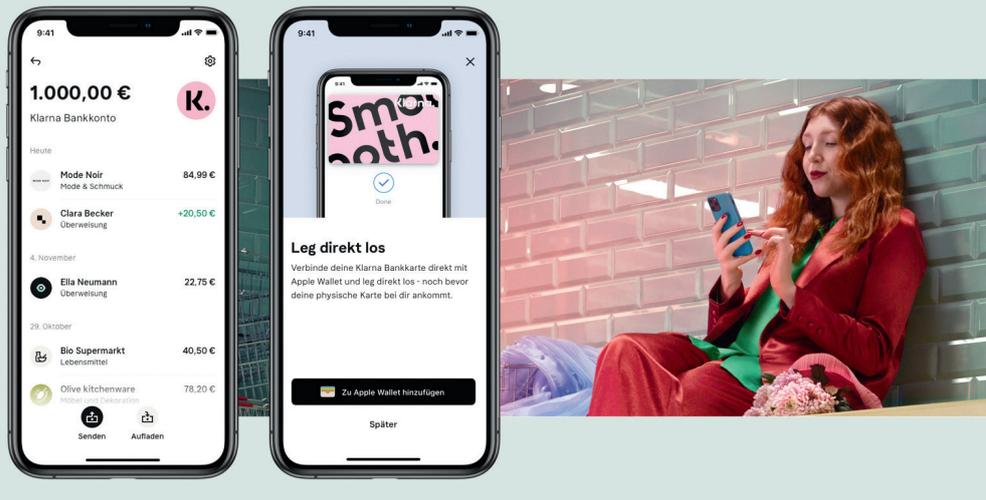


„Das Girokonto soll das Klarna-Portfolio ergänzen“

Interview mit Thomas Wagner



Klarna befindet sich auf der Reise vom Zahlungsdienstleister zum Online-Shopping-Ökosystem, sagt Thomas Wagner. Die Zukunft des Shoppings sieht er darin, den Einkaufsprozess vom Bestellen bis hin zum Managen der eigenen Finanzen an einem Ort zu bündeln. Das Anbieten eines eigenen Girokontos ist dabei insofern der nächste logische Schritt. Weitere Bankprodukte sind für die Zukunft geplant, immer dann, wenn sie die Entwicklung zur „Super-App“ voranbringen und Kundenbedürfnisse erfüllen. Red.

bm Sehen Sie Klarna eher als Payment-Dienstleister oder als Bank?

Wir sind 2005 als Payment-Unternehmen gestartet und verfolgen seitdem die Vision, das Einkaufen für Menschen so flexibel wie möglich zu gestalten. Wir wollen unsere Kunden entlang der ganzen Wertschöpfungskette rund um Shopping und Banking begleiten. Dementsprechend greifen unsere Angebote und Produkte nahtlos ineinander.

Durch unsere Bezahlösungen erhalten Klarna-Nutzer maximale Flexibilität beim Einkaufen und können gleichzeitig ihre Ausgaben und Finanzaktivitäten an einem Ort – der Klarna-App – übersichtlich tracken und verfolgen. Aktuell befinden wir uns auf einer spannenden Reise von einem schwedischen Zahlungsdienstleister zu einem globalen Shopping-Ökosystem.

bm Im Februar sind Sie mit einem eigenen Girokonto gestartet – was sind die strategischen Gründe dafür?

Wir haben über die Jahre gesehen, dass sich die Erwartungen der Verbraucher im Online Shopping weiter entwickeln. Sie verlangen nahtlose, intuitive und transparente Lösungen, die ihren täglichen Bedürfnissen gerecht werden. Wir sind davon überzeugt, dass die Zukunft des Shoppings darin liegt, den gesamten Einkaufsprozess – vom Bestellvorgang bis zum Managen der eigenen Finanzen – an einem einzigen Ort stattfinden zu lassen. Das Girokonto ist für uns der nächste logische Schritt gewesen und soll das Klarna-Portfolio ergänzen, sodass wir unseren Kunden ein End-to-End-Erlebnis für Shopping und Banking bieten können.

Mit Klarna Banking können Verbraucher ihre täglichen Einkäufe und Ausgaben einfach über die Klarna App verfolgen, kategorisieren und analysieren. Sparen wird in Zukunft ebenfalls möglich sein. International sehen wir die Entstehung sogenannter Super-Apps, die immer mehr Services in einem vereinen. Wir verfolgen diese Vision im Bereich Shopping und Banking.

bm Welche Erwartungen hinsichtlich der Kundenzahlen haben Sie? Ist der Verzicht auf eine Kontoführungsgebühr dabei ein „Booster“?

In Deutschland haben bislang viele Millionen Nutzer mit Klarna bezahlt. Allein in den letzten 12 Monaten ist die Anzahl der App-Downloads von drei Millionen auf sechs Millionen angewachsen. Wir haben hier also ein riesiges Momentum im Markt, welches wir natürlich auch für den Klarna-Bank-Account nutzen wollen, um die Klarna-Nutzer für das Girokonto zu begeistern. Wir haben uns bewusst gegen Kontoführungsgebühren entschieden, weil wir davon überzeugt sind, dass Banking flexibel und einfach gestaltet für jeden möglich sein sollte.

bm Im Zuge der Digitalisierung geht der Trend zur Plattformökono-



Thomas Wagner,
Country Lead DACH,
Klarna GmbH, München

mie. Wie sehen Sie Klarna dafür positioniert? Wird Klarna mit dem eigenen Bankkonto selbst zur Plattform?

Wir bieten bereits eine breite Palette an Produkten von der Klarna Card über

zu gestalten und dadurch ihre Konversionsrate und ihren Umsatz zu steigern. Mittels des Expresskauf-Buttons kann der Kunde, egal wo er sich im Einkaufsprozess befindet, sein Wunschprodukt mit nur zwei Klicks kaufen. Der übliche

Schweden umgesetzt. Im Rahmen eines virtuellen Events haben wir Verbraucher eingeladen, mit uns über unsere Produkte und Services zu diskutieren. Wir hatten so zum Beispiel die Möglichkeit, einige Features der Klarna-App noch einmal besser zu erklären, die den Nutzern noch nicht bekannt waren. Aber auch Fragen rund um die Rolle von Klarna beim Thema Lieferrücksendungen konnten mit den Teilnehmern besprochen werden.

»Wir sind in der Lage, State-of-the-Art Banking-Lösungen zu entwickeln.«

die App bis hin zum Girokonto an. Dreh- und Angelpunkt der einzelnen Services ist die Klarna-App, die die gesamten Lösungen vereint und unsere Transformation zu einem Shopping-Browser darstellt. Auf dieser Plattform bringen wir Konsument und Händler zusammen und schaffen wertvolle Schnittstellen zum Endkunden.

Check-Out-Prozess mit Warenkorb wird den Kunden durch diese Funktion erspart.

In Deutschland, Österreich und der Schweiz wurde der Expresskauf-Button ausgerollt. Dazu haben wir positive Resonanz erhalten. Ergebnisse zeigen, dass eine Steigerung von bis zu 30 Prozent des Umsatzes und bis zu 16 Prozent des durchschnittlichen Warenkorbs möglich sind.

Wir wollen den Consumer Council künftig auch in weiteren Märkten ausrollen, um die jeweils spezifischen Bedürfnisse der dortigen Kunden noch besser nachzuvollziehen und um unsere Produkte stetig zu verbessern.

Bei der Entwicklung des Klarna-Ökosystems stehen die Bedürfnisse der Anwender im Mittelpunkt und berücksichtigen die Wünsche von Händler und Verbraucher gleichermaßen. Darüber hinaus sind wir durch unsere Open-Banking-Plattform, mit der wir in Europa führend sind, in der Lage, State-of-the-Art Banking-Lösungen zu entwickeln und unseren Kunden anzubieten.

bm Seit einem Jahr gibt es bei Klarna einen Consumer Council. Wel-

bm Wagen Sie einen Blick in die Zukunft? Wo sehen Sie Klarna in fünf Jahren?

Unser Ziel ist es, das Erste zu sein, woran Menschen denken, wenn sie an Shopping denken. Wir arbeiten tagtäglich daran, den Bedürfnissen der

»In der Zukunft sind weitere Produkte und Features geplant.«

bm Sind weitere Bankdienstleistungen geplant – oder soll es bei der Konzentration auf das Shopping und damit verbundene Dienstleistungen bleiben?

che Erkenntnisse oder Anregungen haben Sie aus diesem Gremium gewonnen?

Wir stehen mit dem Bankkonto noch am Anfang. In der Zukunft sind weitere Produkte und Features geplant, die wir nach und nach integrieren wollen. In der aktuellen Testphase konzentrieren wir uns aber zunächst einmal voll und ganz auf das Feedback der ersten 10000 Nutzer, welches wir sukzessive integrieren wollen, um das Konto gemeinsam mit den Kunden und auf Basis ihrer Bedürfnisse weiter zu entwickeln.

Wir haben den Consumer Council gestartet, um unsere Nutzer noch besser zu verstehen. Ein erstes Treffen des Consumer Councils wurde bereits in

Kunden nach flexiblen und einfachen Lösungen für ihren alltäglichen Einkauf und das Managen ihrer Finanzen nachzukommen und ihnen passende Services zu bieten. Dementsprechend entwickeln wir kontinuierlich unsere Produktangebote für Verbraucher sowie Händler weiter. ■

bm Welche Resonanz hatten Sie mit dem Expresskauf-Button?

Wir haben den Expresskauf-Button mit dem Ziel eingeführt, Händlern die Möglichkeit zu bieten, das Einkaufserlebnis für ihre Kunden noch einfacher

Bleiben Sie immer auf dem neuesten Stand!

Ihre bank-und-markt-Redaktion informiert täglich in der Rubrik „Tagesmeldungen“.

Folgen Sie uns auf



oder besuchen Sie uns unter

WWW.KREDITWESEN.DE/TAGESMELDUNGEN