

Auf Abruf

Viele Kunden wollen Produkte heute nicht mehr kaufen, sondern nur noch für ihre Nutzung bezahlen. Das verändert auch Abrechnungs- und Zahlungsprozesse. Von Yilmaz Aydin und Frank Segers

Der Besitz von Produkten wird durch Pay-per-Use-Modelle künftig an Bedeutung verlieren. Immer mehr Kunden wünschen sich, ein Produkt nur dann zur Verfügung zu haben, wenn sie es tatsächlich brauchen. Beispiel Waschmaschine: Gerade junge Familien können sich diese Geräte oft nicht leisten. Mit Pay-per-Use-Angeboten können sie eine Waschmaschine zu Hause stehen haben, ohne sie zu kaufen. Stattdessen bezahlen sie für jeden Waschgang.

Ähnliche Modelle sind auch in anderen Bereichen denkbar: Landwirte erwerben keinen Mähdrescher, sondern bezahlen nur noch für die Nutzungsdauer während der Erntezeit. Und Gastronomen benötigen künftig keine kostspieligen Kaffeeautomaten mehr, sondern zahlen pro zubereitetem Espresso. Noch sind dies Einzelfälle, doch die Bedeutung dieser Modelle wird steigen.

IoT verändert Zahlungen

Das Internet of Things (IoT) macht es möglich, da die verwendeten Geräte – egal ob Mähdrescher oder Waschmaschine – künftig über intelligente Sensoren mit dem Internet verbunden sein werden. Wichtig ist, dass sämtliche Vorgänge rund um die Abrechnung und Bezahlung mit höchster Präzision und Effizienz ablaufen. Sie müssen exakt auf den Zeitpunkt sowie die Art, den Inhalt und die Länge der in Anspruch genommenen Leistung ausgerichtet sein.

Neben den Endkunden profitieren auch die Anbieter von Pay-per-Use-Leistungen – sowohl in puncto Kosteneffizienz als auch bei den Einnahmen. Erste Autowaschanlagenbe-

»Die Bezahlung muss bei Pay-per-Use effizient ablaufen.«

sitzer ermöglichen es ihren Kunden etwa, ihr Waschprogramm sowie die gewünschte Uhrzeit per App vorzubuchen. Der Kunde ist dann direkt an der Reihe, die Abbuchung für den Waschgang erfolgt automatisch. Der Waschanlagenbesitzer benötigt kein Personal mehr, um Zahlungen abzuwickeln, die Auslastung der Anlage verbessert sich und der Kundendurchlauf wird erhöht.

Hinzu kommt, dass moderne Pay-per-Use-Software automatische Zahlungen an alle Beteiligten der Wertschöpfungskette ermöglicht. Im Fall der Autowaschanlage könnte etwa der externe Anbieter von Wartungslösungen sein Honorar ebenfalls automatisch auf Basis der realen Nutzung seiner Dienste erhalten. Auch ihn bezahlt der Waschstraßenbetreiber also „per Use“. Gleiches gilt für die Wertschöpfungskette des Mähdreschers: Der Vermieter, der Wartungsdienstleister und die Fahrzeugversicherung erhalten ihre Vergütung automatisiert als Teilzahlung. Damit der Aufwand für den Betreiber nicht zu groß wird, können die Zahlungen der Endkunden gesammelt und am Ende des Berechnungszeitraums konsolidiert abgerechnet werden.

Vorteile im Wettbewerb

Ziel dieser Pay-per-Use-Anwendungen ist es, die Kundenzufriedenheit zu steigern. So entfällt in der Waschanlage die Wartezeit. Damit könnte die Bereitschaft der Kunden steigen, die Leistungen der Waschstraße künftig öfter in Anspruch zu nehmen. Und bei der eingangs erwähnten Waschmaschine für eine junge Familie gewinnt der Hersteller im Idealfall Zugang zu Kunden, die andernfalls auf eine eigene Waschmaschine verzichtet hätten oder bei einem preiswerteren Konkurrenten gekauft hätten. Wer sich jetzt an die Spitze dieses Wandels hin zu „Pay-per-Use“-Geschäftsmodelle setzt, wird deshalb morgen Wettbewerbsvorteile haben.



Yilmaz Aydin

ist Vice President Transaction Services Sales bei ING Wholesale Banking in Frankfurt am Main.

yilmaz.aydin@ing.de



Frank Segers

ist Sales Lead für Banking of Things bei ING Wholesale Banking in Amsterdam.

frank.segers@ing.com