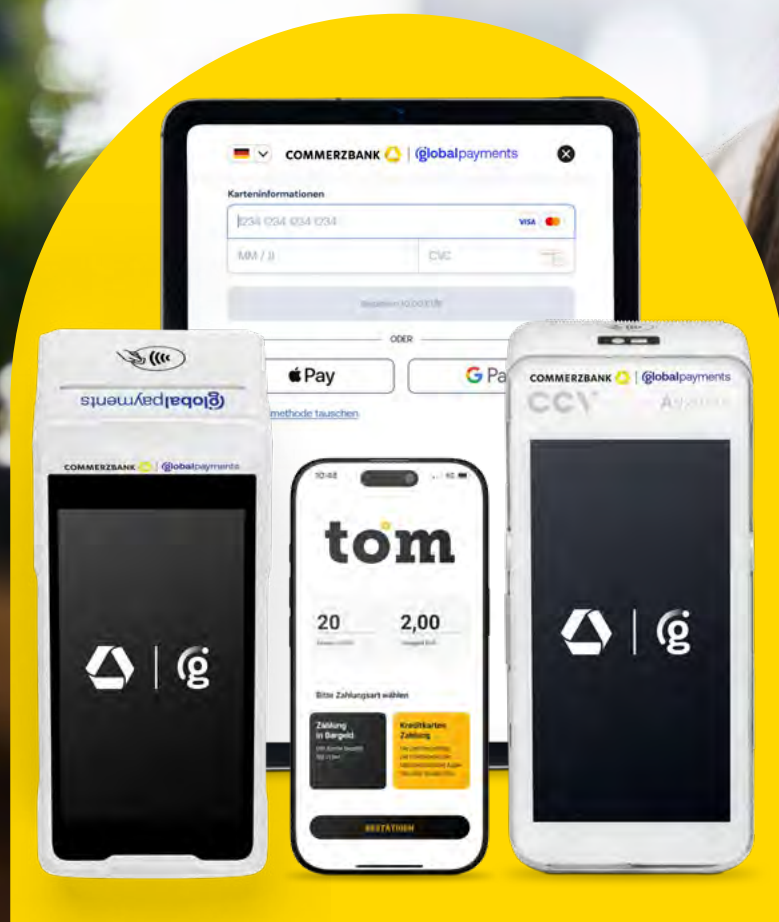


Mit **Top-Tipps**
für hochwertige
Leads

Gemeinsam noch mehr erreichen

Playbook für das
Unternehmerkunden-
Segment der
Commerzbank



Inhalt

01	Vorwort von Finn Stüber	3
02	Kurzvorstellung Commerz Globalpay	4
03	Definition: Was ist ein Lead? Was ist kein Lead?	6
04	Checkliste für einen hochwertigen Lead	8
05	Unsere aktuellen Bestseller	12
06	Value Added Services und ihr Nutzen	22
07	Konkrete Ansprache-Ideen	24
08	Kurzvorstellung Wettbewerb	32
09	Ansprechpartner und Kommunikationskanäle	36
09	Integration des Help Centers: Nutzungstipps	38
10	Weitere Quellen und Hilfsmittel (Welcome-Broschüre, Trainings, Produktseiten)	40

01

Vorwort von Finn Stüber

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Commerz Globalpay GmbH hat sich als neues Joint Venture von Commerzbank und Global Payments in kurzer Zeit dynamisch entwickelt. Wir möchten Euch mit diesem **Playbook ein praxisnahes Werkzeug** an die Hand geben, um gemeinsam die Qualität und Quantität unserer Leads zu steigern. Wir alle verfolgen ein gemeinsames Ziel: unseren Unternehmerkunden **erstklassige, innovative Zahlungslösungen** zu bieten und dabei hochwertige Geschäftsabschlüsse zu erzielen.

Dieses Playbook fasst die wichtigsten Informationen zu unseren **Produkten und Services, bewährte Verkaufsansätze sowie interne Prozesse** zusammen. Es soll Euch im UK Premium und Beratungscenter dabei unterstützen, potenzielle Kunden gezielt anzusprechen, passende Lösungen zu identifizieren und qualifizierte Leads an unser Vertriebsteam bei Commerz Globalpay weiterzugeben.

Wir bedanken uns für Euer Engagement und die wertvolle Zusammenarbeit. Gemeinsam – als Team aus der Commerzbank Unternehmenskundenberatung und Commerz Globalpay – wollen wir das bargeldlose Bezahlen in Deutschland voranbringen und unseren Kunden den bestmöglichen Service bieten.

Auf eine erfolgreiche Partnerschaft!



ppa. Finn Stüber (Head of Sales | Prokurist)



”

Wir alle verfolgen ein gemeinsames Ziel: unseren Unternehmerkunden erstklassige, innovative Zahlungslösungen zu bieten und dabei hochwertige Geschäftsabschlüsse zu erzielen.

“

02

Kurzvorstellung Commerz Globalpay

Wir sind Commerz Globalpay GmbH – ein Joint Venture von Commerzbank AG und Global Payments Inc., das Mitte 2024 gegründet wurde. An unseren Standorten in Frankfurt am Main und Köln verfolgen wir **das Ziel, kleine und mittelständische Händler in Deutschland und Europa mit modernen digitalen Bezahlösungen auszustatten.**

Unsere Vision & Mission



Vision

Wir gestalten Payment für deutsche Unternehmen neu – einfach, sicher und international skalierbar. Dafür verbinden wir die Verlässlichkeit und Reichweite der Commerzbank mit der Innovationskraft eines globalen Payment-Spezialisten.

Unser Anspruch: *Der bevorzugte Payment-Partner für den deutschen Mittelstand zu sein.*



Mission

Wir ermöglichen Unternehmen, Zahlungen ohne Komplexität und ohne Unterbrechungen abzuwickeln – überall dort, wo ihr Geschäft stattfindet. Mit klaren Prozessen, verlässlichem Service und Lösungen, die am Geschäftsmodell ausgerichtet sind – im Laden, online, mobil und über Grenzen hinweg.

Unsere Werte

Kundennähe:

Tiefes Verständnis für das Geschäft

Individualität:

Passgenaue Lösungen statt Standard von der Stange

Innovation:

Zukunftsorientierte Produkte und Services mit Mehrwert für Kunden

Transparenz:

Klare Angebote, Konditionen und Kommunikation

Verlässlichkeit:

Stabilität der Bank und Expertise eines erfahrenen Payment-Service-Providers



Wachstumsambitionen & Zielkunden

Wachstum:

Unser Ziel ist es, gemeinsam die erste Adresse für innovative Paymentlösungen zu sein. Dafür konzentrieren wir uns auf:

- Wachstum in profitablen Kundensegmenten
- Perfekte Skalierung durch individuelle Lösungen und persönliche Beratung mit festem Ansprechpartner – sowohl telefonisch als auch persönlich
- Ausbau von Produktbreite und Servicequalität

Zielkunden:

- Kernfokus: Etablierte Mittelständler (mit professionellen Strukturen und klar definiertem Payment-Bedarf)
- Startups und kleine Unternehmen
- Branchen mit hohem Transaktionsvolumen oder Spezialanforderungen z.B. Events, Stadien, Mobility, Hospitality, Retail

Unsere Wettbewerbsvorteile

- ✓ Kombination aus Bank und globalem Payment-Spezialisten
- ✓ Klarer Fokus auf Mittelstand und wachstumsstarke Unternehmernkunden
- ✓ Ganzheitlicher Blick auf das Geschäftsmodell, nicht nur auf die Zahlungsabwicklung
- ✓ Faire, wettbewerbsfähige Konditionen mit starkem Service-Fokus
- ✓ Persönliche Ansprechpartner und strukturierte Prozesse



Was macht uns aus?

01. Wir sind nah am Kunden

Regelmäßig vor Ort, tiefes Verständnis für Geschäftsmodelle und Prozesse

02. Wir sind nicht billig – wir sind günstig für das, was wir leisten

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis, passgenaue Lösungen statt Billigmodell

03. Erstklassiger Support & innovative Produkte

Verlässlicher Support im Alltag, moderne Lösungen für besondere Anforderungen

04. Wir denken in Lösungen – nicht in Produkten

Wir verkaufen nicht das Terminal, sondern die passende Architektur für den Zahlungsverkehr unserer Kunden

03

Definition: Was ist ein Lead? Was ist kein Lead?

Als Mitarbeiter im Commerzbank Unternehmerkunden-Segment trägt Ihr entscheidend dazu bei, Leads zu generieren, aus denen wir Neukunden gewinnen möchten. Damit Ihr noch besser potenzielle Leads identifizieren könnt, haben wir Euch einige wichtige Informationen zusammengestellt:



Das ist ein Lead

So erkennt Ihr Potenziale

Ein Lead ist ein Gewerbekunde (Bestands- oder Neukunde der Bank), der **ein konkretes Interesse** oder Bedarf an unseren Payment-Lösungen signalisiert hat und grundsätzlich **die Voraussetzungen für unser Angebot** erfüllt. Ein Lead liegt vor, wenn Ihr im Gespräch mit einem Kunden die Bereitschaft des Kunden feststellt, mehr über Kartenakzeptanz oder unsere Lösungen zu erfahren – z. B. weil der Kunde noch keine

Kartenlösung hat, mit seinem aktuellen Anbieter unzufrieden ist oder expandiert/neu gründet und daher Bedarf entsteht.

Ein Lead sollte immer gewisse Basisinformationen enthalten (siehe Checkliste, Kapitel 4), damit unser Vertriebsteam nahtlos anknüpfen kann.





Das ist kein Lead

So erkennt Ihr unqualifizierte Kontakte

Nicht jedes Gespräch zum Thema Zahlungsverkehr qualifiziert sich direkt als Lead. Bei der Leadgenerierung steht **Qualität vor Quantität**. Ein „Lead“ ohne Substanz verursacht mehr Aufwand als Nutzen. Folgende Fälle sollten nicht als Leads eingereicht werden:

- Kunden, die offenkundig **kein echtes Interesse** haben oder sich nur allgemein „mal informieren“ wollten, ohne Absicht zur Umsetzung. Beispiel: „Ich hab mal Werbung gesehen, wie funktioniert das?“ Hier lieber eine kurze Info geben, aber erst als Lead zählen, wenn echtes Interesse erkennbar ist.
- Kontakte mit **unvollständigen oder unqualifizierten Angaben**: z. B. nur Firmenname ohne Ansprechpartner/ Telefon, oder reine Visitenkartenkontakte, ohne dass der Kunde weiß, dass wir uns melden.
- Nicht bedienbare Branchen oder Fälle: Es gibt Branchen, die Commerz Globalpay derzeit nicht oder nur sehr eingeschränkt bedienen kann. Zu diesen **Risiko-Branchen** zählen insbesondere Travel (Reisebüros,

Flugvermittlung etc. mit spätem Leistungsdatum) und Erotik-Gewerbe. Solche Geschäfte werden in der Regel abgelehnt oder nur unter strengen Auflagen angenommen. Wenn Ihr unsicher seid, ob eine Branche zulässig ist, prüft die interne Liste (siehe Risiko- und Ausschlussbranchen, Seite 10). Ein Lead, der in diese Kategorien fällt, ist keiner – da ein Abschluss unwahrscheinlich ist.

- Kunden, die **bereits einen Vertrag mit Commerz Globalpay** haben. Falls einer der von Euch betreuten Kunden schon eine Zahlungslösung von uns nutzt, ist er kein neuer Lead. Besteht Interesse an zusätzlichen oder erweiterten Lösungen (z. B. E-Commerce ergänzend zum Terminal), behandelt dies bitte als Cross-/Upselling und bindet direkt Euren Commerz Globalpay Ansprechpartner ein.

Zusammenfassung: Ein Lead ist qualitativ, wenn echtes Interesse, passende Voraussetzungen und vollständige Informationen gegeben sind. Es handelt sich um keinen Lead, wenn einer dieser Faktoren fehlt. Es sollten nur vielversprechende Kontakte als Lead eingestuft werden statt vage Interessenten. So konzentrieren wir unsere Vertriebsressourcen auf die richtigen Kunden und steigern die Abschlussquote.

04

Checkliste für einen hochwertigen Lead

Um Euch die Einschätzung zu erleichtern, wann Ihr einen Lead erfassen und weiterleiten solltet, hier eine Checkliste. Je mehr Kriterien erfüllt sind, desto wahrscheinlicher handelt es sich um einen hochwertigen Lead, der zu einem Abschluss führen kann:

Klarer Bedarf erkennbar?

Kunde äußert ein konkretes Anliegen, Pain Point oder Wachstumsplan:

- „Wir wollen Kartenzahlung anbieten“
- „aktueller Anbieter ist zu teuer“

Entscheider eingebunden?

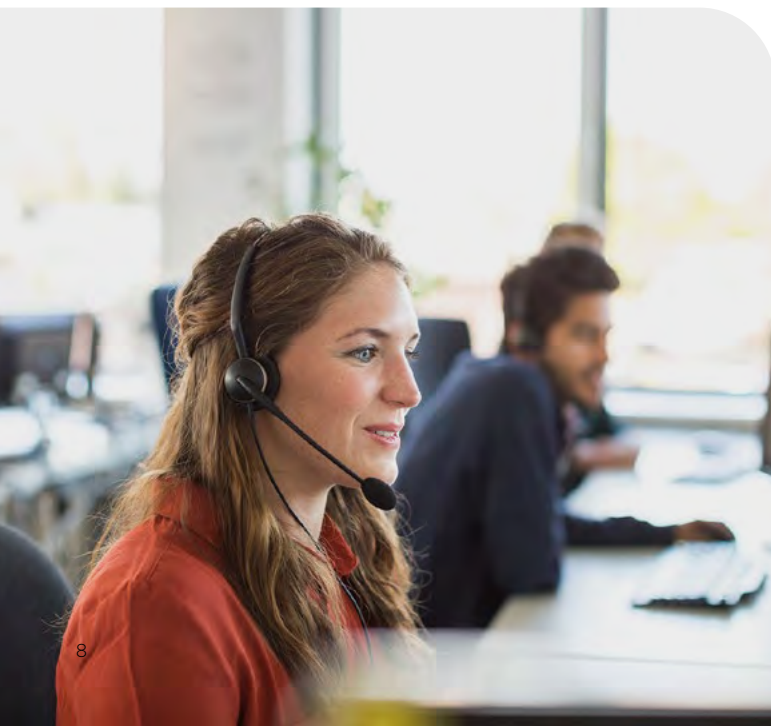
- Gespräch findet mit Inhaber oder Geschäftsführung statt
- Im Lead ist klar vermerkt, wer entscheidet

Produkt passt grundsätzlich?

- Branche und Use Case passen zu unseren Lösungen (z. B. Handel, Gastronomie, Dienstleister)

Keine offensichtlichen Hinderungsgründe?

- Unternehmen ist bereits tätig
- Keine klaren Ausschlusskonstellationen (z. B. Firmengründung erst in vielen Monaten, keine Risiko- und Ausschlussbranchen (siehe Seite 10))
- Falls ein möglicher Hinderungsgrund genannt wurde, habt Ihr ihn im Lead notiert



Kontakt­daten vollständig und geprüft?

- Name und Funktion der Kontaktperson
- Firmenname, Telefonnummer, E-Mail-Adresse
- bevorzugte Kontaktzeit oder vereinbarter Rückruf-/Telefontermin

Kunde erwartet den Kontakt durch Commerz Globalpay?

- Kunde rechnet mit einem Anruf oder einer Mail von Commerz Globalpay und stimmt dem ausdrücklich zu



Wichtige Kontextinformationen ergänzt?

- aktueller Anbieter (falls vorhanden), z. B. „derzeit SumUp, unzufrieden mit Gebühren“
- grobe Einschätzung des Kartenumsatzes pro Monat (z. B. „ca. 5.000 € Kartenumsatz/Monat“) falls möglich
- gewünschte Lösung (z. B. stationäres Terminal, mobiles Terminal, Webshop-Anbindung, mehrere Terminals)
- besondere Anforderungen



Risiko- und Ausschlussbranchen

Bitte prüft bei Unsicherheit die interne Liste oder fragt nach, bevor Ihr einen Lead einstellt.

Flug & Reisen mit hoher Vorauszahlung

Fluggesellschaften, Kreuzfahrt-/Fähranbieter, Reiseveranstalter/-büros, Tourguides

Geldtransfer, Devisen & Edelmetalle

Geldtransferdienste, Devisenhandel/Wechselstuben, Online-Gold-/Edelmetallhändler

Gesundheit mit erhöhtem Risiko

Medizinisches Marihuana/Cannabis, Heilpraktiker, Osteopathen mit starken Heilsversprechen

Glücksspiel & Wetten

Online-/Offline-Casinos, Sportwetten, Bingo, Fantasy-Sport mit Gewinnauszahlung

Zahlungsabwickler & Plattformen

Marktplätze, Factoring, Sparclubs

Lebenslange Mitgliedschaften

z. B. Clubs/Lernangebote mit „lebenslanger“ Mitgliedschaft und hoher Einmalzahlung

Krypto & spekulative Anlagen

Krypto-/Virtuelle Währungen, Trading-/Investmentplattformen (Aktien, Wertpapiere, Rohstoffe etc.)

Erotik & Adult-Produkte

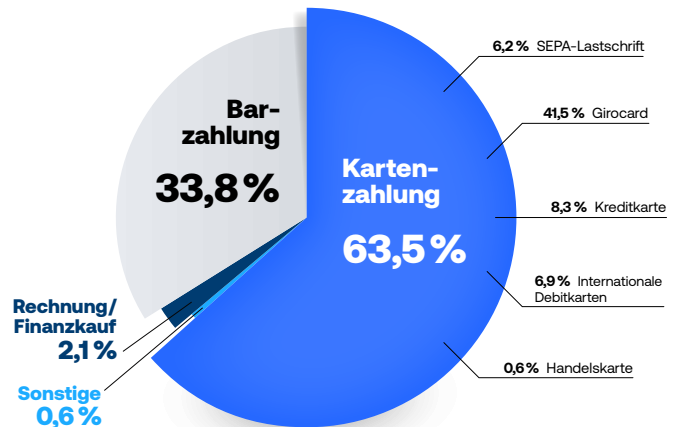
z. B. Sexshops und ähnliche Anbieter

LEADS AUS DIESEN AUSSCHLUSSBRANCHEN BITTE NICHT AN COMMERZ GLOBALPAY SENDEN.

Viele Barzahlungen – **trotzdem macht Karte den Großteil des Umsatzes**

Laut EHI-Studie „Zahlungssysteme im Einzelhandel 2025“ werden im deutschen Einzelhandel zwar noch über die Hälfte aller Einkäufe bar bezahlt – beim Umsatz haben bargeldlose Zahlungen die Nase klar vorn. 63,5% des stationären Einzelhandelsumsatzes laufen bereits über Kartenzahlungen, auf Bargeld entfallen nur noch 33,8%. Die hohe Zahl an Bartransaktionen ist damit kein Zeichen der Stärke von Bargeld, sondern zeigt vor allem das ungenutzte Potenzial: Überall dort, wo heute noch überwiegend bar kassiert wird, liegen zusätzliche Kartenumsätze bereit.

Umsatzanteile der Zahlungsarten im deutschen Einzelhandel 2024



EH-Umsatz 2024 i. e. S. = 495 Mrd. Euro (exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shopumsätze) | Quelle: EHI-Erhebung 2025



05

Unsere aktuellen Bestseller

Unsere Lösungen decken verschiedene Geschäftsanforderungen ab – von der mobilen Zahlungsakzeptanz-App über Weblösungen, Kartenterminals bis hin zur integrierten Kassenlösung.

Übersicht



Kartenterminals

Unsere Kartenterminals bieten für jeden Bedarf die passende Lösung: robuste Geräte für anspruchsvolle Umgebungen, kabelgebundene Terminals für feste Kassensplätze mit hoher Kundenfrequenz und moderne Android-Terminals für eine besonders komfortable Bedienung.



Genius Kassenlösungen

Die Genius Kassenlösungen sind digitale, cloudbasierte Kassensysteme für Smartphones, Tablets, PCs und Kartenterminals. Sie vereinen Kasse und Zahlungsabwicklung und bieten Funktionen wie Preisgestaltung, Lagerverwaltung, Kundendatenmanagement sowie die Einbindung von Promo-Aktionen.



E-Commerce

Unser Payment Gateway für den E-Commerce zur Zahlungsabwicklung mit allen beliebten bargeldlosen Zahlungsarten. Auch kombinierbar mit dem stationären Point of Sale.



GP tom

Eine App, die aus Smartphones, Tablets und Handhelds ein Bezahl-Terminal macht. Zusätzliche Hardware wird nicht benötigt.

CCV A920Pro

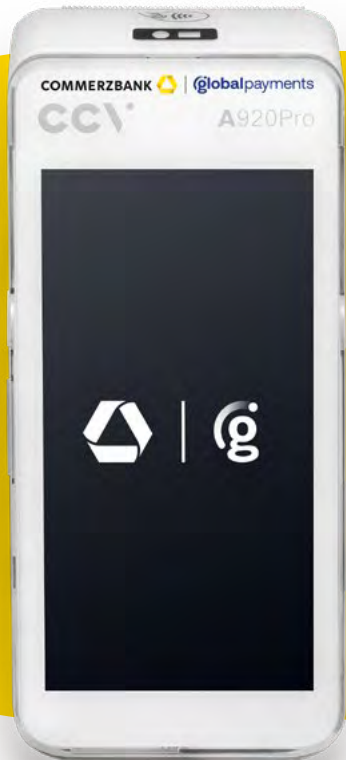
19,90 € monatlich*

Mobiles Android-Terminal mit integriertem Drucker – ideal für Händler und Dienstleister, die Kartenzahlungen flexibel vor Ort akzeptieren wollen.



✓
Weitere Apps
verfügbar

- Touchdisplay
- integrierter Drucker
- Cashback
- SIM-Karte
- WLAN
- DCC
- Trinkgeld



Wettbewerbsvorteile (USPs)

- ✓ **Hochleistungsfähige Hardware:** leistungsstarker Prozessor, der schnelle und reibungslose Transaktionen ermöglicht, Anbindung an die gängigsten Kassensysteme möglich
- ✓ **Integrierter Drucker:** durch eingebauten Thermodrucker ideal für Quittungserstellung vor Ort (kein zusätzliches Zubehör notwendig)
- ✓ **Modulares Design:** Möglichkeit zur Integration von Drittanbieter-Apps für erweiterte Funktionalitäten (wie z. B. aus dem CCV App store)
- ✓ **Sicherheit:** unterstützt die neuesten Sicherheitsprotokolle (PCI PTS 5.x zertifiziert)
- ✓ **Cashback-Funktion:** Kunden können beim Bezahlen direkt Bargeld abheben, was den Umsatz steigern und die Kundenfrequenz erhöhen kann

Produktname:

CCV A920Pro

Zielgruppe:

Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister, Unternehmen mit mobilen Zahlungslösungen

Funktion:

mobiles Zahlungsterminal mit Android-Betriebssystem, das Kredit- und Debitkartenzahlungen, kontaktlose Zahlungen und mobile Wallets (z. B. Apple Pay, Google Pay) unterstützt Cashback (Bargeldauszahlung) für Kunden

Technologie:

modernes Android-basiertes POS-Terminal, ausgestattet mit NFC, EMV, QR-Code-Scanner und Bondrucker



Erfahrt mehr
zum CCV A920Pro

go.commerz-globalpay.com/uk/ccv-a920pro

*Standardpreis (individuelle Preise und Rabatte möglich), zusätzliche Kosten je Transaktion



Touchdisplay

integrierter
Drucker

SIM-Karte

WLAN

Trinkgeld



Verfügbar für Dzd –
fragt euren Commerz
Globalpay Kontakt!

Nexgo N86

17,90 € monatlich*

Robustes, mobiles Android-Kartenterminal mit großem Touchdisplay – ideal für Händler und Dienstleister, die ein widerstandsfähiges Gerät für den flexiblen Einsatz im Geschäft oder unterwegs brauchen.



Produktname:

Nexgo N86

Zielgruppe:

kleine Händler und Organisationen

Funktion:

mobiles Zahlungsterminal, das Zahlungen mit Co-Badge-Bankkarten (Maestro/V PAY), Kreditkarten (Mastercard / Visa) und kontaktlose Zahlungen (Apple Pay / Google Pay) unterstützt

Technologie:

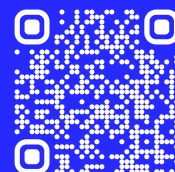
modernes Android-basiertes POS-Terminal, ausgestattet mit NFC, EMV, QR-Code-Scannern und Drucker

Wettbewerbsvorteile (USPs)

- ✓ **Hochleistungsfähige Hardware:** leistungsstarker Prozessor für schnelle Transaktionen
- ✓ **Integrierter Drucker:** eingebauter Thermodrucker
- ✓ **Modulares Design:** praktische Drittanbieter-Apps für erweiterte Funktionalitäten verfügbar
- ✓ **Sicherheit:** unterstützt die neuesten Sicherheitsprotokolle, PCI PTS 5.x zertifiziert
- ✓ **Erweiterbar um Kassenfunktionen:** Als Genius Terminal auch als TSE-konforme Kassenlösung nutzbar

Erfahrt mehr
zum Nexgo N86

go.commerz-globalpay.com/uk/nexgo-n86



CCV Base Next

15,90 € monatlich*

Kabelgebundenes Kartenterminal für den stationären Einsatz – geeignet für Kassenplätze mit vielen Transaktionen und Unternehmen, die auf besonders stabile Verbindungen setzen.



Ideal für feste Kassenplätze

- Touchdisplay
- integrierter Drucker
- Cashback
- WLAN
- LAN
- DCC
- Trinkgeld



Wettbewerbsvorteile (USPs)

- ✓ **Langlebigkeit und Stabilität:** speziell für den dauerhaften stationären Einsatz konzipiert, weniger stör anfällig als mobile Alternativen
- ✓ **Flexibel einsetzbar:** unterstützt vielfältige Zahlungsmethoden, passt sich durch Anbindung an unterschiedliche Kassensysteme sowie durch Kommunikation über LAN oder WLAN optimal an verschiedene Branchenanforderungen an
- ✓ **Cashback-Funktion:** Kunden können beim Bezahlen direkt Bargeld abheben, was den Umsatz steigern und die Kundenfrequenz erhöhen kann

Produktname:

CCV Base Next

Zielgruppe:

Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister mit Fokus auf stationäre Zahlungslösungen

Funktion:

stationäres Zahlungsterminal, das Kredit- und Debitkartenzahlungen, kontaktlose Zahlungen und mobile Wallets (z.B. Apple Pay, Google Pay) unterstützt, Cashback (Bargeldauszahlung) für Kunden

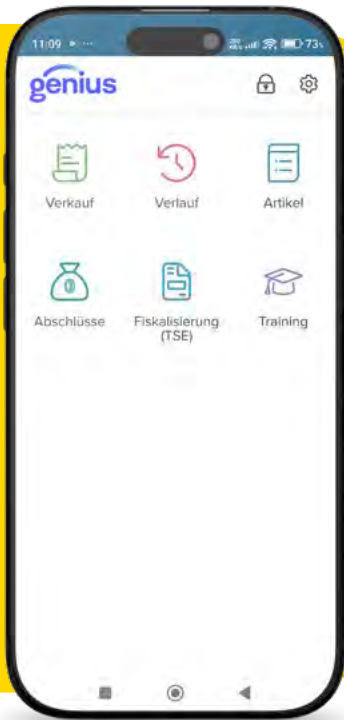
Technologie:

modernes POS-Terminal, ausgestattet mit NFC, EMV und Bondrucker



Erfahrt mehr
zum CCV Base Next

go.commerz-globalpay.com/uk/ccv-base-next



Genius App

19,90 € monatlich*

Cloudbasierte Kassenlösung mit integrierter Zahlungsakzeptanz für kleine und mobile Unternehmen, die Kasse und Zahlungen in einer App bündeln möchten.



Produktname:

Genius App (Kassenlösung)

Zielgruppe:

Kleine Unternehmen, Einzelhändler, Dienstleister, mobile Geschäfte (z.B. Foodtrucks), saisonale Händler

Funktion:

Vollwertige Kassenlösung auf Android-Smartphones mit integrierter Zahlungsakzeptanz, Cloud-basiertem Backoffice und gesetzeskonformer Fiskalisierung (nach KassenSichV)

Technologie:

Android-basierte App-Lösung mit Cloud-Anbindung

Wettbewerbsvorteile (USPs)

- ✓ **All-in-One-Lösung:** Kasse und Zahlungsakzeptanz in einer App
- ✓ **Cloud-Integration:** automatische Datensicherung und Synchronisation
- ✓ **Keine Hardware-Abhängigkeit:** funktioniert auf jedem kompatiblen Android-Smartphone
- ✓ **Passt sich dem Business an:** individuelle Preisgestaltung pro Standort und anpassbare Benutzerrollen und -rechte

Erfahrt mehr
zu Genius App

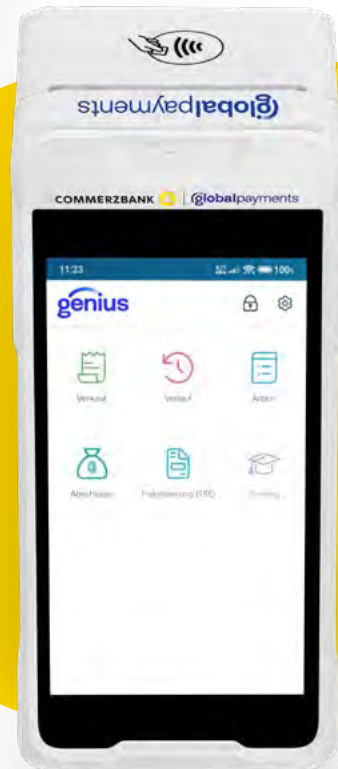
go.commerz-globalpay.com/uk/genius-app



Genius Terminal

29,90 € monatlich*

Mobiles All-in-One-Gerät, das Kasse und Kartenterminal in einem System vereint – ideal für Händler und Dienstleister, die Bezahl- und Kassenprozesse flexibel über ein einziges Gerät steuern wollen.



Wettbewerbsvorteile (USPs)

- ✓ **All-in-One-Lösung:** Kasse und Zahlungsakzeptanz in einem Gerät
- ✓ **Cloud-Integration:** automatische Datensicherung und Synchronisation
- ✓ **Zertifiziertes All-in-One-Terminal:** mit integriertem Drucker – für den professionellen Dauereinsatz
- ✓ **QR-Code-Scanner:** Artikel per QR-Code erfassen und direkt abrechnen
- ✓ **Passt sich dem Business an:** individuelle Preisgestaltung pro Standort und anpassbare Benutzerrollen und -rechte

Produktname:

Genius Terminal (Kassenlösung)

Zielgruppe:

Kleine Unternehmen, Einzelhändler, Dienstleister, mobile Geschäfte (z.B. Foodtrucks), saisonale Händler

Funktion:

Vollwertige Kassenlösung auf mobilem Kartenterminal mit integrierter Zahlungsakzeptanz, Cloud-basiertem Backoffice und gesetzeskonformer Fiskalisierung (nach KassenSichV)

Technologie:

Modernes Android-basiertes POS-Terminal, ausgestattet mit NFC, EMV, QR-Code-Scannern und Drucker




Erfahrt mehr
zu Genius Terminal

go.commerz-globalpay.com/uk/genius-terminal

*Standardpreis (individuelle Preise und Rabatte möglich), zusätzliche Kosten je Transaktion; Girocard-Zahlungen über Co-Badge (z. B. Maestro, V Pay, Visa Debit, Mastercard Debit), Auszahlung tageweise aggregiert




**Keine
Mindest-
laufzeit**


**Verfügbar für Dzd –
fragt Euren Commerz
Globalpay Kontakt!**

GP tom

0 € monatlich*

App-basierte Lösung, die Smartphones und Tablets in ein Kartenterminal verwandelt – optimal für mobile, preisbewusste Unternehmen ohne zusätzliche Hardware.



Produktname:

GP tom (SoftPOS)

Zielgruppe:

Kleine bis mittelgroße Unternehmen, Einzelhändler, Dienstleister, Taxi, Gastronomie, Handwerker, mobile Geschäfte

Funktion:

Zahlungen mit NFC-fähigen Smartphones, Tablets oder anderen Devices wie z. B. Orderman oder Sunmi akzeptieren, ohne dass ein separates Kartenlesegerät erforderlich ist

Technologie:

Software-basierte App-Lösung (SoftPOS) für Android- und iOS-Geräte

Wettbewerbsvorteile (USPs)

- ✓ **Nahtlose Integration:** einfach in bestehende Geschäftsprozesse integrierbar
- ✓ **Echte Mobilität:** Zahlungen überall entgegennehmen – ideal für Lieferdienste, Pop-up-Stores oder Veranstaltungen
- ✓ **Transparente Preisstruktur:** keine monatlichen Hardwarekosten, keine versteckten Gebühren, einfache und klare Preisgestaltung
- ✓ **Vertrauenswürdige Marke:** unterstützt von der Commerzbank, einem vertrauenswürdigen Namen im Zahlungsverkehr

Erfahrt mehr
zu GP tom

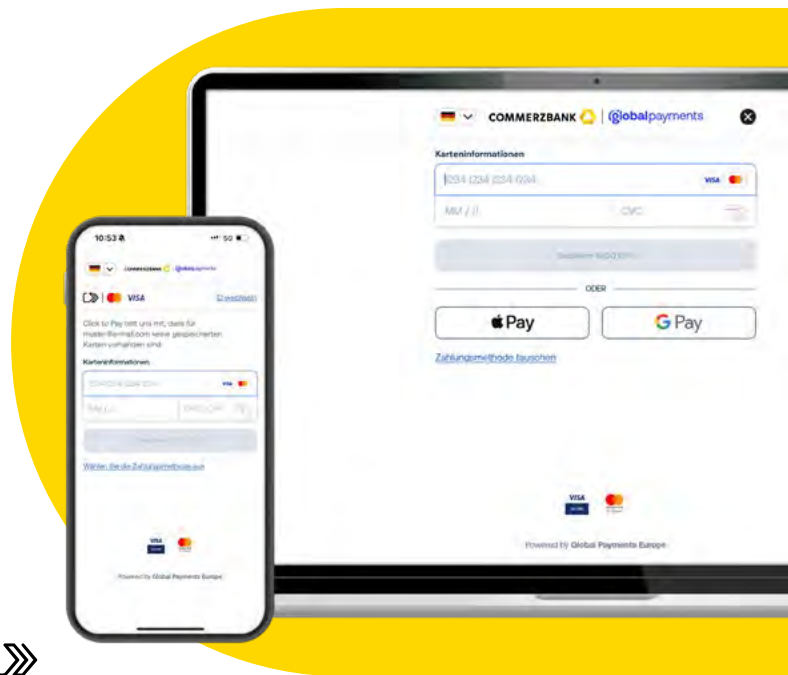
go.commerz-globalpay.com/uk/gp-tom



E-Commerce

ab 12,90 € monatlich*

Online-Zahlungslösung für Händler und Dienstleister, die Kartenzahlungen und Paylinks sicher im E-Commerce und am Point of Sale abwickeln wollen.



Wettbewerbsvorteile (USPs)

- ✓ **Push Payments (Paylinks):** eine einfache Möglichkeit für Händler, Zahlungen über Paylinks anzufordern, für einen vereinfachten Zahlungsprozess, insbesondere für Unternehmen, die nicht über einen Online-Shop verfügen
- ✓ **Flexible Integration:** in bestehende E-Commerce-Plattformen integrierbar, spart Zeit und Ressourcen
- ✓ **Internationalität:** globale Reichweite für Händler, die international verkaufen
- ✓ **Sicherheit:** höchste Sicherheitsstandards, einschließlich PCI-DSS-Konformität



Produktname:

E-Commerce

Zielgruppe:

Online-Händler, Dienstleister, Unternehmen mit E-Commerce-Plattformen

Funktion:

E-Commerce Payment Gateway, das Online-Zahlungen mit verschiedenen Zahlungsmethoden ermöglicht

Technologie:

Sichere und skalierbare Zahlungsabwicklungslösung mit integrierten Push Payments (Paylinks erstellen und versenden)



Erfahrt mehr zu E-Commerce

go.commerz-globalpay.com/uk/e-commerce

*Standardpreis (individuelle Preise und Rabatte möglich), zusätzliche Kosten je Transaktion



Was kostet eine Barzahlung wirklich?

Beispiel (vereinfachte Rechnung):

1.300 50 Barzahlungen/Tag,
26 Tage/Monat

Barzahlungen/Tag

20 Min. Kassenschluss,
Zählen, Bankweg

Bargeldhandling/Tag

25 €/Std.

Personalkosten

Kosten:

8,33 €/Tag

20 Min. = 1/3 Stunde → 1/3 × 25 €

≈ 216 €/Monat

8,33 € × 26 Tage

≈ 0,17 €/Barzahlung

216 € / 1.300 Barzahlungen

Viele Kartenzahlungen liegen – je nach Ticketgröße – **unter 1–2 % vom Umsatz** und verursachen keinen zusätzlichen Personalaufwand für Zählen oder Bankwege.

Schon bei einem kleinen Geschäft entstehen durch Bargeldhandling schnell effektive Kosten von 15–20 Cent pro Barzahlung. Berücksichtigt man alle Faktoren, ist Kartenzahlung oft mindestens genauso günstig, häufig günstiger – bei deutlich weniger Aufwand und Risiko.

„Viele Studien zeigen: Kunden erwarten heute Wahlfreiheit. Wer Karte und Bargeld anbietet, wirkt moderner und verliert weniger Umsatz – gerade bei spontanen Käufen oder höheren Beträgen.“

Battlecards – starke Argumente für starke Lösungen

Online findet Ihr unsere praktischen Battlecards. Diese dienen als **Schnellreferenz-Tool** für alle Fakten, die Ihr im Gespräch brauchen könntet. Sie sind **für den internen Gebrauch** gedacht und **nicht als Handout für Kunden**. Bei Fragen oder Unklarheiten steht Euch unser Vertriebsteam zur Seite. Ziel ist, dass alle Berater mit denselben Botschaften und Information arbeiten, um konsistent und überzeugend zu argumentieren.



Wettbewerbsvorteile (USPs)

- **Hochleistungsfähige Hardware:** leistungsstarker Prozessor, der schnelle und reibungslose Transaktionen ermöglicht
- **Integrierter Drucker:** durch eingebauten Thermodrucker ideal für Quittungserstellung vor Ort (kein zusätzliches Zubehör notwendig)
- **Modulares Design:** Möglichkeit zur Integration von Drittanbieter-Apps für erweiterte Funktionen (z.B. Kassensysteme)
- **Sicherheit:** unterstützt die höchsten Sicherheitsprotokolle (PCI PTS S x)
- **Cashback-Funktion:** Kunden beim Bezahlen direkt Bargeld abbuchen. Umsatz steigern und die Kundenbindung erhöhen kann

Verkaufstipps

- ✓ **Betonen der All-in-One-Funktionalität:** Highlighte die integrierten Funktionen wie den Drucker und die Scanner, die den CCV A920Pro zum idealen Wahl für mobile und stationäre Einsatz machen
- ✓ **Flexibilität hervorheben:** Hebe die Vorteile der mobilen Nutzung hervor, besonders für Unternehmen, die unterwegs Zahlungen akzeptieren müssen
- ✓ **Sicherheit und Zuverlässigkeit unterstreichen:** Erwähne die hohen Sicherheitsstandards und die robuste Bauweise, um Vertrauen zu schaffen
- ✓ **Wettbewerbsvergleich nutzen:** Konzentriere dich auf die Vorteile der benutzerfreundlichen Oberfläche, der leistungsstarken Hardware, des integrierten Cashback-Funktion und der transparenten Preisstruktur im Vergleich zu den Wettbewerbern

istockTM
Credit: foto-iannic

genius
Battlecard
Genius App



go.commerz-globalpay.com/uk

06

Value Added Services und ihr Nutzen

Neben unseren Bezahlösungen bieten wir zusätzliche Services an, die unseren Händlern weitere Mehrwerte liefern. Die Value Added Services (kurz: VAS) sorgen dafür, dass Händler ihr Business optimieren können. Gleichzeitig eignen sich diese Services als Zusatz-Argumente im Lead-Gespräch.

Payment Analytics

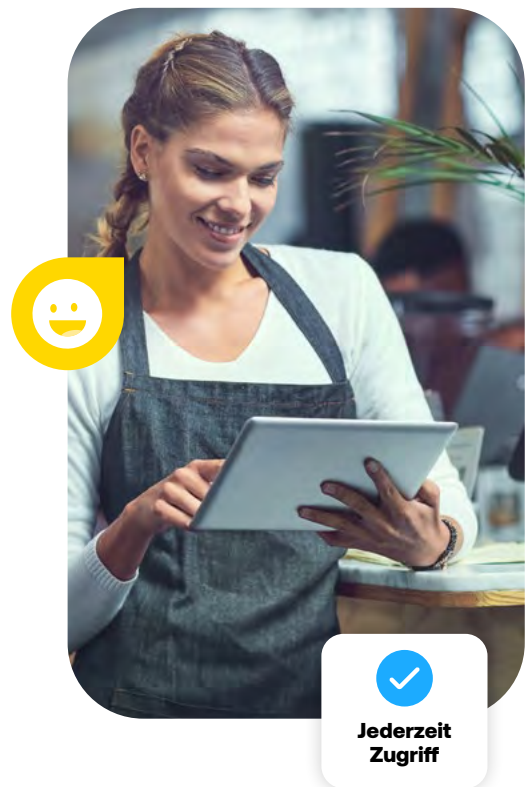
Das Tool wertet Kartenzahlungen aus, damit Händler genau sehen, wann, wo und womit sie ihr Geld verdienen.

Wann passt der Service?

- ✓ Kunde hat mehrere Kassen/Filialen oder wächst stark
- ✓ Kunde möchte mehr Überblick über seine Umsätze
- ✓ Kunde arbeitet viel mit Excel-Listen, um Zahlen zusammenzusuchen

So argumentiert Ihr im Gespräch:

- „Sie sehen auf einen Blick, welche Zeiten und Standorte wirklich stark sind.“
- „Sie treffen Entscheidungen auf Basis von Zahlen – nicht nur aus dem Bauch.“
- „Sie sparen Zeit, weil Auswertungen automatisch aus Ihren Zahlungen entstehen.“



Tipp: Diese VAS sind im Beratungsgespräch attraktive „Add-Ons“, um dem Kunden zu zeigen, dass Commerz Globalpay mehr liefert als nur Kartenzahlung. Die Zusatzleistungen sollten im Gespräch präsent sein, wenn es thematisch passt. Oft sind sie das ausschlaggebende Argument gegenüber Wettbewerbern, die solche Leistungen nicht anbieten oder bewerben.



[commerz-globalpay.com/
de-de/loesungen/
zusatzleistungen](https://commerz-globalpay.com/de-de/loesungen/zusatzleistungen)



✓ Einfache Beantragung

Flexible Händlerfinanzierung

Die Flexible Händlerfinanzierung der Liberis Gruppe ermöglicht Investitionen und Wachstum, ohne die laufende Liquidität zu stark zu belasten. Rückzahlungen werden an das Geschäftsmodell des Händlers angepasst.

Wann passt der Service?

- ✓ Kunde plant Umbau, Modernisierung oder neue Filiale
- ✓ Kunde hat „gute Ideen, aber das Kapital ist knapp“
- ✓ Saisonale Schwankungen machen Finanzierung und Planung schwierig
- ✓ Kunde nutzt seit mind. 4 Monaten ein aktives Zahlungsterminal von Commerz Globalpay mit monatlichem Mindestumsatz i. H. v. 2.800 €

So argumentiert Ihr im Gespräch:

- „Sie können jetzt investieren und zahlen den Kredit in planbaren Raten zurück.“
- „Ihre Liquidität bleibt für den täglichen Betrieb verfügbar.“
- „Die Finanzierung ist auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Saisonverläufe zugeschnitten.“

Dynamische Währungsumrechnung (DCC)

DCC zeigt internationalen Karteninhabern den Betrag direkt in ihrer Heimatwährung. Das schafft Transparenz für Kunden und zusätzliche Ertragspotenziale für Händler.

Wann passt der Service?

- ✓ Viele Gäste/Kunden aus dem Ausland, z. B. Touristen oder Geschäftsreisende
- ✓ Kunde sagt: „Wir haben viele ausländische Kartenzahlungen“
- ✓ Standort in touristischer Lage, Innenstadt, Bahnhof oder Flughafen

So argumentiert Ihr im Gespräch:

- „Ihre internationalen Gäste sehen den Betrag sofort in ihrer gewohnten Währung.“
- „Sie bieten zusätzlichen Service, ohne Ihren Ablauf an der Kasse zu verkomplizieren.“
- „Sie holen mehr aus ausländischen Kartenzahlungen heraus – mit einem integrierten Prozess.“



07

Konkrete Ansprache-Ideen

Auf den nächsten Seiten findet Ihr **praxiserprobte Gesprächsansätze für Gespräche mit Bankkunden** – ergänzt um **konkrete Branchenansprachen**, mit denen Ihr typische Bedürfnisse Eurer Gewerbekunden gezielt aufgreifen könnt.

1.



Ansatz:

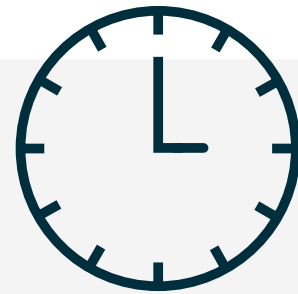
Komfort & Sicherheit – „Alles aus einer Hand“

- Zahlungsabwicklung bei der Hausbank
- Ein Ansprechpartner, zentrale Sicht auf Zahlungsströme
- Mehr Übersicht, weniger Abstimmungsaufwand

Merksatz für Berater:

Holt die Zahlungsabwicklung ins Haus und macht dem Kunden das Leben einfacher: „Statt mit mehreren Dienstleistern zu arbeiten, haben Sie künftig alles bequem über Ihre Hausbank – übersichtlich, sicher und mit einem festen Ansprechpartner.“

2.



Ansatz:

Flexibilität – „Wir können schneller entscheiden“

- Transparente Zahlungsströme, aktuelles Bild von Umsatz & Liquidität
- Schnellere Kredit- und Dispoentscheidungen
- Mehr Spielraum in besonderen Situationen

Merksatz für Berater:

Transparente Zahlungsströme = schnellerer Spielraum bei Finanzierung und Entscheidungen: „Wenn Ihre Kartenzahlungen direkt über Ihr Konto bei uns laufen, sehen wir Ihre Entwicklung live – und können bei Finanzierungswünschen schneller und flexibler für Sie entscheiden.“



3.



Ansatz:

**Kosten & Optimierung –
„Payment wie Stromanbieter
prüfen“**

- „Wann zuletzt Payment-Anbieter verglichen?“
- Vermeidung veralteter oder teurer Konditionen
- Gemeinsame Optimierung von Modell, Kosten & Abläufen

Merksatz für Berater:

Den Kunden darauf stoßen, dass Payment-Konditionen optimiert werden können – ohne Verzicht auf Qualität. „Wie beim Stromanbieter lohnt es sich auch beim Payment, die Konditionen regelmäßig zu überprüfen – genau das können wir mit Ihnen gemeinsam tun und Ihre Lösung optimieren.“

4.



Ansatz:

**New to Cards – „Kartenzahlung
steigert Umsatz & entlastet“**

- Höhere Warenkörbe, mehr Spontankäufe
- Weniger Bargeld, geringeres Risiko & weniger Zehlaufwand
- Kunden erwarten heutzutage bargeldlose Bezahlmöglichkeiten

Merksatz für Berater:

Kartenakzeptanz ist kein Nice-to-have, sondern Umsatz- und Effizienztreiber: „Kartenzahlungen führen oft zu höheren Umsätzen und weniger Kassenaufwand – und viele Kunden erwarten heute schlicht, dass sie bei Ihnen bargeldlos zahlen können.“



Branche: **Dienstleister (Friseur, Barber, Beauty)**

Situation:

Viele Friseure akzeptieren heute bereits Kartenzahlungen und arbeiten seit Jahren mit demselben Anbieter zusammen – meist, ohne Konditionen, Service oder Technik noch einmal kritisch zu prüfen. Gleichzeitig wünschen sie sich einen klaren Überblick über ihre Kosten und möglichst wenige verschiedene Ansprechpartner für Konto, Zahlungsverkehr und Kartenzahlung.

Ansprache-Idee:

- Fragt, wie häufig Kunden nach Kartenzahlung fragen oder Termine kurzfristig absagen, weil sie kein Bargeld dabei haben.
- Macht deutlich, dass kartenzahlende Kunden tendenziell mehr ausgeben – z. B. spontan noch eine Pflege oder ein Produkt mitnehmen, weil sie nicht ans Bargeldlimit denken müssen.
- Hebt hervor, wie einfach und mobil unsere Lösungen sind: „Sie können direkt Ihr Handy als Kartenterminal nutzen – keine Mietkosten, keine Installation.“ Ihre Kunden halten einfach ihre Karte oder ihr Handy an das Kartenterminal und bezahlen kontaktlos in Sekunden.“
- Erwähnt, dass Trinkgelder natürlich auch per Karte angenommen werden können und Mitarbeiter keinen Nachteil haben.

- Weist auf das schnelle Bezahlen hin, das den Kassiervorgang beschleunigt. Außerdem wird der Weg zur Bank gespart, um das Bargeld einzuzahlen.

Fallbeispiel:



Eine kleine Beauty-Bar in Köln konnte durch digitale Zahlungslösungen die Wartezeiten reduzieren und den Umsatz steigern, weil Kunden spontan Zusatzleistungen per Karte buchten – ohne Bargeldlimit.



Geeignete Lösungen:

Terminals

GP tom

Genius Terminal

Genius App

VAS (Flexible Händlerfinanzierung)

Tipp: Gerade wenn ein Salon jüngere Kundschaft hat, werden Cashless-Optionen erwartet. Ihr könntet fragen: „Wussten Sie, dass ein großer Teil der unter 30-Jährigen fast kein Bargeld mehr bei sich tragen?“ – Hier bietet Ihr die Lösung gleich mit an.



Branche: **Gastronomie (Café, Restaurant, Bar)**

Situation:

Gastronomiebetriebe erleben häufig Stoßzeiten, in denen schnelles Kassieren wichtig ist. Viele kleinere Restaurants haben noch veraltete Kartenlesegeräte oder gar keine mobilen Terminals, mit denen ein Kassieren am Tisch möglich ist.

Ansprache-Idee:

- Geht auf den Service-Aspekt ein: „Besonders in der Gastronomie möchten Gäste bequem am Tisch zahlen, ohne lange zu warten. Stellen Sie sich vor, wie unsere mobilen Lösungen helfen: Mit unserer App für Handhelds und Smartphones oder mit unseren mobilen Terminals können Ihre Kellner direkt am Tisch kassieren – das erhöht den Tischumschlag und die Zufriedenheit Ihrer Gäste.“
- Betont, dass kontaktlos-Zahlungen hygienisch sind – ein Thema, das seit Corona wichtiger denn je ist.
- Erzählt von Erfolgsgeschichten: „Ein Restaurant konnte durch den Einsatz von Kartenterminals Wartezeiten massiv reduzieren und so pro Abend mehr Gäste bedienen.“
- Erwähnt auch unser Wechselangebot: viele Gastronomen zahlen hohe Gebühren oder leiden unter langen Vertragslaufzeiten bei bestehenden Anbietern (z. B.

alte Verträge über 5 Jahre). Wir bieten ggf. bis zu 12 Monate mietfreie Terminalnutzung, damit Neukunden aus einem laufenden Vertrag aussteigen können. So bezahlen sie nicht doppelt.“ Fragt außerdem: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer aktuellen Zahlungslösung? Gibt es Dinge, die Sie stören (Kosten, Ausfallzeiten, Handhabung)?“ Viele Wirte klagen z. B. über umständliche Abrechnungen oder fehlende Features. Dann punkten Sie mit Service: 24/7-Hotline bei technischen Notfällen

Geeignete Lösungen:

Terminals

GP tom

Genius Terminal

Genius App

VAS (Payment Analytics)

VAS (Flexible Händlerfinanzierung)

VAS (Dynamische Währungsumrechnung)

Tipp: Betont die Zusatz-Features: z.B. die Trinkgeldfunktion, die direkt an das Terminal angehängt ist und bei der Kunden den Betrag aufrunden können. Zudem gibt es Trinkgeldreports für Mitarbeiter. So fühlt sich der Gastronom verstanden und sieht, dass Commerz Globalpay seine Branche kennt.



Mehr zu unserer **Genius App** erfahrt Ihr im Kapitel „Unsere aktuellen Bestseller“.

Branche: **Einzelhandel (Laden, Boutique)**

Situation:

Im Einzelhandel geht es oft um Schnelligkeit an der Kasse, Integration in das Warenwirtschaftssystem und das Vermeiden von Umsatzverlust, wenn Kunden kein Bargeld dabei haben. Viele kleine Läden nutzen einfache Kassensysteme und eventuell SumUp oder ähnliches, sind aber unzufrieden mit Transaktionsgebühren oder fehlendem Support.

Ansprache-Idee:

- Hebt hervor, wie unser Angebot Umsatzpotenziale nutzen kann: „Mit Karte zahlen Kunden im Schnitt höhere Beträge und kaufen eher spontan zusätzliche Artikel.“ Verweist auf Studien oder die Tatsache, dass ein Kartenzahler nicht von seinem Bargeld im Portemonnaie abhängig ist.
- Fragt: „Mussten Sie schon mal einen Kunden ohne seinen Einkauf gehen lassen, weil er nicht genug Bargeld dabei hatte?“ – Das trifft oft ins Schwarze. Erklärt dann, dass das mit den Lösungen von Commerz Globalpay nicht mehr passiert. Kein Kauf wird mehr abgebrochen, nur weil gerade kein Bargeld da ist.
- Betont die weiteren Vorteile von bargeldlosem Bezahlen: „Durch weniger Bargeld reduzieren Sie auch den Aufwand. Sie sparen tägliche Bankwege sowie die Kassensturz-Zeit. Gleichzeitig verringert weniger Bargeld auch das Diebstahlrisiko.“
- Hebt die einfache Integration hervor: Falls der Händler schon ein Kassensystem hat, erwähnt unsere Anbindungsmöglichkeiten (technische Schnittstellen), sodass die Kartenzahlung direkt ins Kassensystem läuft. „Sie müssen Beträge nicht doppelt eintippen, Fehlerquellen entfallen.“ Sollte der Händler kein modernes Kassensystem haben, erklärt, dass es hierfür eine Lösung von Commerz Globalpay gibt.

Geeignete Lösungen:

Terminals

GP tom

Genius Terminal

Genius App

VAS (Flexible Händlerfinanzierung)

Tipp: Betont die transparenten Konditionen und dass es keine versteckten Gebühren gibt. Viele Händler haben das Vorurteil von teuren Terminalmieten. Hier könnt Ihr den Händler beruhigen: „Unsere Terminal-Tarife sind klar und setzen sich aus einer Terminalmiete und fixen Prozentsätzen für die Transaktionen zusammen. So gibt es keine bösen Überraschungen – und für Neukunden sogar oft Aktionen, bei denen sie das erste Jahr bargeldloses Bezahlen anbieten können.“



Branche: **Handwerk (Hausmeisterservice, Reparaturdienste)**

Situation:

Viele Handwerksbetriebe rechnen traditionell per Rechnung oder bar ab. Das sorgt für offene Posten und Verwaltungsaufwand, während Endkunden zunehmend Kartenzahlung erwarten. Digitale Zahlungslösungen sind noch wenig verbreitet, vor allem wegen Unsicherheit zu Kosten und Technik.

Ansprache-Idee:

- Stellt den Vorteil der Sofortzahlung in den Vordergrund: „Wenn Ihre Kunden direkt vor Ort per Karte zahlen, haben Sie keine offenen Posten mehr und das Geld ist schneller auf Ihrem Konto.“
- Erklärt, dass sich Mahnwesen und Bargeldhandling deutlich reduzieren, wenn mehr Einsätze direkt abgeschlossen und bezahlt werden.
- Fragt nach typischen Alltagssituationen: „Kommt es vor, dass Kunden beim Termin nicht genug Bargeld daheim haben oder die Rechnung später bezahlen wollen?“
„Wie viel Zeit verbringen Sie oder Ihre Mitarbeitenden mit dem Nachverfolgen offener Rechnungen?“
- Nehmt die Scheu vor Technik und Aufwand: „Mobile Kartenterminals sind leicht zu bedienen: einschalten, Betrag eingeben, Karte hinhalten, fertig.“ Erklärt, dass die Geräte robust, akkubetrieben und für den Außeneinsatz geeignet sind.

- Betont, dass bei Fragen ein Support-Team zur Verfügung steht: „Sie müssen kein IT-Experte sein – wir begleiten Sie Schritt für Schritt.“
- Erwähnt die Integration in bestehende Abläufe: „Wenn Sie bereits mit einer Software für Angebote und Rechnungen arbeiten, können wir mit unseren Lösungen dafür sorgen, dass Kartenzahlungen optimal dazu passen.“

Geeignete Lösungen:

Terminal

GP tom

Genius App

Genius Terminal

Tipp: Greift die Sorge vor Mehrkosten direkt auf: „Rechnen Sie einmal grob durch, wie viel Zeit Sie und Ihr Team mit Mahnungen, offenen Forderungen und Bargeld-zur-Bank-Bringen verbringen. Wenn ein Teil Ihrer Kunden direkt beim Termin zahlt, gewinnen Sie diese Zeit für abrechenbare Einsätze. Für mobiles Bezahlen brauchen Sie keine teure Speziallösung – unsere Preise sind übersichtlich und gut planbar.“



Branche: **Heilberufe (Ärzte, Physiotherapeuten, Apotheken)***

Situation:

In Praxen und Apotheken wächst der Anteil an IGeL- und Selbstzahlerleistungen (z. B. Vorsorgeleistungen, Zusatzbehandlungen, kosmetische Leistungen). In Facharztpraxen wird häufig über Abrechnungsdienstleister gearbeitet – das bedeutet umständliche Papierpost, Fristen und Überweisung durch den Patienten. Für Praxen bedeutet es offenen Forderungsbestand, Mahnwesen und zusätzlichen Verwaltungsaufwand.

Ansprache-Idee:

- Greift den Bedarf an IGeL-/Selbstzahlerabwicklung auf: „Welche Rolle spielen heute IGeL- und Selbstzahlerleistungen in Ihrer Praxis? Wie wird aktuell bezahlt – direkt vor Ort oder überwiegend auf Rechnung über einen teuren Dienstleister?“
- Betont den Komfort für Patienten und Praxis: „Wenn Patienten direkt nach der Behandlung zahlen können, ist der Vorgang für beide Seiten abgeschlossen – keine Rechnungsbriefe, keine offenen Posten. Das reduziert Verwaltungsaufwand und verbessert die Liquidität.“
- Stellt den Praxis- und Apothekenalltag in den Mittelpunkt: „Mit einer passenden Kartenzahlungslösung minimieren Sie Aufwände: weniger Bargeld, weniger Zählaufwand, schnellere Abschlüsse. Das entlastet Ihr Team und sorgt für einen ruhigeren Ablauf – gerade zu Stoßzeiten.“
- Macht die Rolle von Commerzbank und Commerz Globalpay klar: „Wir bieten Ihnen Geschäftskonto und

Kartenzahlung aus einer Hand. Oft ergeben sich im Vergleich zu Ihrem bisherigen Anbieter Kostenvorteile.“

Fallbeispiel:

”

Eine stark frequentierte Apotheke in Nürnberg kassierte Rezeptgebühren und Zusatzverkäufe (z. B. Kosmetik) überwiegend bar. Ergebnis: lange Schlangen, hoher Bargeldbestand, aufwendige Kassenabschlüsse. Nach der Umstellung profitiert die Apotheke von kürzeren Wartezeiten, weniger Bargeld in der Kasse und spürbar weniger Kassenaufwand.

“

Geeignete Lösungen:

Terminals

GP tom

Genius Terminal

Genius App

Tipp: Adressiert die Besonderheit bei Zahnärzten: „Die Zusammenarbeit mit einem Abrechnungsdienstleister kann bleiben – aber für viele Beträge bietet sich zusätzlich die sofortige Kartenzahlung in der Praxis an, z. B. für bestimmte Zusatzleistungen. So sparen Sie sich Kleinstrechnungen und Nachläufe.“

Weitere Branchen – Ansatzpunkte in Kürze:

Taxi/Transport:

Kartenakzeptanz ist heute Pflicht – viele Städte schreiben Taxi-Kartenzahlung bereits vor. Starke Argumente sind die mobile Lösung (Handy-Terminal statt teures Festeinbaugerät), Schnelligkeit (kontaktlose Zahlung in Sekunden) und mehr Sicherheit durch weniger Bargeld im Fahrzeug. Für das Unternehmen zählen zudem die schnelle Gutschrift aufs Geschäftskonto und weniger Diskussionen über Kassenstände.



Kiosk/Bäcker:

Hier geht es um viele Kleinbeträge. Wichtig: Unser Preismodell belohnt wachsende Umsätze (ggf. Staffellungen) und schnelle Auszahlung am nächsten Werktag. Kleinhändler überzeugt es oft, dass das Geld schnell auf dem Konto ist und sie keine Scheine zählen müssen. Außerdem: Mit Karte verkaufen sie eventuell mehr als nur Brötchen – „Der Kunde nimmt spontan noch einen Coffee-to-go, weil er ja mit Karte zahlen kann.“

Tipp: Fragt gezielt nach der aktuellen Situation und hört aktiv zu. Die besten Ansatzpunkte kommen oft vom Kunden selbst („Mein Gerät spinnt oft“, „Viele fragen nach Apple Pay“). Greift solche Stichworte auf und übersetzt sie in unsere Lösungsvorteile. Nutzt auch ruhig die Best-Practice-Beispiele aus unserer Erfahrung: Erfolgsgeschichten von Kunden, die mit Commerz Globalpay ihre Abläufe verbessert haben, sind sehr überzeugend. Einige solcher Beispiele haben wir hier genannt. So fühlt sich der Kunde verstanden und sieht: „Andere aus meiner Branche machen das schon erfolgreich mit Commerz Globalpay“.

08

Kurzvorstellung Wettbewerb

Wir zeigen Euch hier die wichtigsten Wettbewerber*, damit Ihr ihre Stärken und Schwächen klar vor Augen habt – und Commerz Globalpay besser positionieren könnt. Wenn Ihr versteht, „wer wofür steht“, könnt Ihr im Kundengespräch gezielter argumentieren und passende Gegenangebote platzieren.

Quelle: Interne Marktanalyse Commerz Globalpay auf Basis externer Marktforschung und Wettbewerber-Analysen

Nexi

Terminals

E-Commerce

Omnichannel

www.nexigroup.com

Lösungen: Kartenterminals, Acquiring, E-Commerce-Payment, Omnichannel-Lösungen, Marktplatz- & Plattformlösungen

USP: Großer europäischer Zahlungs-Champion mit starker Präsenz im stationären Handel und online

Stärken: Breite Produktpalette, starke POS-Basis, europäische Größe & Skaleneffekte

Schwächen: Teils komplexe Strukturen, weniger fokussiert auf sehr kleine Händler

Tipps zur Ansprache:

Fragt Eure Nexi-Kunden gezielt, ob sie ihre tatsächlichen Gesamtkosten kennen. Bietet einen unverbindlichen „Kosten-Check“ an: weniger Komplexität, bessere Planbarkeit und oft eine klare Ersparnis.

VR Payment

Terminals

Kassenlösungen

E-Commerce

Omnichannel

www.vr-payment.de

Lösungen: Kartenterminals, Kassenanbindungen, E-Commerce-Payment, Omnichannel-Lösungen, Branchenlösungen

USP: Zahlungsanbieter der Volks- und Raiffeisenbanken mit direktem Zugang zu deren Firmenkunden

Stärken: Starke Bankeinbindung, große Bestandskundenbasis, regionale Nähe

Schwächen: Weniger flexibel wahrgenommen, Fokus auf Bestandskunden, weniger „Digital-Brand“

Tipps zur Ansprache:

Nutzt bei VR-Payment-Kunden den Gewohnheitseffekt: Viele bleiben nur wegen der Bank. Fragt, ob Konditionen und Zusatzentgelte je kritisch geprüft wurden – und positioniert uns als spezialisierte, oft günstigere Alternative.

S-Payment

Terminals

Kassenlösungen

E-Commerce

www.s-payment.com

Lösungen: Kartenterminals, girocard- und Kartenakzeptanz, E-Commerce-Payment, Sparkassen-Payment-Lösungen

USP: Zahlungsanbieter der Sparkassen-Finanzgruppe mit sehr breitem Zugang zu Sparkassenkunden

Stärken: Riesige Kundenbasis, starke girocard-Position, hohe Präsenz im stationären Handel

Schwächen: Teils als wenig modern wahrgenommen, längere Entscheidungswege, Fokus auf Sparkassen-Ökosystem

Tipps zur Ansprache:

Geht bei Sparkassen-Kunden über Transparenz: Kennt der Kunde wirklich alle Gebühren? Zeigt, wie Ihr mit uns auf einfache, klare Konditionen umstellen könnt.

SumUp

Terminals

Kassenlösungen

E-Commerce

www.sumup.com

Lösungen: Kartenterminals, mPOS, Kassensysteme, Online-Checkout, Payment-Links, einfache E-Commerce-Lösungen

USP: Schneller, einfacher Einstieg für Kleinst- und Kleinunternehmen; alles aus einer Hand

Stärken: Starke Marke bei Kleinsthändlern, sehr einfache App & Onboarding, transparente Preise

Schwächen: Fokus auf sehr kleine Händler, begrenzte Beratung, wenig Individualisierung, schwächer im klassischen Mittelstand

Tipps zur Ansprache:

SumUp ist gut für den Einstieg – fragt Eure Kunden, ob einfache App-Lösungen und Pauschalpreise noch zu ihrem Umsatzniveau passen. Mit uns macht der Kunde den professionellen nächsten Schritt zu besseren Konditionen.

Payone

Terminals

E-Commerce

Omnichannel

www.payone.com

Lösungen: Kartenterminals, Kassenanbindungen, E-Commerce-Payment, Omnichannel-Lösungen, Branchenlösungen

USP: Starker Omnichannel-Anbieter mit tiefer Verankerung im Handel und Bankenumfeld

Stärken: Große Händlerbasis, gute POS-Erfahrung, stabile Lösungen, Bankennähe

Schwächen: Wirkt oft wenig modern, begrenzte Flexibilität, teils komplexe Strukturen

Tipps zur Ansprache:

Lasst Euch von Payone-Kunden konkrete Abrechnungen zeigen. Geht gemeinsam durch Zusatzkosten und Nebengebühren. So werden Einsparpotenziale direkt sichtbar.

Lösungen: E-Commerce-Payment, Online-Checkout & Plug-ins, Marktplatz- & Plattform-Payments, Omnichannel-Lösungen, Kartenterminals

USP: E-Commerce- und Omnichannel-orientierter Zahlungsdienstleister für wachstumsstarke Online- und Plattformhändler

Stärken: Stark im Online-Handel, flexible Lösungen für verschiedene Geschäftsmodelle, gute Integration in Shopsysteme

Schwächen: Komplexe Preisstrukturen mit umfangreichen Zusatzkosten aus dem Preis- und Leistungsverzeichnis, mobile Hardware ist oft weniger ausgereift

Tipp zur Ansprache:

Fragt, ob der Schwerpunkt stark im E-Commerce liegt und ob eure Kunden ihre Gesamtgebühren bei Unzer wirklich überblicken. Bietet an, die komplexen Preisstrukturen transparent zu vergleichen.

Lösungen: Kartenterminals, einfache POS-Pakete, teils Kassenschnittstellen, Online-Services im Aufbau

USP: Einfaches, preislich aggressives Angebot für Klein- und Kleinunternehmer mit Fokus auf schnellen Abschluss

Stärken: Sehr einfache Produkte, schnelle Abschlüsse, attraktives Pricing, klare Botschaften

Schwächen: Begrenztes Produktportfolio, schwächere Marke als SumUp, wenig komplexe Lösungen

Tipp zur Ansprache:

Fragt, ob die Flatrate wirklich passt – mit uns ist eine individuellere, oft günstigere Lösung möglich.



Stripe

E-Commerce

Terminals

stripe.com

Lösungen: E-Commerce-Payment, APIs, Billing & Subscriptions, Marktplatz- & Plattform-Payments, teilweise POS

USP: Entwicklerfreundliche Plattform mit starker API, global skalierbar für digitale Geschäftsmodelle

Stärken: Sehr starke Technik & Developer-Experience, schnelle Internationalisierung, breites Produkt-Ökosystem

Schwächen: Fokus auf Online- & Tech-Unternehmen, weniger klassische Mittelstandsberatung, komplexe Preislogik

Tipp zur Ansprache:

Nutzt den starken Online-Fokus als Einstieg – mit uns erhält der Kunde vergleichbare E-Com-Funktionen, zusätzlich POS und persönlichen Ansprechpartner.

Adyen

E-Commerce

Terminals

Omnichannel

www.adyen.com

Lösungen: Omnichannel-Payment (POS & E-Com), Acquiring, Risiko- & Datenservices, Plattform- & Marktplatzlösungen

USP: Einheitliche, globale Plattform für große Händler mit starkem Omnichannel-Fokus

Stärken: Sehr stark bei Enterprise-Kunden, Omnichannel-Integration, Reporting & Daten

Schwächen: Klarer Fokus auf größere Händler, weniger attraktiv für Kleinsthändler, höhere Einstiegshürden

Tipp zur Ansprache:

Fragt nach, ob die internationale Plattform noch zum Bedarf passt – mit uns bekommt der Kunde eine starke Lösung mit lokalem Fokus, persönlicher Betreuung und klaren Konditionen.

Mollie

E-Commerce

Terminals

Omnichannel

www.mollie.com

Lösungen: E-Commerce-Payment, Plug-ins für Shopsysteme, einfache Online-Checkout-Lösungen

USP: Einfache, schnell integrierbare Online-Payment-Lösung für KMU und Digitalhändler

Stärken: Einfache Anbindung, gute Plug-ins, klare Kommunikation, gut für KMU-Shops

Schwächen: Fokus auf Online, weniger POS, weniger relevant für sehr große Enterprise-Händler

Tipp zur Ansprache:

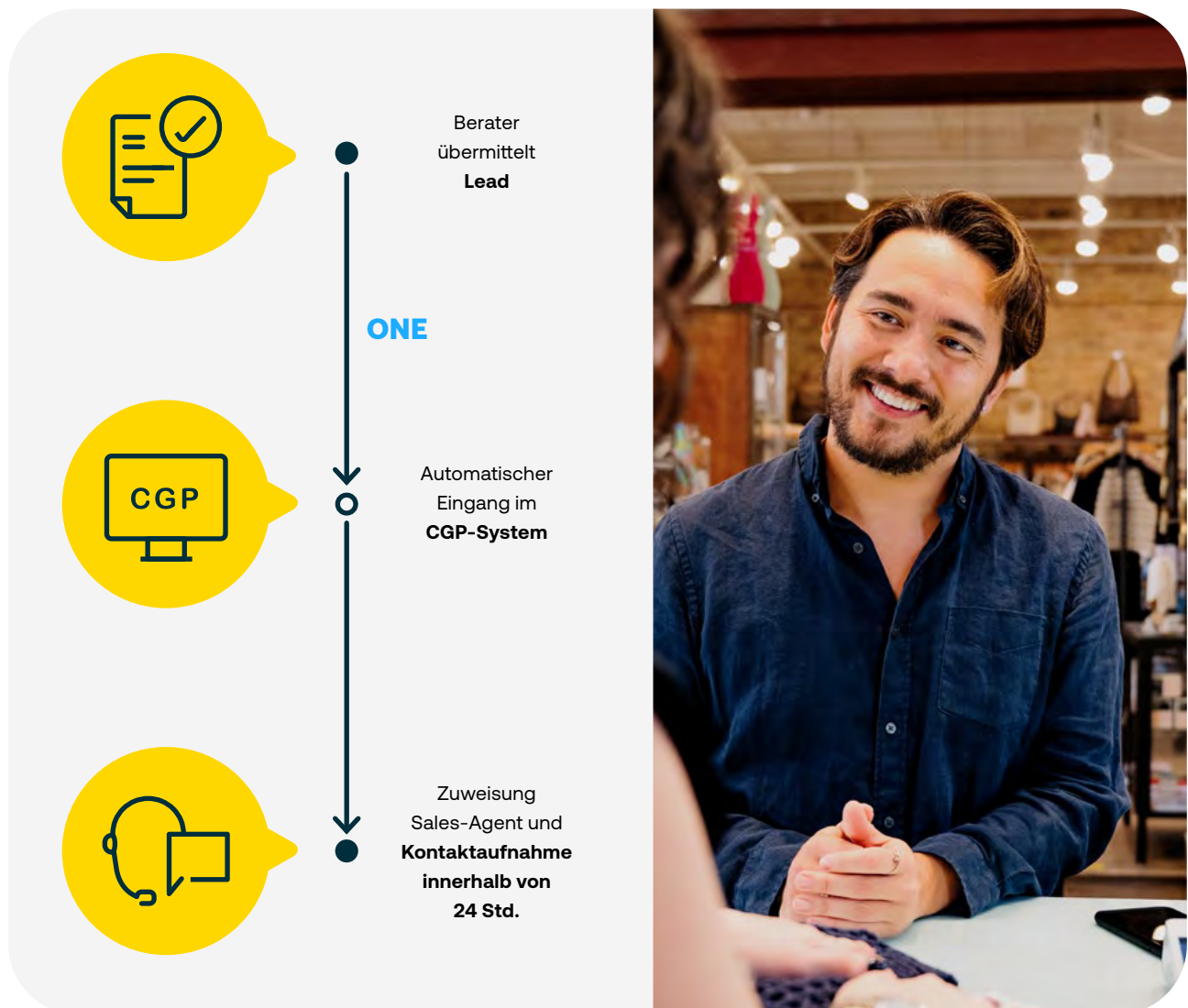
Fragt Eure Mollie-Kunden nach ihren Plänen im stationären Handel. Nutzt den Schritt von ‚online-only‘ zu Omnichannel: Mit uns bekommt der Kunde E-Com und POS aus einer Hand – mit klaren, gut nachvollziehbaren Preisen.

09


Ansprechpartner und Kommunikationskanäle

Eine enge Abstimmung und klare Kommunikationswege zwischen uns ist entscheidend, um Leads effizient zu bearbeiten und eventuelle Probleme schnell zu lösen. In diesem Abschnitt findet Ihr eine Übersicht der Ansprechpartner, Eskalationspfade und Kanäle für die Zusammenarbeit.

Allgemeiner Lead-Prozess



Zentrale Ansprechpartner & Kontakte:

Support-Art	Unterstützung bei	Besonderheiten	Kontakt
CGP Sales Team (Telesales Innendienst und Vertriebskoordination)	<ul style="list-style-type: none"> Allgemeinen Rückfragen zu Leads und Status-Update Abfragen, welcher Vertriebskollege einen Lead bearbeitet oder bei Bedarf Anliegen weiterleitet. 	Auch Ansprechpartner bei zeitkritischen Fällen	<p>+49 221 99577-700</p> <p>sales@commerz-globalpay.com</p> <p>Montag – Freitag 9:00 – 18:00 Uhr</p>
Lead-Support	Lead-Problemen, z.B. Kundenbeschwerden, dass kein Kontaktversuch seitens CGP stattgefunden hat	Wichtig, um Lead nicht zu verlieren	cbk.sales@commerz-globalpay.com (Bitte Lead-ID angeben)
Help Center	Fragen und Unsicherheiten rund um alle Produkte und zu Rechnungen	Videos und detaillierte Informationen, Kontaktformulare und FAQs	<p>help.commerz-globalpay.com</p> 
Customer Service/ Helpdesk	Fragen zum Vertrag oder den Paymentlösungen, auch mit 24/7-Notfall-Support bei technischen Ausfällen	Kontaktdaten können direkt an den Kunden herausgegeben werden oder Ihr ruft für den Kunden an	<p>+49 221 99577-555</p> <p>info@commerz-globalpay.com</p> <p>Montag – Freitag 8:00 – 17:00 Uhr</p>
Premium Support Task Force	<ul style="list-style-type: none"> Komplexen Themen, die speziell unsere gemeinsamen Premium-Kunden betreffen Prozessproblemen Drohender Unzufriedenheit oder Abwanderung der Kunden 	<ul style="list-style-type: none"> Erfahrene CGP Support-Mitarbeiter als Ansprechpartner Dokumentation aller Fälle und enge Abstimmung mit Vertrieb zur Optimierung 	<p>premium.support@commerz-globalpay.com</p>

09

Integration des Help Centers: Nutzungstipps

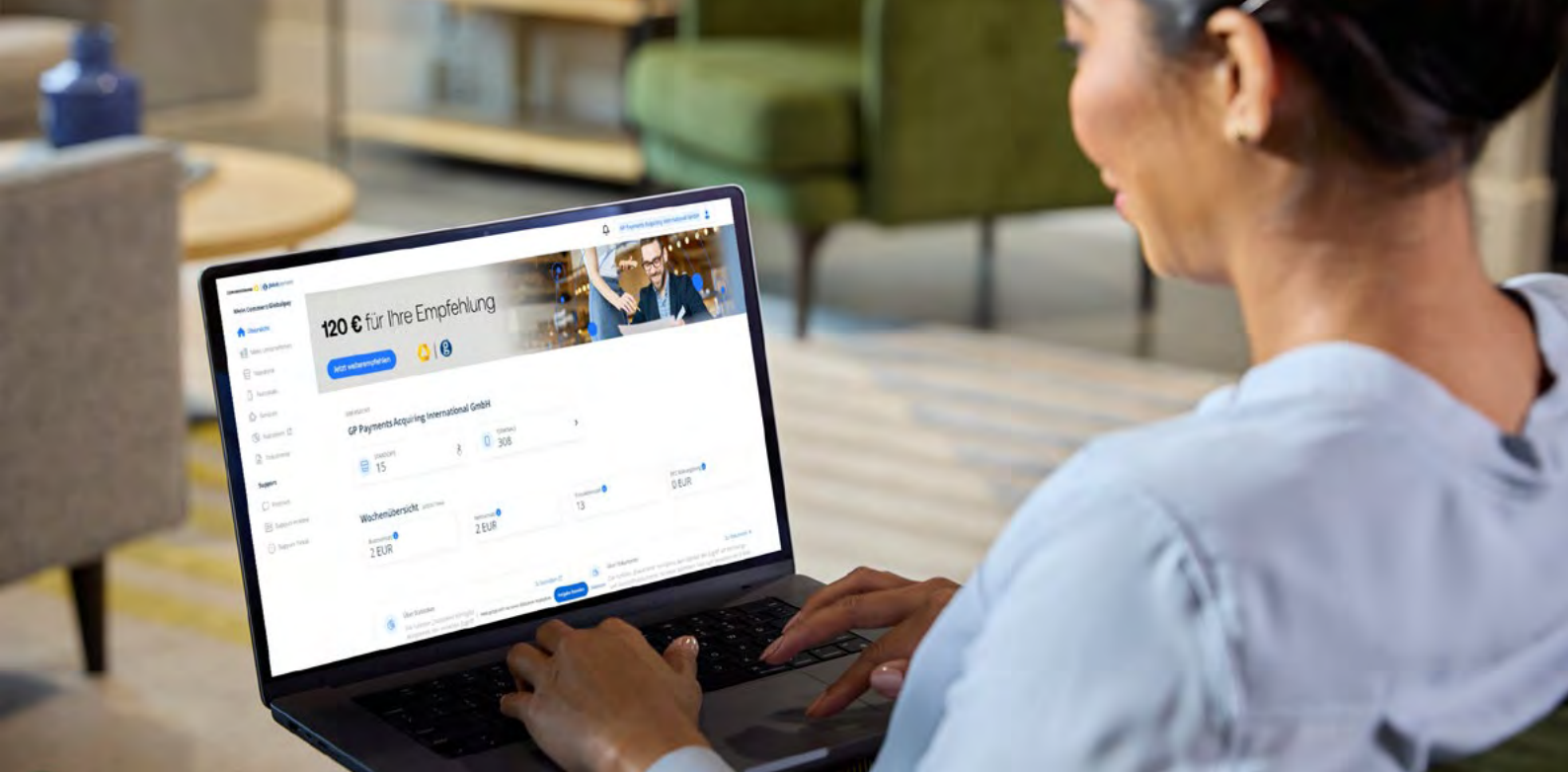
Das Help Center von Commerz Globalpay ist ein Online-Wissensportal, das alle wichtigen Informationen rund um unsere Lösungen bündelt. Ob häufige Fragen, Schritt für Schritt-Anleitungen oder How-to-Videos – das Help Center gibt unseren Kunden jede Menge Hilfestellungen.

Natürlich ersetzt das Help Center nicht unseren persönlichen Support. Aber es ist erste Anlaufstelle für viele Standard-Themen. Unser Kundensupport verweist ebenfalls häufig auf die dortigen Artikel, um Lösungen zu visualisieren oder für später bereitzustellen.

Zugriff und Aufbau



The screenshot shows the 'Help Center' page of the Commerz Globalpay website. At the top left, it says 'COMMERZBANK | @globalpayments'. On the right, there are links for 'Log in' and 'Registrierung'. A search bar is also visible. The main content area is titled 'Wie können wir Ihnen helfen?' and features a search bar. Below this, there is a 'Willkommen im Help Center' section with a 'Link kopieren' button. The 'Unsere Top-Themen' section lists three categories: 'Kassenlösung', 'Marketplace', and 'GP tom', each with a 'Hier weiterlesen' button. A sidebar on the left contains a menu with items like 'Terminal im Smartphone', 'Kartensegeräte', 'Kassenlösungen', 'Zusatzleistungen', 'Marketplace', 'Merchant Portal', 'Allgemeines', and 'Kontakt'.



Nutzung für Berater

- als **Nachschlagewerk** im Beratungsgespräch
- als **schnelle Hilfe**, falls ein Kunde im Beratungszentrum anruft, anstatt sich an Commerz Globalpay zu wenden
- als **zusätzliche Verbesserung** der Servicequalität

Beispiel 1

Ein Kunde fragt, wie er in der GP tom App einen zweiten Benutzer anlegt oder was er tun muss, wenn er das Handy wechselt. Solche Fragen lassen sich oft schneller im Help Center nachschlagen, als beim Support anzurufen. Das Help Center enthält konkrete Schrittfolgen und Screenshots, die Ihr dem Kunden sogar live weitergeben könnt.

Beispiel 2

Ein Commerzbank-Berater hat uns berichtet, dass er einem Händler gezeigt hat, wo er im Help Center in seinem Terminal eine Anleitung zum Einrichten der Trinkgeld-Funktion findet. Der Händler konnte das Feature selbst einrichten und war begeistert, das Problem ohne weitere Telefonate gelöst zu haben. Solche Erfahrungen stärken auch die Kundenzufriedenheit. Lasst uns das Help Center gemeinsam als integralen Bestandteil unserer Service-Strategie nutzen.

Tipp: Weist Eure Kunden aktiv auf das Help Center hin, insbesondere nach Vertragsabschluss. Dies fördert die Selbstständigkeit der Kunden und reduziert Supportanfragen.

Das Help Center ist öffentlich zugänglich, enthält aber keine vertraulichen Informationen. Ihr könnt es also unbesorgt Kunden weiterempfehlen.

10

Weitere Quellen und Hilfsmittel

(Welcome-Broschüre, Trainings, Produktseiten)

Neben diesem Playbook und dem Help Center gibt es eine Reihe weiterer Ressourcen, die Euch zur Verfügung stehen, um Euer Wissen zu vertiefen und die Kundenberatung zu unterstützen:



Welcome-Broschüre für Kunden:

Nach Abschluss eines Vertrages erhält jeder Neukunde eine digitale Willkommensmappe inklusive Welcome-Broschüre, welche die wichtigsten Schritte und Infos zusammenfasst. Darin enthalten sind z.B. eine Schnellstartanleitung (Installation, erste Zahlung, etc.

Ihr findet diese Materialien auch im Help Center unter „Allgemeines“ (help.commerz-globalpay.com/allgemeines).

Produktinfos und Demos:

Auf unserer Landingpage go.commerz-globalpay.com/bcb findet Ihr weitere, detaillierte Infos zu unseren Produkten wie z. B. kurze Produktvideos, Battlecards und Flyer. Viele dieser Materialien könnt Ihr an Kunden aus-händigen, andere (Battlecards) sind nur für die interne Verwendung gedacht.



Vertriebstrainings und Schulungen:

Wir bieten regelmäßig Schulungen an – teils als Webinare, teils vor Ort. Die Themen reichen von Produkteinführungen über Vertriebstaktiken bis hin zu technischen Abläufen.

Pro-Tipp: In Trainings erfährt man auch viel über die Praxis anderer Berater – das Networking und der Erfahrungsaustausch sind genauso wertvoll wie die eigentlichen Inhalte



Marketingmaterial für Kunden:

Stell sicher, immer ein paar aktuelle Flyer und Materialien zu haben. Auch Poster oder Aufsteller für Aktionen können wir Euch zur Verfügung stellen. Solche Materialien helfen Euch, im Kundengespräch etwas an die Hand zu geben. Alles, was offen auf unserer Website zugänglich ist, dürft Ihr natürlich frei verwenden.

Zusammenfassung: Greift gerne auf all diese Quellen zu! Sie sind dafür da, Euch tägliche Arbeitsprozesse zu erleichtern. Die Welcome-Broschüre zeigt, was der Kunde bekommt – so könnt Ihr ihn optimal darauf vorbereiten. Und die regelmäßigen Trainings und Meetings halten Euer Wissen frisch und die Zusammenarbeit lebendig. Indem wir Wissen teilen, werden wir gemeinsam besser.



Die Zukunft zahlt bargeldlos – sind Eure Händler bereit?

Die Statista-Infografik zeigt: Deutsche Finanzexperten gehen davon aus, dass in zehn Jahren vor allem EC-/Karten- und Smartphone-Zahlungen den stationären Handel prägen werden – Bargeld fällt deutlich zurück. Für Eure Beratung ist das ein starkes Argument, um Händlern zu zeigen: Wer heute nur „Mindeststandard“ anbietet, riskiert, morgen nicht mehr zu den Erwartungen seiner Kunden zu passen. Es lohnt sich also, jetzt in moderne Zahlverfahren zu investieren – und nicht erst zu reagieren, wenn die Kunden bereits abgesprungen sind.

Expertenschätzung: Am stärksten verbreitete Zahlungsmittel im stationären Handel in 10 Jahren



Quelle: Bitcom Research (Basis: Umfrage unter 102 Geschäftsführern/Vorstandsmitgliedern von Finanzunternehmen, Mehrfachantworten möglich)

