



Themenvorschlag

Warum die Niederlande beim Mobile Commerce noch die Nase vorn haben

Wie Studien mehrfach festgestellt haben, ist das Kunden-Konto eine der größten Hürden für das Online-Shopping. Die Eingabe ist oft umständlich und gestaltet das Shopping-Erlebnis eher unbequem. Doch was steckt hinter dieser Aversion? Die meisten Online-Kunden wollen so wenig Daten wie möglich preisgeben. Im Kaufprozess allerdings, geben alle Nutzer ihre Bankdaten preis. Das höchste Gut und meistgehütete Geheimnis eines jeden Konsumenten. Warum also nicht dieses gewohnte Verfahren nutzen und direkt als Identifikation in den Kaufprozess integrieren? Sicher für den Verkäufer und bequem für den Käufer. Die Niederländer machen es mit iDIN, einem bankenbasierten Identifikations-Verfahren, vor.

Kaum ein Faktor ist beim E- oder Mobile Commerce bedeutender als die menschliche Bequemlichkeit. Warum hat Amazon so viel Erfolg? Weil die Plattform den Kaufprozess für den Käufer so einfach und intuitiv wie nur irgendwie möglich gestaltet. Ein neues Identifikations-Verfahren kann diese Bequemlichkeit noch steigern. Das sogenannte iDIN-Verfahren verbindet den Drang der Kunden nach Bequemlichkeit mit dem Wunsch der Online-Anbieter nach Sicherheit.

78 Prozent aller Verbraucher zwischen 25 und 44 nutzen Online-Banking in Deutschland

iDIN benutzt das persönliche Online-Banking-Konto eines Kunden, um eine Transaktion durchzuführen. Möchte der Benutzer beispielsweise ein Konto bei einem Online-Shop einrichten, wählt er als Kennung einfach iDIN. In einem weiteren Schritt wählt er seine Bank aus und überprüft in gewohnter Online-Banking-Umgebung die persönlichen Daten, die er online zur Verfügung stellen möchte. Nach dieser Genehmigung kehrt der Benutzer wieder in die Umgebung des Online-Shops zurück.

In Deutschland nutzen 61 Prozent aller Verbraucher Online-Banking. In der Altersgruppe 25 bis 44 sind es 78 Prozent und in den Niederlanden sogar 97 Prozent aller Verbraucher. Aufgrund dieser großen Reichweite und Verfügbarkeit kann das iDIN-Verfahren schnell zu einer beliebten Methode der elektronischen Identifizierung avancieren.

iDIN bringt Vorteile für Nutzer und Anbieter

Anbieter von Online-Shops erhalten über das iDIN-Verfahren absolut DSGVO-konform verifizierte und persönliche Daten, da der Nutzer seine Online-Banking-Umgebung für die Anmeldung nutzt. Möchte ein Online-Shop beispielsweise ausschließlich an Nutzer über 18 Jahren verkaufen, kann das Alter, auch ohne Altersangabe des Nutzers, ebenfalls über das iDIN-Verfahren überprüft werden. Absolut DSGVO-sicher. Großer Vorteil für Nutzer ist die Usability. Loggt ein Nutzer sich über das iDIN-Verfahren ein, muss er nie wieder seinen Nutzernamen oder sein Passwort eingeben. Außerdem ist die iDIN-Methode maximal mobil einsetzbar: zu Hause, im Shop oder einfach unterwegs.



In den Niederlanden ist das Verfahren bereits weit verbreitet und wird oft genutzt, um einen Online-Kredit zu beantragen, eine Versicherung abzuschließen oder sogar die jährliche Steuererklärung abzuschicken.

Use what you have

Zugegeben: Bei den Niederlanden baut das iDIN-Verfahren auf der vorhandenen Infrastruktur des Zahlungssystems IDEAL auf, das den Integrationsaufwand in Grenzen hält. Gewisse, bereits gelernte User-Flows sind also vorhanden. Zudem arbeiten alle relevanten Banken in den Niederlanden bereits mit dem iDIN-Verfahren. Was aber nicht bedeutet, dass Deutschland hier nicht schnell aufholen und nachziehen kann. Zwei essentielle Faktoren sprechen dafür: Banken in Deutschland haben sehr strenge und behördentaugliche Identifizierungsvorschriften. Das heißt: Diese Regelungen liegen bereits vor und können genutzt werden. Ganz nach dem Motto: Use what you have. Zweitens: Durch das Setup von iDIN gibt es für die Inhaber von Bankkonten praktisch keine Hürden der Registrierung mehr. Das Verfahren ist quasi für Millionen von Kunden sofort nutzbar und unterstützt das heimelige Shoppen, was vor allem Corona-bedingt noch einmal mehr zugenommen hat, ungemein.

Über CM.com

CM.com (AMS: CMCOM) ist ein weltweit führender Anbieter von Cloud-Software für Conversational Commerce, die es Unternehmen ermöglicht, ein optimales Kundenerlebnis zu gestalten. Unsere Kommunikations- und Zahlungsplattform unterstützt Marketing, Vertrieb und Kundensupport, die Interaktion mit Kunden über mehrere mobile Kanäle zu automatisieren. Die zusätzliche Kombination mit nahtlosen Zahlungsfunktionen steigert zudem den Umsatz, gewinnt Kunden und erhöht die Kundenzufriedenheit.

Pressekontakte

CM.com Germany GmbH
Henning von Krosigk
henning.krosigk@cm.com
www.cm.com

ROTWAND Digitale PR
Anton Martic & Stefanie Maurer
cm.com@rotwand.net
Tel.: +49-89-7167223-10