

Neuer Wettbewerb

Ebay nähert sich dem Einzelhandel

Mit einem „Pop-Up-Verkaufsraum“ haben Ebay und Paypal im Dezember 2012 demonstriert, wie sie sich die Verbindung von virtueller und realer Welt vorstellen. In Berlin wurde eine 400 Quadratmeter große Halle angemietet, in der 150 Artikel ausgestellt wurden. Bestellt werden konnten die Produkte mit Hilfe von QR-Codes neben den Waren. In einem Paypal-Bereich gab es zudem einen Coffee-Shop, in dem Zahlungen am Point of Sale vorgestellt wurden und die Kunden Kaffee oder Muffins mobil bezahlen konnten.

Wenngleich damit nicht der Einstieg des Unternehmens in den stationären Vertrieb geplant ist, werden die Ambitionen, auch den klassischen Einzelhändler mit Dienstleistungen zu erreichen, immer deutlicher. Denn selbstverständlich sieht der Bestellprozess über QR-Codes, den auch der

Händler in Innenstadtlagen mit knappen, weil teuren Lagerflächen künftig nutzen soll, auch die Bezahlung per Paypal vor. Und die Integration des Zahlungsdienstes am Point of Sale nimmt allmählich Gestalt an. Im Januar dieses Jahres wurden in den USA Vereinbarungen mit 23 Filialisten mit insgesamt 18 000 Standorten unterzeichnet, in denen an der Ladenkasse mit Paypal bezahlt werden kann. Und bereits im Dezember dieses Jahres wurde unter dem Namen „My cash Card“ ein Prepaid-Produkt eingeführt, mit dem Guthaben für das Paypal-Konto im Einzelhandel erworben und in bar bezahlt werden kann.

Das alles beschränkt sich zwar zunächst auf die USA. Es wäre aber naiv anzunehmen, dass die Pläne nicht auch Europa einbeziehen. Der Showroom in Berlin war ein deutliches Indiz dafür. **Red.**