„Die Konkurrenz ist international geworden“

Holger Teske, Mitgründer und CEO von Gini, über das Potenzial des Payment-Sektors und wie sich hiesige Anbieter im internationalen Wettbewerb behaupten.

Herr Teske, worin besteht die Magie der Gini-Anwendungen?

Mit unseren Lösungen für den Finanzsektor erleichtern wir Endkunden das Leben, weil wir alles auf ihre Bedürfnisse hin zuschneiden. Die Anwendungen liefern mithilfe eines gezielten Einsatzes von KI-Technologie eine hohe User Experience. Unser Ziel ist es, lästige Aufgaben abzuschaffen und eine Vereinfachung im Alltag zu ermöglichen. So kreieren wir Wow-Effekte, Magic Moments, wie wir sie auch nennen. Die Gini-Lösungen entwickeln und verpacken wir für unsere Partner, also Banken und auch Versicherer, so, dass sie diese in bestehende Lösungen integrieren und darüber dann Millionen von Endkunden glücklich machen können.

Wie bauen Sie die Einsatzmöglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) im Payment-Sektor weiter aus?

Angefangen bei einer reinen Digitalisierung und Strukturierung von Rechnungen, wird es dahin gehen, die Daten besser zu verstehen, um Endkunden sowie Geldhäusern weitere Mehrwerte zu bieten. Diese müssen bedarfsgerecht und im richtigen Moment zugänglich sein. Viele Möglichkeiten bestehen etwa im Know Your Customer (KYC)-Bereich.

Welche Rolle spielt die Datensicherheit beziehungsweise die Speicherung von Kundeninformationen im digitalen Zahlungsverkehr?

Die Datensicherheit, und natürlich auch das Bankgeheimnis, sind ein schützenswertes Gut. Daher haben sich alle Gini-Mitarbeitenden darauf verpflichtet. Nichtsdestotrotz basieren neue Anwendungen, zum Beispiel das Angebot einer Ver-

sicherung beim Kauf eines E-Bikes, auf der Auswertung von Daten. Wenn nachvollziehbar ist, zu welchem Teil ein Angebot an Endkunden am besten ausgespielt werden soll, können neue Geschäftsmodelle entwickelt werden. Voraussetzung für die Entschlüsselung relevanter Informationen sind hochsichere Umgebungen. Gini ist beispielsweise ISO27001-zertifiziert und hostet nur in Deutschland. Es werden auch nur Daten gespeichert werden, die notwendig sind. Das erfolgt idealerweise anonymisiert und pseudonymisiert.

Wo liegen die größten Hemmnisse bei der Einführung neuer digitaler Lösungen?

Die Geldhäuser hierzulande sind ständig damit beschäftigt, Regularien umzusetzen, und haben daher zu wenig Kapazitäten für Neues. Darüber hinaus müssen Kernbankensysteme modernisiert und auf modular umgestellt werden, was viel Zeit in Anspruch nimmt. Oftmals ist auch eine vorhandene Risikoscheu hinderlich. Zudem bedarf es einer richtigen Vermarktung neuer Lösungen, denn diese müssen genügend Aufmerksamkeit bekommen. Die Vermarktungsplätze bei Banken und Sparkassen sind jedoch beschränkt.

Warum ist die Fotoüberweisung bei vielen Verbrauchern hierzulande so beliebt?

Die Fotoüberweisung löst ein großes Problem, das mit der Einführung der IBAN aufkam. In Kombination mit dem stark zunehmenden Onlineshopping und dem Kauf auf Rechnung zeigt sich, dass unsere Lösung der Fotoüberweisung ein Musterbeispiel an User-Orientierung ist. Das eigentlich mühsame Abtippen langer IBANs auf Smartphone-Tastaturen bei einer Überweisung entfällt komplett. Die relevanten Zahlungsinformationen der Rechnung, vorliegend als Scan, PDF oder Foto, werden automatisch ausgelesen und die Überweisung damit vorausgefüllt. Die Gini Pay Fotoüberweisung spart Zeit ebenso wie Nerven und funktioniert mit einer Extraktionsquote von 94 Prozent zuverlässig. Die Nutzungszahlen verdoppeln sich jedes Jahr. Und wir registrieren derzeit wöchentlich deutlich über eine Million getätigte Fotoüberweisungen. Übrigens

Kompakt

- Name: Gini
- Web: www.gini.net
- Kurzporträt: Das Fintech entwickelt Softwarelösungen für Banken und Versicherer.

Holger Teske

ist Mitgründer und Chief Executive Officer (CEO) des Anbieters von Payment Lösungen Gini. Der diplomierte Informationswirt verantwortet die Produktkonzeption sowie ihre strategische Positionierung. Seine Mission ist es, KI-basierte Lösungen für Banken und Versicherer zu entwickeln, die das Leben der Nutzer vereinfachen. Als ausgebildeter Business Coach engagiert sich Teske im Entrepreneurs' Organization Network, um den Austausch mit anderen Gründern und Unternehmern zu fördern.

wird dieses Feature in den Bewertungen der Banken-Apps mittlerweile immer stärker positiv hervorgehoben.

Was sind die wichtigsten Erkenntnisse des Payment-Sektors aus der Zeit der Corona-Pandemie?

Die wichtigste Erkenntnis ist, dass wir uns digitalen Trends nicht verschließen können. Beispielsweise hat das kontaktlose Bezahlen in den vergangenen Monaten enorm zugenommen und insbesondere der Handel war gezwungen, dafür aufzurüsten. Auch das Onlineshopping hat seit dem Ausbruch des Corona-Virus weiter zugelegt. Doch das Bezahlen im Netz haben Geldhäuser lange vernachlässigt, wodurch sie in diesem Prozess kaum noch sichtbar sind. Mit Zunahme des E-Commerce ist auch der Rechnungskauf bei Verbrauchern immer beliebter geworden. Hier haben Banken und Sparkassen ein großes Potenzial, eine Lösung anzubieten, die das Bezahlen vereinfacht.

Welchen Einfluss hat der vermehrte Einsatz bargeldloser Zahlungslösungen für traditionelle Geldhäuser?

Eigentlich bedeuten die steigenden bargeldlosen Transaktionen eine Chance für traditionelle Geldhäuser, da sie so die Kunden und deren Bedürfnisse wieder besser kennenlernen und passende Services entwickeln können. Nur so können sie der enormen Konkurrenz von Challenger-Banken und auch Payment Service Providern, die selbst zu Shopping-Plattformen mit angeschlossenem Finanzinstitut werden, entgegentreten. Mittlerweile entscheidet die beste digitale Lösung im Hinblick auf höchste Convenience und User Experience und weniger der Name oder der Ruf des Geldhauses, ob eine Lösung angenommen wird oder nicht. Amerikanische Unternehmen wie Mastercard und Visa oder Paypal und Apple Pay sind dahin gehend wesentlich besser aufgestellt. Die Konkurrenz ist international geworden, und es gibt viele Wettbewerber, die digital deutlich besser können als die deutschen Anbieter.

Welche Entwicklungen im Zahlungsverkehr sind für Banken und Sparkassen wirtschaftlich?

Request to Pay (R2P) ist eine sehr spannende Lösung für Banken und Sparkassen. Die Funktion basiert auf dem bestehenden SEPA-Schema und erweitert dieses um eine hohe Convenience und Sicherheit – sowohl für Händler als auch für Endkunden. Bei Gini haben wir schon eine spannende Lösung in den Startlöchern, sie lässt sich einfach in unser bestehendes Feature Fotoüberweisung integrieren. Das wäre für viele Banken und Sparkassen ein einfacher Schritt beziehungsweise eine Ergänzung.

Welche Innovationen beim digitalen Bezahlen wünschen sich die Verbraucher?

Die Endkunden wünschen sich Innovationen über mehrere Lebens- und Einsatzbereiche hinweg. Das sind einfache Peer-to-Peer-Zahlungen, wie bei Paypal, nur aus deutscher Hand und über alle Institute hinweg. Verbraucher möchten zudem eine einfache Rechnungsverwaltung. Dazu gehört unter anderem, dass Belege in der Banking-App auf einer Umsatzzliste abgelegt werden können, etwa für einen Garantiefall. Und sie wünschen sich eine Übersicht über offene Rechnungen mit der Möglichkeit des Bezahlens auf Knopfdruck.

Worin sehen Sie mögliche Wettbewerbsvorteile von Drittanbietern im Zahlungsverkehr?

Bankfremde Dritte liefern stark auf den Nutzer zentrierte Interfaces und somit eine hohe User Experience. Alles funktioniert intuitiv, einfach und schnell. Diese Anbieter sind offen für Neues, verbessern ihre Lösungen anhand von Fehlern und Erfahrungen – so bleiben sie am Ball. Zudem sind sie häufig global aufgestellt, mit großer Marktmacht und -durchdringung. Sie agieren schnell, haben schlanke Entscheidungsprozesse und keine Altlasten, die bremsen könnten. ■

Die Fragen stellte Christian Kemper.