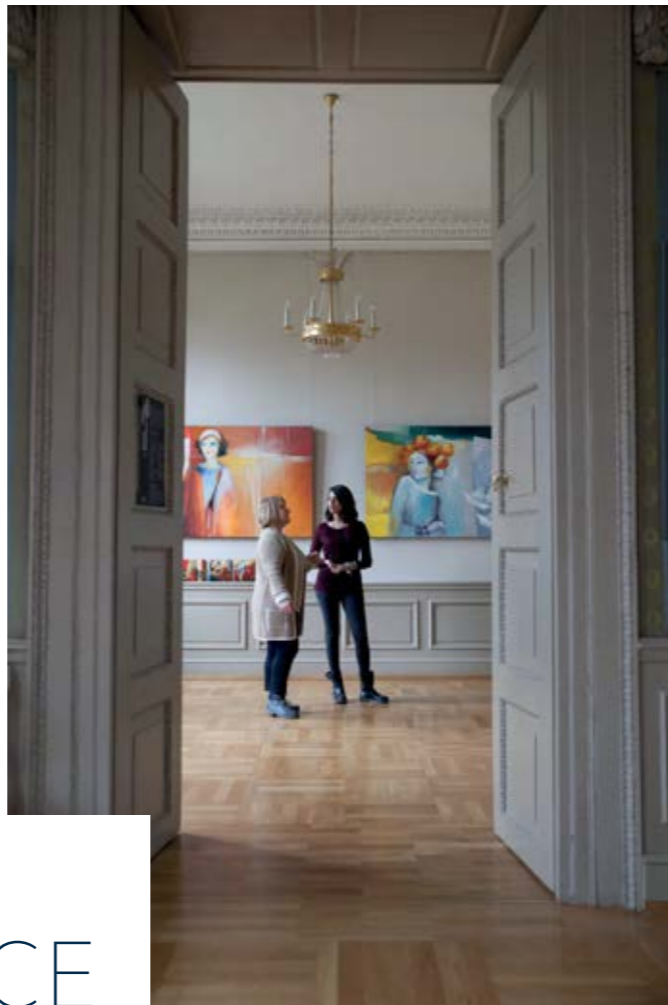
Georg von Waldenfels
Executive Vice President Consumer Solutions



000010100001
00
101100
011010000
011
0101
000000
1010
011000
10010
10101
0
111
01011
10000111
10100
010001
1
1011001100100
110
01110011
101010010
111
101
01110
1
1000110111001
0110010
101010001
101010001
1010100110
10110010110
1011010
110
000011011001
1010
1000110110101
0101010
010101
1011111
000
1001000
00001
000011000
01101001010101101
110
101
0011
1001010
1001100100
00010111
0
1010010
11100010000
00110
111101
00
101100
011010000
011
10101
000000
1010
011000
10010
10101
0
111
01011
10000111
10100
010001
1
1011001100100
110
01100011
101010010
111
101
01110
1
1000110111001
01100011
101010001
1011011110
00000
001110100101010
100
10001010
1010101011011
00110
1101101
10001101011
011000
101
11011010110
101100110110
1011010
110
000011011001
1010
1000110110101
01010110
011101
1011111
000
10001000
100001
10000110000
0110100110110101101
110
101
011
00101
001100100
000100111
0
010010
11101010010
01110
1111101



Die Kunststudentin hat den Eintritt in die Galerie mit boon bezahlt. Die Lösungen von Wirecard helfen Konsumenten und Händlern, sich auf ihre eigentlichen Aufgaben zu konzentrieren.



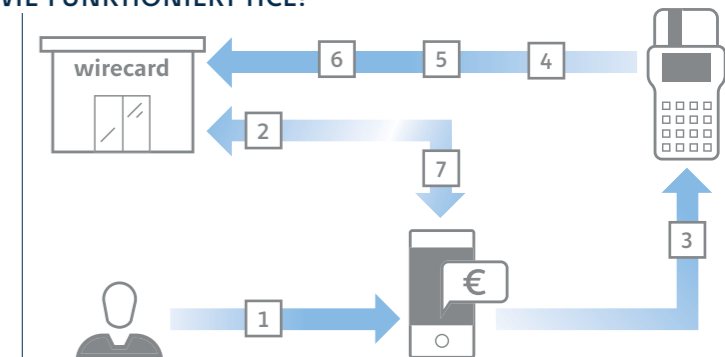
PRODUKT BOON

MIT HCE EINFACH VIELE KUNDEN ERREICHEN



Eine besonders einfache und sichere Methode des kontaktlosen Bezahls hat Wirecard mit der HCE-Technologie (Host Card Emulation) vorgestellt. Es handelt sich um eine reine Software-Lösung, für die weder eine spezielle SIM-Karte noch ein im Telefon eingebautes Sicherheitsmodul nötig ist. Damit eignet sie sich ideal für Unternehmen, die eine breite Masse von Kunden unabhängig von Gerätemodell oder Mobilfunkanbieter erreichen möchten. Mithilfe einer Smartphone-App wird eine virtuelle Prepaid-Kreditkarte erstellt, die der User zum Bezahlen an kontaktlosen Kassenterminals und Chipkartengeräten verwenden kann, indem er das Smartphone kurz an das Gerät hält. Das ist bequem, zeitsparend und vor allem sicher: Alle für die Transaktion benötigten Daten werden nicht auf dem Smartphone, sondern auf einem gesicherten Server abgelegt. Bei der Zahlung wird nur noch ein sogenannter Token, eine Art digitaler Schlüssel, übertragen, wofür nicht einmal eine Internetverbindung erforderlich ist. Ein weiterer Pluspunkt: HCE erfüllt den EMV-Standard und ist vollständig PCI-konform. Händler können also die bisherige technische Infrastruktur des POS-Terminals weiterhin nutzen und müssen nicht kostspielig umrüsten.

WIE FUNKTIONIERT HCE?



- 1 Der User lädt sich die HCE-App herunter und eröffnet einen Prepaid-Account über die HCE-App auf seinem Smartphone.
- 2 Wirecard generiert die Kartendaten und Transaktions-Tokens, die nur für ein bestimmtes Smartphone und App verwendbar sind, und sendet sie zur sicheren Speicherung an das Smartphone des Users.
- 3 Um zu bezahlen, hält der User einfach das Smartphone an das Terminal.
- 4 Das Terminal verarbeitet die Transaktion wie eine normale EMV-Transaktion.
- 5 Das Token wird geprüft.
- 6 Wirecard autorisiert die Zahlung.
- 7 Die HCE-App wird regelmäßig mit neuen Tokens versorgt.



GROSSE REICHWEITE DER BEZAHL-APPS

HCE ist für das Android-Betriebssystem verfügbar, das in den europäischen Ländern Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien sowie in China über einen Marktanteil von rund 71 Prozent verfügt. Auch in den USA erfreut sich Android mit rund 59 Prozent immer größerer Beliebtheit (Stand: Dezember 2015). Laut Google ist bereits auf mehr als zwei Dritteln aller Android-Geräte die für HCE benötigte Version 4.4 („KitKat“) oder eine höhere installiert (Stand: Februar 2016). Weltweit ist die Reichweite der Bezahl-Apps entsprechend groß: Allein im Jahr 2015 haben die Hersteller insgesamt rund 1,4 Milliarden Smartphones verkauft.



Mit den mobilen Zahlungslösungen von Wirecard sind Konsumenten immer bei Kasse und Händler flexibel.

boon. basiert auf einer virtuellen Prepaid MasterCard und wird weltweit an kontaktlosen Kassenterminals als Zahlungsmittel akzeptiert. Die Nutzerführung ist bewusst einfach und übersichtlich gehalten.



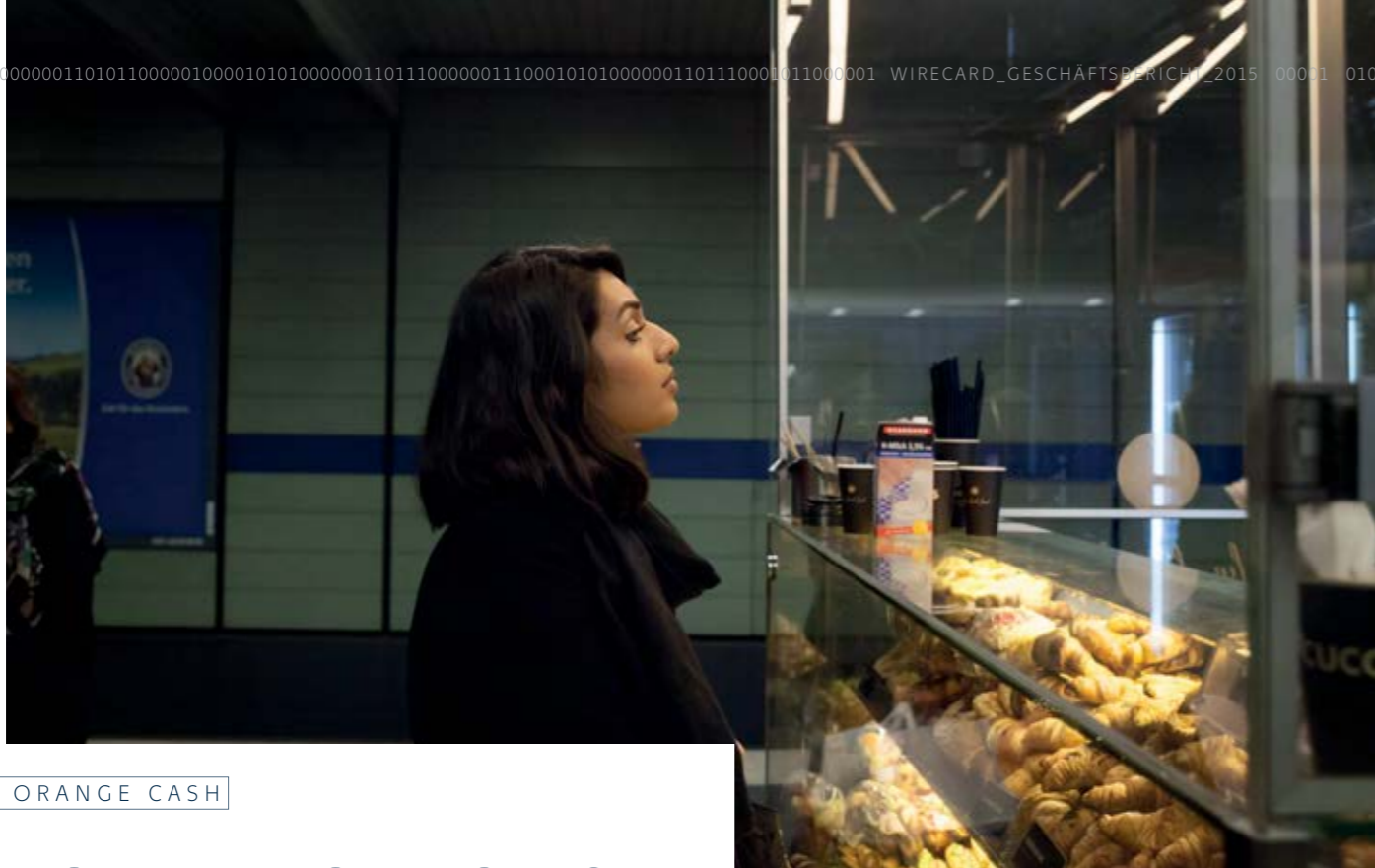


Mobiles Bezahlen



Das Ticket für den öffentlichen Nahverkehr, den Eintritt für ein Museum oder den Kaffee am Kiosk oder im Coffeeshop: Mit mobilen Lösungen von Wirecard kann Ria einfach und an vielen Stellen bezahlen.

Bis zum Jahr 2018 soll die Hälfte aller Konsumenten in Märkten wie Nordamerika, Japan und in Teilen Westeuropas die Möglichkeit des kontaktlosen Bezahlens mit einem Smartphone oder Wearable in Anspruch nehmen, prognostiziert das Marktforschungsunternehmen Gartner. Laut der Unternehmensberatung Arthur D. Little soll sich das Transaktionsvolumen mobiler Zahlungsvorgänge bis zum Jahr 2017 auf über 800 Milliarden US-Dollar weltweit nahezu verdreifachen. Wirecard hat diesen Trend schon sehr früh erkannt und bietet entlang der kompletten Wertschöpfungskette alle notwendigen Leistungen an: von der Herausgabe von Konten und Karten inklusive der notwendigen E-Geld- und Issuing-Lizenzen für MasterCard und VISA, integrierten Mehrwertdiensten bis zur technischen Infrastruktur.



PRODUKT ORANGE CASH

MIT ORANGE CASH PUNKTE SAMMELN

Wirecard hat zusammen mit dem Mobilfunkprovider Orange die mobile Bezahlösung Orange Cash entwickelt. Die virtuelle Geldbörse nutzt eine NFC-SIM-Karte zur sicheren Speicherung der digitalen Visa Karte. Sie wurde 2014 schrittweise auf dem französischen und seit 2015 landesweit auf dem spanischen und französischen Markt eingeführt. Die Wirecard Gruppe ist für das Design, die Implementierung und die Abwicklung aller technischen und finanziellen Prozesse verantwortlich. Bei der Entwicklung standen neben Sicherheit auch eine hohe Usability im Mittelpunkt.

Orange-Kunden können die flexible Payment-Anwendung nicht nur weltweit zum kontaktlosen Bezahlen an NFC-fähigen Terminals nutzen, indem sie vorab ein Guthaben auf die Karte laden, sondern sie können damit auch online bezahlen. Dazu generiert die App in Echtzeit eine Einmal-Kreditkarte, mit der Kunden in einem von ihnen ausgewählten Onlineshop für 24 Stunden einkaufen können.

Mit dieser mobilen Geldbörse können Kunden auch Geld verleihen, Peer-to-Peer, oder eine Rechnung mit jemandem, der ebenfalls Orange Cash nutzt, teilen.

Wirecard hat für Orange eine Wallet entwickelt, mit der Händler Konsumenten an vielen Kontaktpunkten abholen und umsatzfördernde Kundenbindungsprogramme nutzen können.

Der Orange-Cash-User profitiert außerdem von speziell auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Zusatzangeboten: Dank des modernen Couponing & Loyalty-Systems von Wirecard können Händler auch vor, während oder sogar nach dem Kauf mit unterschiedlichsten verkaufsfördernden Mitteln wie Gutscheinen, Rabatten, Treuepunkten oder Rückerstattungen, sogenannten Cashbacks, individuelle Kaufanreize setzen. So ist es zum Beispiel möglich, über die Orange-Cash-App auf Sonderangebote oder Rabattaktionen aufmerksam zu machen und damit dem Kunden einen zusätzlichen Anreiz zu bieten, das Geschäft zu betreten.

Ergänzt durch die BLE-Technologie (Bluetooth Low Energy) kann der Kunde im Verkaufsraum durch Signale von sogenannten Beacons (installierte Sender) mit für ihn relevanten Produktinformationen versorgt, auf Angebote hingewiesen und so gezielt durch den Laden gelenkt werden. Diese von Wirecard angebotenen Mehrwertdienste machen sich nicht nur umsatzsteigernd am Point of Sale bemerkbar, sie haben auch einen nachhaltigen Einfluss auf die Kundenbindung.



Millionen Akzeptanzstellen in ganz Europa



DAS SMARTPHONE ALS UMSATZTREIBER

Mobile Payment ist der neue Treiber am Point of Sale. Zu diesem Schluss kommt eine Studie des eMarketer über Omnichannel Trends 2015. Die Ergebnisse zeigen, dass 33 Prozent der Befragten ihr Smartphone nutzen, um nach Gutscheinen für das Geschäft, in dem sie sich gerade befinden, zu suchen. 32 Prozent suchten demnach nach einem Coupon einer Ware oder einer Marke, die sie gern kaufen würden. Und 14 Prozent würden dann gern gleich mit dem Smartphone bezahlen.



Ria ist häufig in diesem Café. Auf dem Smartphone poppt eine Nachricht auf: Heute bekommt sie einen Muffin geschenkt. Wirecard hat mit Card-Links Offers eine Plattform entwickelt, die Händlern einen großen Spielraum hinsichtlich Kundenbindung schafft.



GEORG VON WALDENFELS
EXECUTIVE VICE PRESIDENT CONSUMER SOLUTIONS



ECHTE KONSUMENTEN-PRODUKTE

boon ist weltweit eines der ersten Paymentprodukte, das ausschließlich als digitale Lösung angeboten wird. boon zeichnet sich durch eine einzigartige und intuitive User Experience und einen einfachen Registrierungsprozess aus. Dem Nutzer werden zukünftig innovative und neuartige Features angeboten, die ihm und vor allem auch dem Handel situativ einen wirklichen Mehrwert bieten. Von Anfang an wurden verschiedene Partner-Vertriebskonzepte wie White-Label entwickelt, um mit boon zu kooperieren.

Der Bereich Consumer Solutions entwickelt echte Konsumentenprodukte und besteht aus Experten, die sowohl langjährige Erfahrung bei der Konzeption von digitalen Endkonsumentenprodukten, als auch bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle mitbringen. Durch die umfangreichen Wirecard assets sind diese Modelle weltweit sehr einfach skalierbar.



VALUE ADDED SERVICES

Cluster von Lösungen zu entwickeln, die einerseits höchste Sicherheit beim Bezahlen garantieren und andererseits neue Produkt-Dimensionen eröffnen – das erzeugt eine Win-Win-Situation für Händler und Konsumenten.

TRANSPARENT UND INDIVIDUALISIERBAR

Wirecard bietet umsatzsteigernde Lösungen für den Point of Sale.

- PRODUKTE
- S. 58 Connected POS
 - S. 61 Bijlipay
 - S. 65 Alipay







Lin kommt regelmäßig nach Europa. Anders als die meisten ihrer Landsleute kommt sie sozusagen auch nach Hause, wenn sie in Deutschland ist. Denn Ehemann Markus, mit dem sie in Shanghai lebt, ist Deutscher. Die beiden profitieren von dem günstigen Preisgefälle und kaufen in München oder Berlin deutlich besser ein als in Hongkong oder Macau. Laut Fung Business Intelligence Centre, einem Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hongkong, gibt der durchschnittliche chinesische Tourist auf jeder Europareise über 2.500 US-Dollar im Einzelhandel aus, das heißt etwa doppelt so viel wie in Hongkong.

Lin und Markus kaufen nur besondere Dinge, die sie in China nicht bekommen können. Das Bezahlen an der Kasse ist ihnen auch vertraut, denn sie haben die Alipay-App auf ihrem Smartphone. Alipay bietet chinesischen Verbrauchern auch in Europa eine bewährte und vertraute Zahlungsmethode am Point of Sale – ohne die mit Währungs-umtausch verbundenen Unannehmlichkeiten und Gebühren. Europäische Händler wiederum können mit Alipay einen Teil des milliardenschweren Potenzials des chinesischen Tourismusmarktes für sich erschließen.



**SCHMUCK, UHREN, KLEIDUNG
ODER EXKLUSIVE GENUSSMITTEL:
TOURISTEN AUS CHINA
KAUFEN GERN UND TEUER, WENN
SIE NACH EUROPA KOMMEN.**

Sie haben Vertrauen, dass die Waren echt sind und sie haben das Geld, sie zu bezahlen. Denn die Kaufkraft der Chinesen hat sich in den vergangenen Jahren extrem gesteigert.

In China leben mittlerweile mehr Milliardäre als anderswo. Auch wenn die meisten der chinesischen Touristen nicht zu dieser Gruppe gehören, haben sie immer noch genug finanziellen Spielraum, Luxuswaren in Paris, London oder Berlin einzukaufen.

Umsatztreiber für den Point of Sale

Die Lösung basiert auf der ConnectedPOS-Plattform. Das heißt: Händler brauchen keine Änderungen an ihrem bestehenden Kassensystem vorzunehmen, um Alipay-Zahlungen abzuwickeln. Sie können die Soft- oder Hardware einfach direkt in ihr POS-System integrieren oder extern zwischen dem POS-System und dem Belegdrucker installieren. Wenn ein Kunde einen Kauf mit der Alipay Wallet tätigen möchte, generiert die App einen Streifencode, den der Händler einscannet, um so den nahtlosen Bezahlprozess zu starten. Mit der Erweiterung der Alipay-Akzeptanz auf Europa hat Wirecard den wachstumsträchtigen Markt chinesischer Touristen und Geschäftsreisenden im Visier. Allein im vergangenen Geschäftsjahr haben über 100 Millionen chinesische Besucher schätzungsweise 229 Milliarden US-Dollar im Ausland ausgegeben. Laut ForwardKeys, einem Marktforschungsunternehmen für Touristendaten, soll diese Zahl bis 2020 auf 422 Milliarden US-Dollar ansteigen.

Lin und Markus möchten abends noch in ein Konzert gehen. Die Alipay-App ist auch ein hilfreicher Begleiter, wenn es ums Ausgehen geht. Denn neben dem komfortablen Payment bietet sie besondere Mehrwerte, beispielsweise Veranstaltungsinformationen. Ihre Tickets bekommen die beiden direkt über die App.

Das kleine Gerät zwischen Kasse und Terminal hat eine große Wirkung: Mit dem POS Connector, einem Bestandteil der Connected POS-Plattform, können Händler ihren Kunden direkt am Point of Sale Mehrwerte anbieten.



PRODUKT CONNECTED POS

MEHRWERTE FÜR HÄNDLER UND KONSUMENTEN



MOBILE KUNDENKARTEN

Juniper Research geht in einer aktuellen Studie zu mobilen und Online-Kundenbindungsprogrammen davon aus, dass die Verbreitung von mobilen oder in Smartphone-Apps eingebundenen Kundenkarten von 1,4 Milliarden im Jahr 2015 auf 3 Milliarden bis zum Jahr 2020 steigen wird (Stand: 2016).



Milliarden in Smartphone-Apps eingebundene Kundenkarten bis zum Jahr 2020

Während Internethändler seit Jahren digitale Kundendaten nutzen, um Onlineshopper gezielt anzusprechen und sie zu neuen Käufen zu animieren, schöpft der stationäre Einzelhandel das Potenzial dieser Daten noch nicht annähernd aus: Viele Einzelhändler analysieren vorhandene Kundendaten nicht gewinnbringend und können sie nicht nutzen, um die profitabelsten Kunden zu ermitteln und mit ihnen in Kontakt zu treten. Nur wenige haben bereits einen Zugang zu allen relevanten Daten, um Kunden zufriedenstellend bedienen zu können. Und für die meisten ist es noch nicht selbstverständlich auf die Kaufhistorie zurückzugreifen, um mit dem Kunden auf persönliche Weise interagieren zu können. Zudem versäumen es fast zwei Drittel der Einzelhändler, personalisierte Nachrichten und Empfehlungen über alle Kanäle an Kunden zu verschicken.

Wenn sich der stationäre Handel im Wettbewerb mit den Onlineshops behaupten will, so muss auch er Käuferdaten gezielt dazu einsetzen, um Kunden maßgeschneiderte Produkte, Services und Mehrwertleistungen zu bieten.



Lukrative Investitionen in Indien

Ein zentraler Bestandteil von Wirecards internationaler Wachstumsstrategie ist, das Potenzial aufstrebender Märkte zu erkennen. Deshalb erwirbt Wirecard Unternehmen oder geht Partnerschaften mit Unternehmen ein, die eine große Kenntnis der wirtschaftlichen Trends und des Verbraucherverhaltens in der jeweiligen Region haben. Damit kann Wirecard sich dort frühzeitig als Innovator und technischer Wegbereiter positionieren. Indien ist einer dieser Märkte. Wesentliche Faktoren deuten darauf hin, dass Barzahlungen in Indien bald nicht mehr dominieren werden.

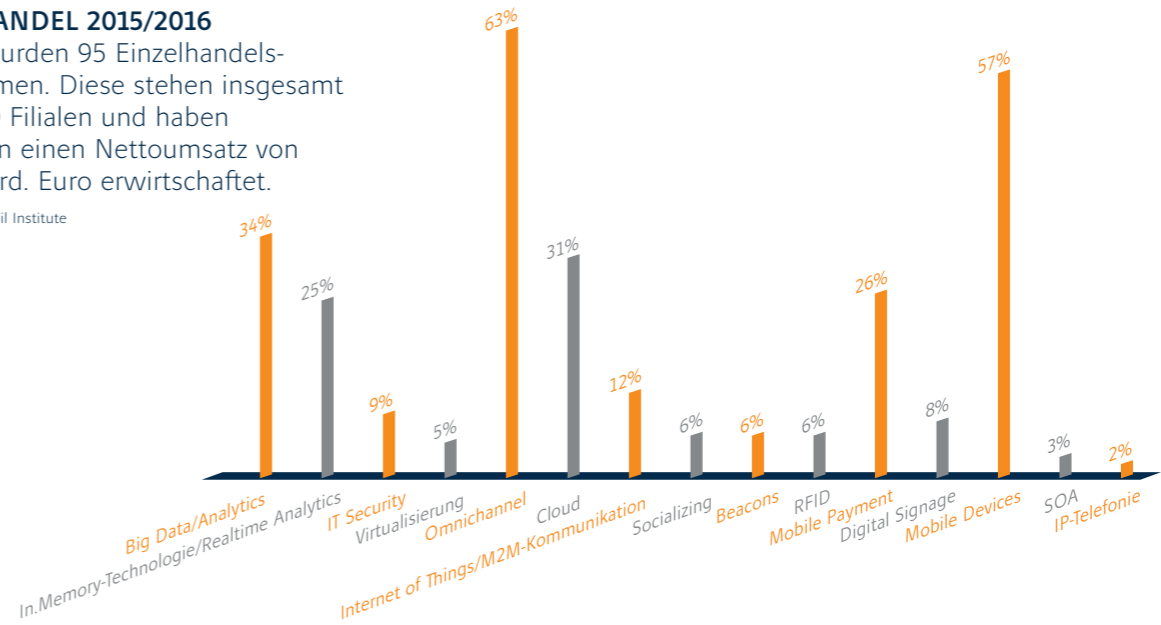
In den vergangenen fünf Jahren ist die Zahl der Kartentransaktionen deutlich gestiegen, die Anzahl der im Umlauf befindlichen Debitkarten ist seit Kurzem um über 40 Prozent gestiegen. Gleichzeitig ist Indien heute mit über 900 Millionen Mobilfunkverträgen einer der größten Smartphone-Märkte der Welt. Die mittlerweile größere Vertrautheit der Verbraucher sowohl mit elektronischen Zahlungen als auch mit mobiler Technologie hat die nötigen Voraussetzungen geschaffen, in größerem Maße mobile Point of Sale-Technologie einzusetzen.

Wirecard hat im vergangenen Geschäftsjahr das Payment-Geschäft der Great Indian (GI) Retail Group übernommen. Damit sind auch Anteile von Unternehmen verbunden, die Zahlungsdienstleistungen in

TECHNOLOGISCHE TRENDS IM EINZELHANDEL 2015/2016

Befragt wurden 95 Einzelhandelsunternehmen. Diese stehen insgesamt für 80 700 Filialen und haben zusammen einen Nettoumsatz von ca. 302 Mrd. Euro erwirtschaftet.

QUELLE: EHI Retail Institute



Indien, den Philippinen, Indonesien und Malaysia unter den Marken „iCASHCARD“, „Smartshop“, „StarGlobal“ und „Commerce Payment“ sowie unter weiteren Segment-Marken anbieten. Außerdem wird Wirecard zu 60 Prozent Anteilseigner an der GI Technology Private Limited (GIT), einem lizenzierten Herausgeber von Prepaid-Zahlungsinstrumenten (PPI) in Indien. Mit dieser Übernahme hat sich Wirecard eine Beteiligung an einem der am schnellsten wachsenden lizenzierten Herausgeber von Prepaid-Zahlungsinstrumenten in Indien sowie eine Full-Fledged-Money-Changers-Lizenz (FFMC) zur Abwicklung von Mehrwährungs- und Remittance-Transaktionen gesichert.



Das elektronische semi-closed-loop Wallet „iCASHCARD“, herausgegeben von GI Technology, ist Indiens führende Lösung für nationale Remittance-Zahlungen unter Nutzung des Immediate Payment Service (IMPS). iCASHCARD zählt zu den beliebtesten Semi-closed-loop-Zahlungsinstrumenten bei IRCTC, der Website der indischen Eisenbahnen – zugleich einer der größten E-Commerce-Webseiten im asiatisch-pazifischen Raum. Neben ihrem Kernmarkt in Indien expandierte GI Retail erfolgreich in mehreren Märkten Südostasiens.



Lin bestellt im Restaurant über ihr Smartphone. Der Beacon lokalisiert den Kunden, der Tisch und die Bestellung werden identifiziert.

WACHSENDE MITTELSCHICHT BIETET NEUE RETAILMÖGLICHKEITEN

Im Jahr 2022 soll Indien China als bevölkerungsreichstes Land der Welt ablösen. Außerdem wird das Durchschnittsalter der indischen Bevölkerung in fünf Jahren bei rund 29 Jahren liegen – eines der niedrigsten der Welt. Schon heute macht sich diese Gruppe an der Kasse bemerkbar. Junge Verbraucher, bei denen die Wahrscheinlichkeit für die Annahme kontaktloser und mobiler Bezahlmethoden höher ist, machen schon heute 34 Prozent der städtischen Käufer aus. Außerdem wird diese Verbrauchergruppe zunehmend wohlhabender. Die hohen einstelligen Wachstumsraten von Indiens Gesamt-Bruttoinlandsprodukt in jedem Quartal halten an, und auch das Pro-Kopf-Bruttoinlandsprodukt steigt. McKinsey prognostiziert eine Verdreifachung der Einkommen im Laufe der nächsten beiden Jahrzehnte, was eine neue Mittelschicht von über 500 Millionen Menschen entstehen lassen würde. 2025 wird Indien zum fünftgrößten Verbrauchermarkt der Welt angewachsen sein. Dieser massive demografische Wandel wird jeden Aspekt des täglichen Lebens in Indien beeinflussen – nicht nur, wie Leute für Waren bezahlen, sondern auch die Anzahl der Einkäufer. Innovative Zahlungslösungen wie Bijlipay, die leicht und schnell umsetzbar sind, werden den Mangel an vorhandener Retailstruktur ausgleichen und den Bedürfnissen von Indiens jungen, wohlhabenden und mobilen Verbrauchern gerecht werden.



MIT BIJILIPAY ALTE SYSTEME ÜBERSPRINGEN

Bijlipay ist eine White-Label-Lösung für den mobile Point of Sale (mPOS) von Wirecard und dem in Chennai niedergelassenen Partner Skilworth Technologies Private Limited. Bijlipay, ein System zur Kartenzahlung, beruht auf einer mobilen App, die Händler als Kassensystem auf ihren Smartphones benutzen, und einem Chipkartenleser, der per Bluetooth an die App angeschlossen ist. Da herkömmliche POS-Systeme in Indien nicht geläufig sind, sind viele Händler offen für die Vorteile von Transparenz und damit Sicherheit, die Bijlipay bietet. Außerdem haben sich Menschen in den aufstrebenden Märkten daran gewöhnt, bekannte Technologien zugunsten jüngerer Innovationen einfach zu überspringen. Um nur ein Beispiel zu nennen: 2012 überholte die kabellose Internetnutzung die Festnetznutzung in Indien. Als eine der ersten zertifizierten mPOS-Lösungen auf dem Markt profitieren Bijlipay – und Wirecard – von dem zeitlich gut abgestimmten Rollout.

UNKOMPLIZIERT KARTEN

AKZEPTIEREN

Wirecard hat mit accept eine mobile Lösung für das Smartphone entwickelt, die auch als White-Label-Produkt für Reseller attraktiv ist. Diese eignet sich für Händler, Dienstleister und Selbstständige, die oft unterwegs sind und eine überschaubare Menge an Transaktionen abwickeln. Ohne Vertragslaufzeit und Mindestumsatz ist accept eine kostengünstige Alternative gegenüber klassischen Lesegeräten, ohne dass Kunden und Händler Abstriche in Handling und Sicherheit machen müssen. Der Verkäufer benötigt neben dem Kartenleser lediglich ein Smartphone, die accept-App und eine Internetverbindung. Zur Zahlung steckt er den Mobile Card Reader auf das Smartphone, tippt den Betrag ein, liest die Karte des Kunden aus und lässt diesen die Zahlung per Unterschrift auf dem Touchscreen bestätigen (Swipe & Sign). Anschließend erhält der Kunde die Rechnung per E-Mail. Über ein übersichtliches Web-Interface kann der Händler jederzeit Transaktionen auswerten, Belege drucken, Stornierungen und Rückerstattungen vornehmen oder Couponing & Loyalty-Aktionen konfigurieren.



Millionen Geräte bis 2019



Das Restaurant ist sehr klein, ein festes Kartenterminal würde sich nicht lohnen. Lin und Markus können trotzdem mit Kreditkarte bezahlen, weil die Inhaberin das mobile Kartenlesegerät accept benutzt.

MOBILE CARD READER SETZEN SICH DURCH

Insbesondere mobile Kartenlesegeräte verzeichnen ein enormes Wachstum: 451 Research prognostiziert, dass sich deren Anzahl von 2015 bis 2019 auf mehr als 54 Millionen Geräte weltweit vervierfachen wird. So kann sich zum Beispiel fast die Hälfte der US-Unternehmen zwischen 500 und 10.000 Mitarbeitern vorstellen, mobile POS-Terminals in die bestehende Infrastruktur einzubinden. Die höchste Expansionsrate erwarten die Experten jedoch im APAC-Raum (Asien-Pazifik), wo sie im gleichen Zeitraum mit einem siebenfachen Wachstum rechnen. Denn gerade in infrastrukturschwachen Gebieten, wo Bewohner kaum Zugang zu Bankautomaten haben, setzen sich die flexiblen, mobilen Point of Sale-Lösungen immer mehr durch.

IN BRUCHTEILEN VON SEKUNDEN REAGIEREN

JÖRN LEOGRANDE
EXECUTIVE VICE PRESIDENT MOBILE SERVICES

Das Smartphone ist für viele Menschen weltweit das zentrale Medium der Digitalisierung. Es verändert die Art, wie wir kommunizieren, wie wir einkaufen und natürlich auch, wie wir bezahlen. Dabei geht es nicht darum, klassische Kartenzahlungen über eine App zu ersetzen, sondern etablierte Zahlungsarten über mobile Technologien intelligent zu erweitern. Etwa über Kommunikation in Echtzeit, biometrische Risikomanagement-Verfahren oder smarte Services, die auf den Standort der Kunden referenzieren. Cluster von Lösungen zu entwickeln, die einerseits höchste Sicherheit beim Bezahlen garantieren und andererseits neue Produkt-Dimensionen eröffnen – das erzeugt eine Win-Win-Situation für Händler und Endkonsumenten gleichermaßen. Denn eine Innovation im Payment ist nur dann erfolgreich, wenn alle am Zahlungsprozess Beteiligten einen echten Vorteil dadurch gewinnen.



Sicherheit für den Händler

Die Europäische Zentralbank gab zu Beginn des Jahres bekannt, dass im Jahr 2015 rund 899.000 gefälschte Euro-Banknoten aus dem Verkehr gezogen wurden. 83 Prozent davon waren gefälschte 20- und 50-Euro-Scheine – also die Notenwerte, die gerade im Einzelhandel besonders häufig zum Zahlen genutzt werden. Der dadurch entstehende wirtschaftliche Schaden ist beträchtlich.

899.000

gefälschte Euro-Banknoten



Unsere Lösungen und Services zielen dabei nicht nur auf Deutschland und Europa, sondern werden in vielen verschiedenen Regionen der Welt adaptiert und erweitert. Und das bedeutet auch: unterschiedliche technologische Standards, andersgeartete rechtliche Rahmenbedingungen, differenzierte Wettbewerbssituationen. Dazu kommt: Wer mobile Lösungen entwickelt, arbeitet in Echtzeit. Kunden und Händler erwarten Lösungen, die in Bruchteilen von Sekunden reagieren. Wenn man alles zusammennimmt, ergibt sich eine der spannendsten Herausforderungen, denen wir uns heute stellen.

00001010001
00
010100
01010000
0011
0001
00000
1010
011000
0010
10101
0
111
01011
01000111
10100
010001
1
1011001100100
110
01110011
101010010
111
101
00110
1
1000110111001
0110011
101010001
1011011110
00000
00110100101010
100
1001010
10101101011011
00110
110101
001101011
101
11011010110
101100110110
1011010
110
000011101001
1010
1010
10001110110101
10101010
01110
00111
000
1001000
00001
000110
101000110101101
001
001
0011
0010000
00100111
10
010010
1101010010
00110
111111
00100
0110100
0001
1010
011000
010
10101
111
01011
10000111
10100
010001
1
1011001100100
110
00110011
101010010
111
101
00110
1
1000110111001
0110011
101010001
1011011110
00000
00110100101010
100
1001010
10101101011011
00110
1101101
10001101011
0110001
101011010110
1011010
110
0000111011001
1010
100011101101101
01010110
011101
1011111
000
1001000
00001
0000110000
10110100110110101101
110
101
011
0011
00101
001100100
000100111
0
011010
1101010010
0110
1111101



Oberste Priorität hat die Sicherheit der von uns verwalteten Gelder. Wir achten bei der Auswahl unserer Bankpartner auf erstklassige Bonität.



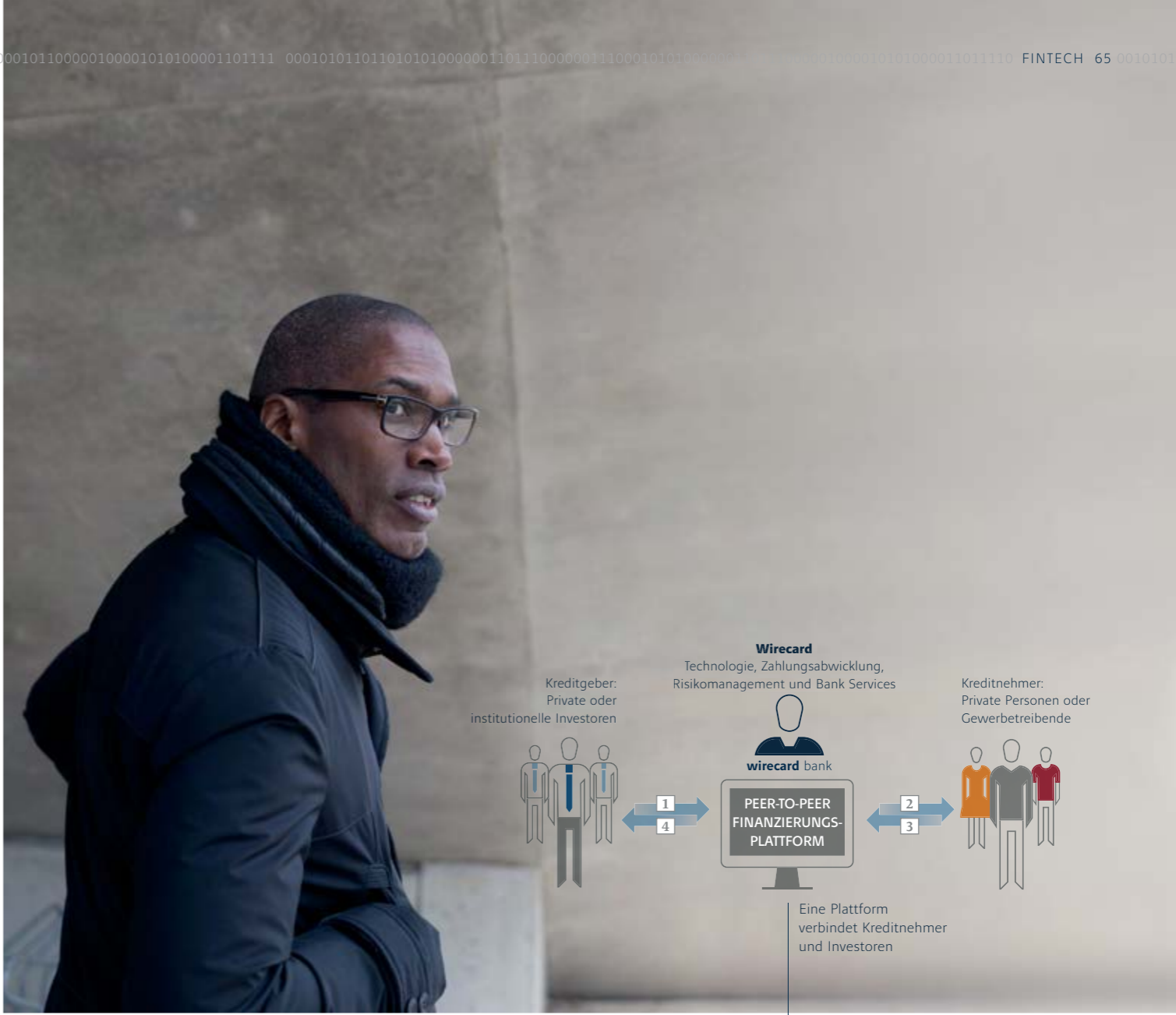
Thorsten Holten
Executive Vice President Treasury

Das Thema Energie beschäftigt Morgan schon lange. Vor allem, wie man mit möglichst wenig davon auskommen kann. Die Idee, ein Unternehmen zu gründen, das auch einfachen Leuten dabei helfen könnte, die Versorgung mit Energie in die eigene Hand zu nehmen, kam ihm während seines Studiums in den USA. Vor Kurzem hat er sich entschlossen, endlich damit ernst zu machen. Um mehr finanziellen Spielraum zu haben, nahm er einen Kredit auf. Den bekam er ganz unbürokratisch über das Internet.

Kreditgeber und Kreditnehmer begegnen sich auf Augenhöhe

Denn wer einen Investor sucht oder sich Geld leihen möchte, kann das inzwischen ganz einfach über das Internet machen. Peer-to-Peer, das meint so viel wie von gleich zu gleich oder von Freund zu Freund. Das Konzept ist denkbar einfach: Kreditgeber und -nehmer werden auf einer Internetplattform direkt zusammengebracht – dadurch bekommt jede Seite einen Deal, den sie für vielversprechend hält. Darlehen, die durch eine größere Gruppe von privaten und institutionellen Geldgebern vergeben werden, können wiederum an Unternehmen und Privatpersonen vermittelt werden. Die Gläubiger erhalten in individuell vereinbarten Zeiträumen Tilgungszahlungen und Zinsen, die sich nach der Höhe des potenziellen Risikos richten.

Wichtig für den jeweiligen Prozess ist natürlich auch die Bonitätseinstufung des Kreditnehmers. Erste Hinweise zur Einstufung einer Kreditwürdigkeit können Auskünfte sein wie der Umgang mit unbezahlten Rechnungen, das Wohnumfeld, aber auch soziodemografische Daten wie Alter, Name und Geschlecht. Die Höhe des Zinssatzes entspricht dem möglichen Risiko eines Zahlungsausfalls. P2P-Anbieter differenzieren genau und teilen Kreditnehmer in verschiedene Untergruppen ein, die unterschiedliche Zinsen



Eine Plattform verbindet Kreditnehmer und Investoren

WIRECARD KOOPERIERT MIT FINTECHS

Finanzierungs-Plattform (Wirecard unterstützt mit Technologie und Zahlungsabwicklung, Risikomanagement und Bank Services):

- 1. Einsammlung (Collection) der Kreditfinanzierung
- 2. Auszahlung des Kredites an den Kreditnehmer
- 3. Einziehung des Rückzahlungsbetrages
- 4. Auszahlung des Rückzahlungsbetrages an den Investor

zahlen. Diese Einschätzung nehmen die Anbieter selbst vor. Auch wenn P2P-Kreditvergaben momentan noch einen kleinen Teil des privaten und geschäftlichen Kreditmarkts ausmachen, verstärken P2P-Kredite den Trend zu einem Geldwesen, das sich unabhängig von konventionellen Banken macht. Mit den technischen Möglichkeiten des Internets wird eine vergleichsweise hohe Transparenz im Vergleich zu anderen Anlageformen geschaffen.

Morgan hat mit seiner Geschäftsidee eine Lücke geschlossen. Dank seiner Beratung sparen jetzt viele Haushalte bis zu 30 Prozent Energie ein. Das Auftragsvolumen ist so groß, dass er auf der Suche nach Partnern ist. Den Kredit hat er bald zurückbezahlt.

Global wurden in Fintech-Unternehmen allein in den ersten drei Quartalen 2015 mehr als

10

Milliarden US Dollar investiert



WIRECARD ERMÖGLICHT FINTECH- LÖSUNGEN

Fintech, diese Abkürzung steht für Finanztechnologie, nutzt internetbasierte Technologie, um Finanzdienstleistungen schneller und unkomplizierter zur Verfügung zu stellen als es konventionelle Banken bisher tun. Fintechs machen sich die wachsende Verbreitung mobiler Endgeräte in Verbindung mit einem fast immer verfügbaren Internet zunutze. Mit Wirecard als Partner ist es auch kleinen Unternehmen möglich, eine echte Konkurrenz für etablierte Unternehmen zu werden oder Nischen im Markt zu besetzen. Neueste Finanzdienstleistungs-Produkte ermöglichen es dem Konsumenten, ein Konto in weniger als acht Minuten zu eröffnen oder Rechnungen einfach über das Smartphone zu bezahlen. Geld kann man längst überweisen, indem man eine SMS versendet. Sogar Geld abheben oder einzahlen ist mit dem Smartphone inzwischen möglich. Schlanke Fintech-Lösungen vermitteln unkompliziert Peer-to-Peer- und Hypothekenkredite oder ermöglichen grenzüberschreitende Überweisungen von Geld oder Börsenhandel. Die Lösungen sind fast immer für mobile Geräte optimiert.

Die Gesamtzahl aller Fintech-Deals stieg von 933 (2014) auf 1.162 im Jahr 2015. Auch die Zahl der Megadeals (Investitionen von jeweils mehr als 50 Millionen US-Dollar) im Fintech-Sektor hat 2015 mit 63 ein neues Hoch erreicht (2014: 40 Megadeals).

QUELLE: KPMG und CB Insights

Heute nutzen schon mehr als 1,8 Milliarden Menschen weltweit mobiles Banking. Das spiegelt den umfassenden digitalen Wandel wider, der sich derzeit in allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens vollzieht. Die weltweit tätige Unternehmensberatung Accenture geht davon aus, dass bereits im Jahr 2020 30 Prozent aller Bankgeschäfte von Fintechs bestimmt werden.

Banken und Finanzinstitute sind streng reguliert, um die Investitionen der Kunden zu schützen. Das gilt für viele Fintech-Unternehmen dagegen nicht. Auch wenn es um eine sichere Zahlungsabwicklung oder die Einhaltung regulatorischer und gesetzlicher Bestimmungen geht, verfügen Fintech-Unternehmen meist nicht über das erforderliche Know-how oder die notwendigen Lizenzen. Die Wirecard Bank steht unter der Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin) und verfügt über alle notwendigen Lizenzen für Kartenausgabe (Issuing) und Kartenakzeptanz (Acquiring, für Kontoführung und Einlagengeschäft). Als Technologieunternehmen ermöglicht Wirecard Fintechs außerdem einen einfachen Zugang zu Softwaretechnologien und Banklösungen, Hilfe bei Risikomanagement, der Ausgabe von Karten und mobilen Zahlungen sowie der Einführung von Mehrwertdiensten wie Bonusprogrammen. Wirecard ist als ein weltweit führendes Technologieunternehmen im Bereich elektronisches Bezahlen mit einer eigenen Bank im Konzern der richtige Partner für Fintechs. Das umfassende Fachwissen in Kombination mit der Innovationsfähigkeit und Schnelligkeit von Fintech-Unternehmen machen es möglich, genau die Art von Finanzprodukten anzubieten, die die Verbraucher von heute verlangen.





PARTNER FUNDING CIRCLE

Über eine Internetplattform hat Morgan relativ einfach einen Kredit bekommen. Damit konnte er sich seinen Traum eines eigenen Business erfüllen. Inzwischen läuft das so gut, dass er einen Partner sucht.

PLATTFORM FÜR DIE VERGABE VON KREDITEN AN MITTELSTÄNDLER



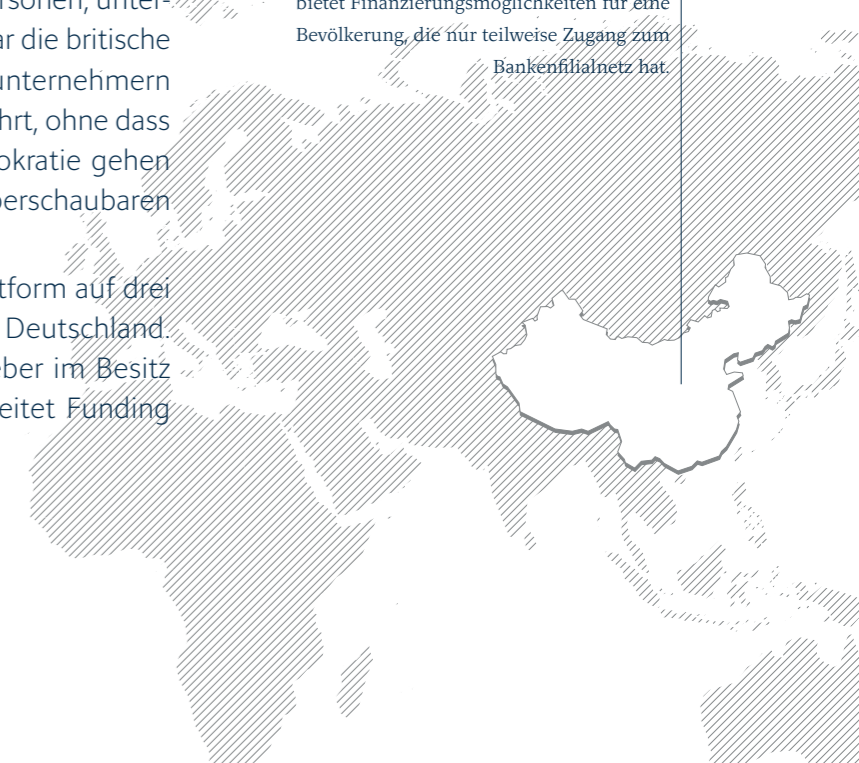
Zu den besonders erfolgreichen Fintech-Unternehmen gehört auch die britische Firma Funding Circle. Über diesen Marktplatz für kleine Unternehmenskredite, der Unternehmen direkt mit Investoren zusammenbringt, wurden bereits Kredite im Wert von über 1,5 Milliarden US-Dollar koordiniert. Dafür wurde zwischen Tausenden von Kleinunternehmen und einer großen und breit gefächerten Gruppe von Investoren ein direkter Kontakt hergestellt, wozu mehr als 40.000 Privatpersonen, unterschiedliche Finanzorganisationen und sogar die britische Regierung gehörten. Das hat vielen Kleinunternehmern einen Zugang zu günstigen Krediten gewährt, ohne dass sie den sonst langen Weg durch die Bürokratie gehen mussten. Die Investoren profitieren von überschaubaren Risiken und zuverlässigen Renditen.

2015 erweiterte Funding Circle seine Plattform auf drei weitere Länder, unter anderem auch auf Deutschland. Da laut BaFin alle gewerblichen Kreditgeber im Besitz einer vollen Banklizenz sein müssen, arbeitet Funding Circle mit der Wirecard Bank zusammen.

In China sind Kredite übers Internet schon längst eine willkommene Alternative und gelten als einer der jüngsten Trends in der Volksrepublik. Rund

2.000 Plattformen

bringen Geldgeber mit Kreditnehmern zusammen. Der stark wachsende Markt bietet Finanzierungsmöglichkeiten für eine Bevölkerung, die nur teilweise Zugang zum Bankenfilialnetz hat.



Aus der Perspektive des Konsumenten

Fintech-Produkte sind auch eine Frage des Lifestyles. Für die meisten Konsumenten ist es heute selbstverständlich, dass sie online einkaufen. Cashless zu bezahlen, auch mobil mit dem Smartphone, war konsequenterweise der nächste Schritt. Die innovativen Bankprodukte der Fintechs bauen darauf auf. Viele Menschen tragen ihr Smartphone ständig bei sich. Über die Cloud haben sie immer einen Zugriff auf ihre Daten, unabhängig davon, wo sie sich gerade befinden.

Das Kundenverhalten im Bereich Banking ist in einem großen Wandel begriffen. Fast die Hälfte der Bankkunden erledigt Geldgeschäfte bereits online oder hat es in naher Zukunft vor. Online-Banking-Nutzer überprüfen im Durchschnitt fünf- bis sechsmal pro Woche ihren Kontostand – und das



nicht vom Computer aus, sondern mit dem Smartphone. Das Smartphone wird somit für die Endkunden bei der Erledigung ihrer täglichen Bankgeschäfte immer wichtiger.

Fintechs werden Banken nicht vollständig ersetzen, aber sie setzen andere Standards, weil sie Banking aus der Perspektive des Konsumenten betrachten. Sie sind in technologischer Hinsicht viel innovativer als konventionelle Banken, allein schon weil sie kleiner sind und damit Entscheidungen viel schneller treffen können.



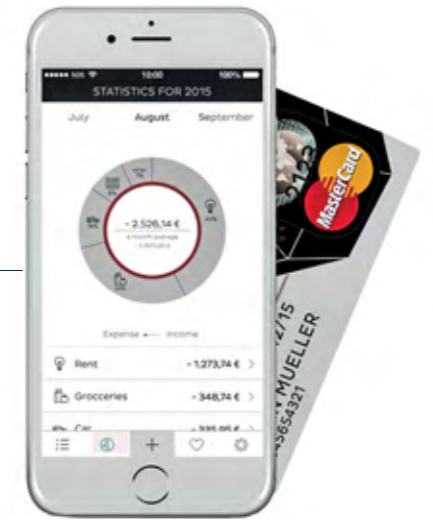
Einen Kredit über eine Fintech-Plattform aufzunehmen, wird sich immer mehr durchsetzen. Laut Statista wird im Segment „Privatkredit-Plattformen“ die Anzahl der Nutzer im Jahr 2020 bereits 45,2 Millionen betragen.



PARTNER NUMBER26

EIN GIROKONTO, DAS NUR MOBIL AUF DEM SMARTPHONE VERFÜGBAR IST

Die mobile App ist seit Januar vergangenen Jahres in Deutschland und Österreich im Einsatz. Im Juli launchte Number26 eine englischsprachige Version in verschiedenen europäischen Ländern. Vor Kurzem ging das Start-up eine Kooperation mit dem Anbieter von barzahlen.de ein. Seitdem können die User sogar Bargeld von ihrem mobilen Konto in mehr als 3.000 Supermärkten und Shops in Deutschland abheben und einzahlen.



Für das Feature namens Cash26 braucht der Kunde nur sein Smartphone und wählt in der App den Geldbetrag aus, den er abheben möchte. Den Barcode, den er nach der PIN-Eingabe erhält, zeigt er an der Kasse vor, wo er gescannt wird. Der gewünschte Betrag wird mit dem Konto synchronisiert und der User bekommt das Geld vom Händler ausgezahlt. Nutzer können maximal 300 Euro abheben und 1.000 Euro einzahlen.

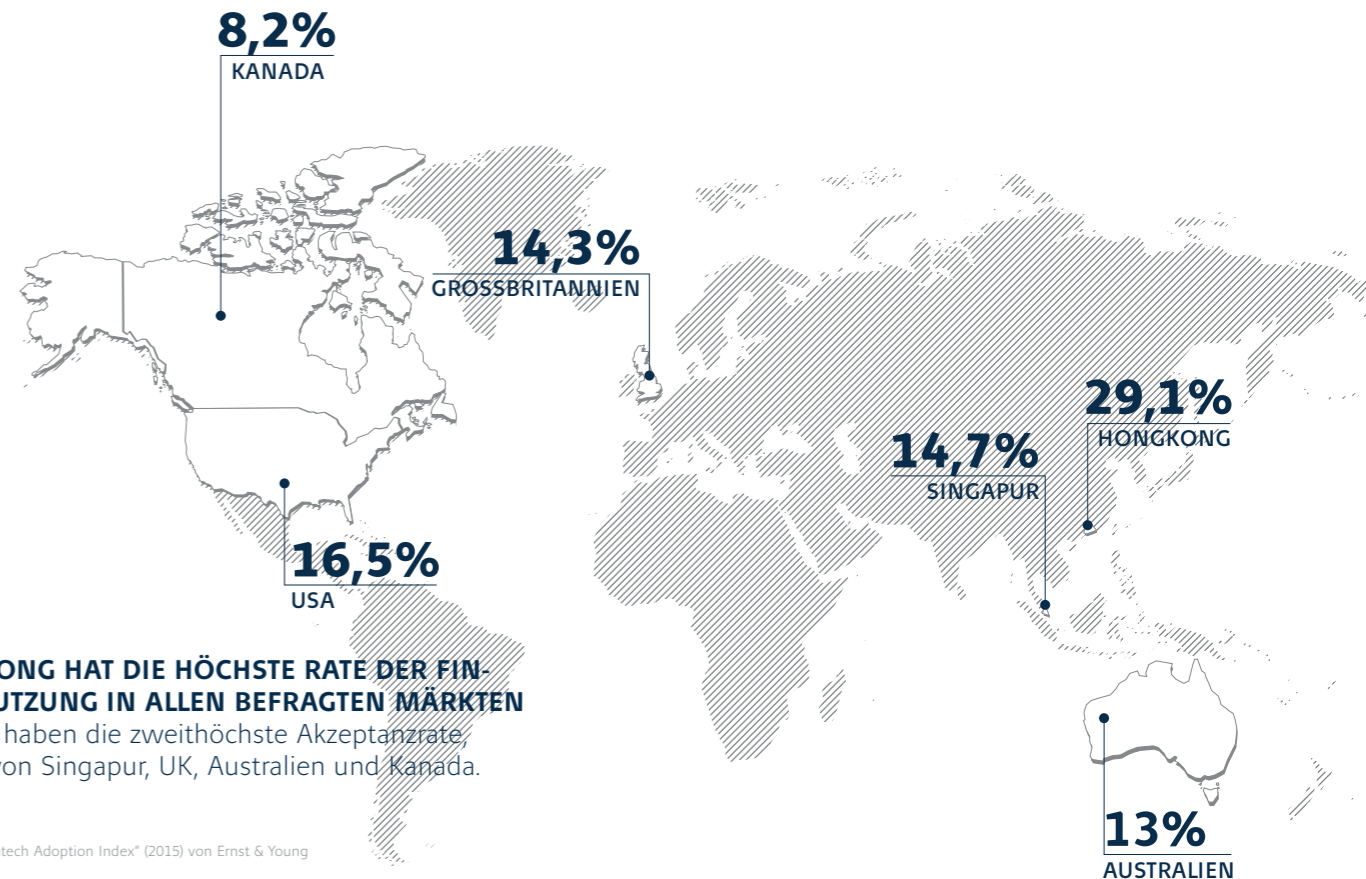


Mobiles Konto in

Minuten

Das Berliner Start-up Number26 bietet über eine App ein kostenloses Girokonto, das in Minutenschnelle online eröffnet werden kann. Dazu bekommt der Konsument eine gebührenfreie MasterCard, die mit den Konten des Nutzers verbunden ist. Das Konto kann kostenlos und in Echtzeit verwaltet werden.

Als unser Partner kann Number26 dem Kunden alle Vorteile eines traditionellen Bankkontos bieten – Einlagensicherung, sichere Überweisungen, gebührenfreies Abheben von Bargeld und gebührenfreie Online-Zahlungen. Der Nutzer kann zum Beispiel Überweisungen mit dem eigenen, speziellen Code anstatt mit einem per Zufall generierten TAN-Code ausführen. Verloren gegangene Karten können mit einem einzigen Klick in der App vorübergehend gesperrt und später, falls die Karte gefunden wird, wieder entsperrt werden. Diese Kombination aus sicherer Funktionalität und extremer Anwenderfreundlichkeit unterscheidet Number26 von Konkurrenzprodukten.



HONGKONG HAT DIE HÖCHSTE RATE DER FINTECH-NUTZUNG IN ALLEN BEFRAGTEN MÄRKTEN
Die USA haben die zweithöchste Akzeptanzrate, gefolgt von Singapur, UK, Australien und Kanada.

QUELLE: „EY Fintech Adoption Index“ (2015) von Ernst & Young

PARTNER HOLVI

ONLINE-BANKING FÜR KLEINE UND MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN



Wie Morgan nutzen auch andere User mehr und mehr Fintech-Produkte. Laut einer Befragung des EY Fintech Adoption Index hatten 15,5 Prozent der Befragten in den vergangenen sechs Monaten mindestens zwei Fintech-Produkte genutzt. Die Akzeptanz-Rate könnte sich binnen des Jahres verdoppeln.



Das finnische Start-up-Unternehmen Holvi bietet eine End-to-End-Banklösung für Unternehmen und Selbstständige, das heißt für die kleinsten der Kleinunternehmer, denen die traditionellen Banken meistens weniger gerecht werden. Bei Holvi können Nutzer ein Girokonto und einen Online-Shop eröffnen, Zahlungen entgegennehmen sowie Rechnungen und Jahresabschlüsse erstellen – alles in einem einzigen, ansprechend gestalteten Paket.

Durch die Partnerschaft mit der Wirecard Bank ist das finnische Start-up darüber hinaus in der Lage, seinen Kunden eigene internationale Kontonummern (IBAN) einzurichten. Das bedeutet, dass auch Kleinunternehmer Zahlungen aus dem Ausland empfangen können und so mehr Möglichkeiten haben, ihre Produkte auch international zu vermarkten. Dieses Feature soll weiter ausgebaut werden, da Holvi seine Online-Plattform in 19 europäischen Ländern auf kleine und mittlere Unternehmen ausdehnen will.

THORSTEN HOLTEN
EXECUTIVE VICE PRESIDENT TREASURY

TAGGLEICHE GUTSCHRIFTEN MÖGLICH



Oberste Priorität hat die Sicherheit der von uns verwalteten Gelder. Wir achten bei der Auswahl unserer Bankpartner auf erstklassige Bonität. Da wir den größten Teil der Liquidität im Auftrag unserer Kunden verwalten, investieren wir in keinerlei spekulative Anlagen. Dabei akzeptieren wir einen möglichen Renditenachteil zugunsten der höheren Sicherheit. Wir achten auf eine einfache und transparente Anlagestrategie.



SCP (SUPPLIER AND COMMISSION PAYMENTS) ist eine automatisierte Lösung für weltweite Auszahlungen an Firmen, die Zahlungen über deren Kreditkartenakzeptanzvertrag erhalten. Die virtuellen Prepaidkarten sind in 27 Währungen verfügbar. Buchungen und Abrechnungen können automatisch in das ERP-System des Kunden integriert werden.

Wir bieten unseren Kunden 23 verschiedene Auszahlungswährungen an und damit eine optimale Steuerung der benötigten Währungen. Damit unsere Händler nicht unnötig viele Währungsströme verwalten müssen, stehen wir mit unserem Devisenhandel für Währungsumrechnungen zu tagesaktuellen Marktkursen zur Verfügung. Wir bedienen uns dabei einer Vielzahl von Partnern, um jederzeit den besten Preis für unsere Kunden erzielen zu können. Bei uns werden nach einer US-Dollar-Transaktion auch US-Dollar ausbezahlt. Durch unser weltweites Netzwerk von Partnerbanken sind wir in der Lage, Transaktionen sicher und schnell durchführen zu können. Dabei sind, je nach Land und Zeitzone des Empfängers, taggleiche Gutschriften möglich. So schnell wie mit unseren SCP-Transaktionen, kann man sonst nicht bezahlen. Als voll lizenzierte Bank haben wir einen direkten Zugang zum nationalen Zahlungsverkehrsnetz. Im SEPA-Raum sind wir direkt angeschlossen. Im internationalen Zahlungsverkehr nutzen wir unsere weltweiten Partnerbanken. Durch die Nutzung unterschiedlicher Transaktionsplattformen stellen wir sicher, dass jederzeit ein Netzwerk zur Abwicklung von Transaktionen verfügbar ist.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
WIRECARD AG
Corporate Communications

Einsteinring 35
85609 Aschheim
Deutschland

www.wirecard.de
Tel.: +49 (0) 89 / 4424-1400
Fax: +49 (0) 89 / 4424-1500
E-Mail: pr@wirecard.com

Publikationsdatum: 7.4.2016

////////////////////////////////////

INVESTOR RELATIONS

Tel.: +49 (0) 89 / 4424-1788
E-Mail: ir@wirecard.com
ir.wirecard.de

////////////////////////////////////

