

Elektronische Geldbörse

Unternehmen profitieren beim Bezahlen mit dem Handy durch Einsparungen in der Verwaltung.

Christian Stemberger

Mit Paybox existiert in Österreich ein offener Standard für das mobile Bezahlen, den die mehr als vier Mio. Vertragskunden der großen Mobilfunker sofort und ohne Anmeldung nützen können.

„Unser betreiberübergreifender Bezahlstandard nützt allen Beteiligten“, sagt Jochen Punzet, CEO der Mobilkom-Tochter Paybox. Denn die große Anzahl der potenziellen Nutzer macht Handy-Payment für den Handel attraktiv, und so kann heute schon bei mehr als 6000 Akzeptanzstellen bezahlt werden. Paybox Austria hat über 700.000 Kunden, die jährlich rund 5,5 Mio. Zahlungen per Handy durchführen.

Auch in den Unternehmen erfreut sich Handy-Payment zunehmender Beliebtheit. Knapp 19.000 Mitarbeiter aus über 2000 Unter-

nehmen setzen die bargeldlose Lösung ein, um Parkscheine, Taxirechnungen oder die Maut zu bezahlen. Auch Bahntickets und Fahrscheine im Nahverkehr begleichen die Unternehmenskunden häufig per Handy. Die Mitarbeiter ersparen sich dabei die mühsame Abrechnung von Kleinstbeträgen und müssen die Rechnungssumme auch nicht dem Arbeitgeber vorschießen.

Automatische Verbuchung

Auf der Unternehmensseite reduziert die automatisierte Spesenabrechnung den Verwaltungsaufwand um bis zu 50 Prozent, da Kleinstrechnungen nicht mehr manuell geprüft und separat freigegeben werden müssen. Die Rechnungsdaten werden monatlich per Sammelrechnung übermittelt, direkt in SAP geladen und die einzelnen Posten den entsprechenden Kostenstellen und



Unterwegs zum Geschäftstermin wird das Kurzparkticket einfach mit dem Handy gelöst – der Umweg zur Trafik kann entfallen. Foto: Paybox.at

Mitarbeitern zugeordnet. Durch die Automatisierung werden Bearbeitungsfehler und der Verlust von Belegen vermieden.

Und das Unternehmen kann die Mitarbeiter gezielt freischalten und so festlegen, wer etwa mit Business-Paybox im Taxi bezahlen

oder Handyparken nutzen darf. Da das große Sparpotenzial durch die Automatisierung der Verwaltungsabläufe zunehmend erkannt wird, rechnet Punzet damit, dass Paybox auch in Zukunft bei den Businesskunden kräftig zulegen wird.

www.paybox.at

Ein gelungener Abend

Mit Onlinebuchung steigern Veranstalter die Kundenzufriedenheit und verbessern die Auslastung.

Die Seefestspiele Mörbisch präsentieren heuer erstmals den *Zarewitsch* von Franz Lehár. Keine Premiere, sondern über Jahre bewährte Dienste bietet die Website der Festspiele: Infos von der Anreise bis zur Wetterprognose.

So finden Operettenliebhaber alles, was sie für einen gelungenen Abend wissen müssen. In wenigen Minuten stellen sie fest, ob noch Karten verfügbar sind, suchen Sitzplätze aus und bezahlen online über die Qenta-Bezahlplattform.

Internationale Gäste

Ob Kultur oder Sport – immer mehr Veranstalter erkennen die Möglichkeiten des Internets. Im Kulturbereich ist die Website für Veranstaltungen mit internationalem Publikum von Bedeutung. Die



Noch vor dem Operettenerlebnis kommt das Buchungserlebnis – die Gäste suchen sich im Internet die schönsten Sitzplätze aus. Foto: Lichtstark.com

Seefestspiele Mörbisch etwa empfangen ihre Gäste in neun Sprachen. Genauso international sind die Zahlungsmittel: Amex, Diners, Visa und Mastercard. Auch die Qenta-Bezahlplattform punktet mit Internationa-

lität – sie spricht 27 Sprachen. Auf ihr wird der Kaufpreis automatisch von der Kreditkarte abgebucht. Das bedeutet eine große Zeitersparnis für das Ticketoffice. Roland Toch von Qenta ergänzt: „Dazu stellen

wir kostengünstig die Einhaltung der Sicherheitsstandards für Kreditkarten sicher.“

Über das Internet wird auch die Auslastung optimiert. Denn der Veranstalter erkennt frühzeitig, welche Termine schwächer gebucht sind, und kann Restkarten zu einem vergünstigten Preis offerieren.

Doch die Website dient nicht nur dem Verkauf, sondern auch der Kundenbindung. Gäste können sich über die Proben informieren oder im Onlineshop eine CD oder DVD als Erinnerung ordern. Bei Sportvereinen mit ihren vielen Dauerkarteneinhabern ist die Website noch mehr ein Kundenbindungsinstrument. Da stehen Informationen über Spiele und Athleten und der Fanshop im Mittelpunkt. *cst*

www.qenta.at