

W / Pressemitteilung / Einzelhandel

08. Oktober 2019

Wirecard und SES-imagotag beschleunigen mobiles Bezahlen ohne Kasse im stationären Einzelhandel

- **Wirecard und SES-imagotag verstärken ihre Zusammenarbeit beim Aufbau einer mobilen Zahlungslösung für In-Store-Shopper über Electronic Shelf Labels (ESL)**
- **Die Zahlungstechnologie von Wirecard ist ab sofort automatisch auf allen Cloubasierten IoT-Preisschildern von SES-imagotag verfügbar**
- **Die Lösung ermöglicht einen reibungslosen Einkauf und reduziert gleichzeitig Kosten und Zeitaufwand beim traditionellen Bezahlen an der Kasse**
- **In den kommenden Jahren werden über 500 Millionen elektronische Preisschilder für mobile Bezahlungen einsatzfähig gemacht**

Aschheim (München). Wirecard, der globale Innovationsführer für digitale Finanztechnologie, und SES-imagotag, ein weltweit führender Anbieter von digitalen Lösungen für den stationären Einzelhandel, treiben gemeinsam das reibungslose mobile Bezahlen in Geschäften voran. Damit bieten die beiden Partner eine einzigartige In-Store-Lösung, um das Einkaufserlebnis im Laden zu verbessern.

Mit der neu entwickelten „Pay to Tag“-Lösung wird die mobile Zahlungsplattform von Wirecard automatisch auf allen Cloubasierten IoT-Preisschildern von SES-imagotag integriert. Die Shopper erwartet dadurch ein reibungsloses Einkaufserlebnis in Geschäften ohne lange Wartezeiten an der Kasse sowie ein einfaches Einlösen von E-Coupons mit sofortiger Geld-zurück-Option. Während Verbraucher dadurch Zeit und Geld im stationären Einzelhandel sparen, können Marken gleichzeitig das Marketing am Verkaufsort effizienter gestalten.

Wirecard und SES-imagotag, die seit Frühjahr 2018 Partner sind, erwarten durch die Zusammenarbeit, dass weltweit über 500 Millionen Cloubasierte Smart Labels für mobile Bezahlungen einsatzfähig gemacht werden. Insbesondere der US-Einzelhandel soll fortan von der gemeinsamen In-Store-Lösung für mobiles Shopping profitieren.

Michael Unmüßig, Senior Executive Vice President Marketing bei SES-imagotag, sagt: „Smart Labels und Smartphones werden in Zukunft zum Point of Sale. Gemeinsam mit Wirecard wollen wir einen Win-Win-Win-Deal schaffen, indem wir jedes SES-imagotag Smart Label zu einem mobilen Terminal für Zahlungen und E-Coupons machen, um ein reibungsloses Einkaufen zu ermöglichen. Käufer können Zeit und Geld sparen, Marken die Effizienz der Kommunikation am Verkaufsort steigern sowie Einzelhändler ihr Geschäftsmodell und gleichzeitig das Einkaufserlebnis drastisch verbessern. Mit dieser klaren Vision haben wir die Bausteine für eine „Connected Commerce Cloud“ jetzt zur Hand!“

Alexander Hahn, Vice President Point of Sale (POS) Retail Solutions bei Wirecard, ergänzt: „Wir freuen uns, dass die Verbraucher ab sofort von dieser neuen Technologie profitieren können, insbesondere in den USA. Anstelle der traditionellen Customer Journey, die manchmal mit langen Wartezeiten verbunden ist, können die Kunden nun ein schnelles, nahtloses und digitales Einkaufserlebnis in den teilnehmenden Filialen erwarten.“

Durch den simplen Scan eines Electronic Shelf Labels (ESL) per Smartphone (QR Code / NFC) haben die Nutzer direkt am Warenregal Zugang zu weiteren Informationen, Kundenbewertungen, Rich Content und anderen Marketing- und Treueprogrammen – bei steigenden Konversionsraten. Dank der Technologie von Wirecard können die Nutzer den Kauf dann auf ihrem Smartphone abschließen, indem sie beim ersten Bezahlen ihre bevorzugte Payment-Methode hinterlegen. Diese ESL-fähige In-Store-Lösung für mobiles Bezahlen ist bereits in mehreren Filialen von Einzelhändlern weltweit im Einsatz.

Seit seiner Gründung hat SES-imagotag über 20.000 Filialen in 62 Ländern mit insgesamt 200 Millionen elektronischen Preisschildern ausgestattet, darunter mehr als 50 Millionen Cloudbasierten Smart Labels. Mit VUSION, seiner IoT-Cloud-Plattform für den Einzelhandel, ermöglicht SES-imagotag Einzelhändlern die Automatisierung von Prozessen mit geringer Wertschöpfung, die Steigerung der Filialeffizienz und die Verbesserung der Konnektivität der Kunden im Geschäft.

SES-imagotag und Wirecard präsentieren heute auf dem Wirecard Capital Markets Day in New York ihre gemeinsamen Pläne. Neben den Präsentationen des Vorstands wird es Podiumsdiskussionen und Gastbeiträge von ausgewählten Innovationstreibern geben. Das komplette Programm sowie einen Link zum Live-Stream finden Sie [hier](#).

Wirecard-Medienkontakt:

Wirecard AG
Jana Tilz
Tel.: +49 (0) 89 4424 1363
E-Mail: jana.tilz@wirecard.com

Über Wirecard:

Wirecard (GER:WDI) ist eine der weltweit am schnellsten wachsenden digitalen Plattformen im Bereich Financial Commerce. Wir bieten sowohl Geschäftskunden als auch Verbrauchern ein ständig wachsendes Ökosystem an Echtzeit-Mehrwertdiensten rund um den innovativen digitalen Zahlungsverkehr durch einen integrierten B2B2C-Ansatz. Dieses Ökosystem konzentriert sich auf Lösungen aus den Bereichen Payment & Risk, Retail & Transaction Banking, Loyalty & Coupling, Data Analytics & Conversion Rate Enhancement in allen Vertriebskanälen (Online, Mobile, ePOS). Wirecard betreibt regulierte Finanzinstitute in mehreren Schlüsselmärkten und hält Lizenzen aus allen wichtigen Zahlungs- und Kartennetzwerken. Die Wirecard AG ist an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert (DAX und TecDAX, ISIN DE0007472060). Besuchen Sie uns auf www.wirecard.de, folgen Sie uns auf Twitter [@wirecard](https://twitter.com/wirecard) und auf Facebook [@wirecardgroup](https://facebook.com/wirecardgroup).

SES-imagotag-Medienkontakt:

SES-imagotag Group
Loïc Oumier
Tel.: +33 1 34 34 61 61
E-Mail: loic.oumier@ses-imagotag.com

Über SES-imagotag:

Seit 25 Jahren ist SES-imagotag der zuverlässige Partner des Einzelhandels bei der Einführung von digitaler Technologie im Shop. SES-imagotag ist Weltmarktführer im Bereich smarter digitaler Preisschilder und automatisierter Preisanpassung, und entwickelt eine umfassende IoT- und digitale Plattform, die dem Handel ein umfassendes Servicepaket zur Verfügung stellt. Die Lösungen aus dem Hause SES-imagotag ermöglichen Einzelhändlern die Verknüpfung und Digitalisierung ihrer stationären Geschäfte, automatisieren Prozesse mit

geringer Wertschöpfung, steigern die betriebliche Effizienz, informieren und bedienen Kunden, gewährleisten fehlerfreie Kundeninformationen durch ständigen Abgleich der Warenverfügbarkeit, vermeiden Nullbestände und Abfall und schaffen ein serviceorientiertes Omnichannel-Angebot, das Kundenbindung aufbaut und den veränderlichen Verbrauchererwartungen entspricht.