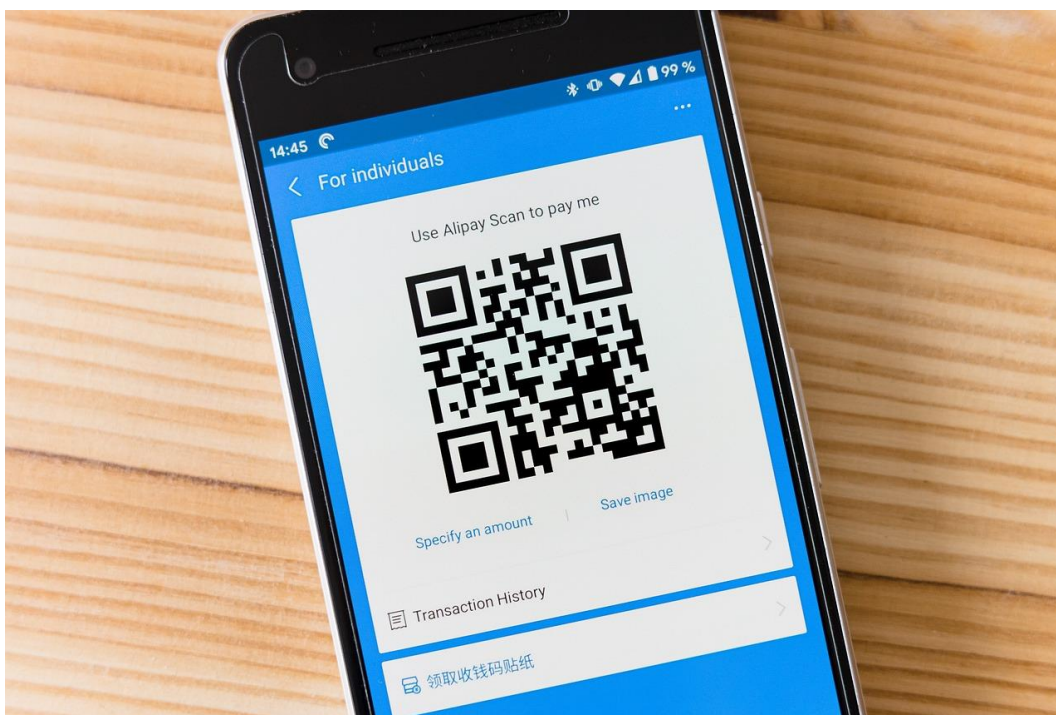




26.11.2024/Erfolgreich handeln/Infoblatt

Mit Alipay internationalen Kunden mobiles Bezahlen ermöglichen

Durch die Integration von Alipay können Händler eine zahlungskräftige Kundengruppe erreichen, die es gewohnt ist, per App über die Plattform zu bezahlen: Touristen und Geschäftsreisende aus China.



Alipay im Überblick

Alipay wurde 2004 von der Alibaba Group in China entwickelt und ist heute eines der global führenden Online-Bezahlsysteme. Ursprünglich für die Handels- und Kommunikationsplattform Alibaba geschaffen, hat sich Alipay mittlerweile zu einem umfassenden Finanz-Ökosystem entwickelt, das weit mehr als nur Online-Transaktionen ermöglicht. So bietet die App eine Vielzahl von Dienstleistungen, darunter Zahlungen im stationären Geschäft, Online-Shopping, Überweisungen und sogar Finanzprodukte wie Versicherungen und Investments. Mit über einer Milliarde Nutzern weltweit ist Alipay besonders in seinem Ursprungsland China weit verbreitet [1]. Dort liegt der Marktanteil von Alipay bei über 50 Prozent und damit noch vor dem Branchenkonkurrenten WeChat [2].

In Deutschland gibt es aktuell noch kein direktes Pendant zu Alipay, dafür existieren mehrere mobile Zahlungsdienste, die zumindest in Teilen ähnliche Funktionen anbieten, so z. B. Apple Pay, Google Pay und PayPal.

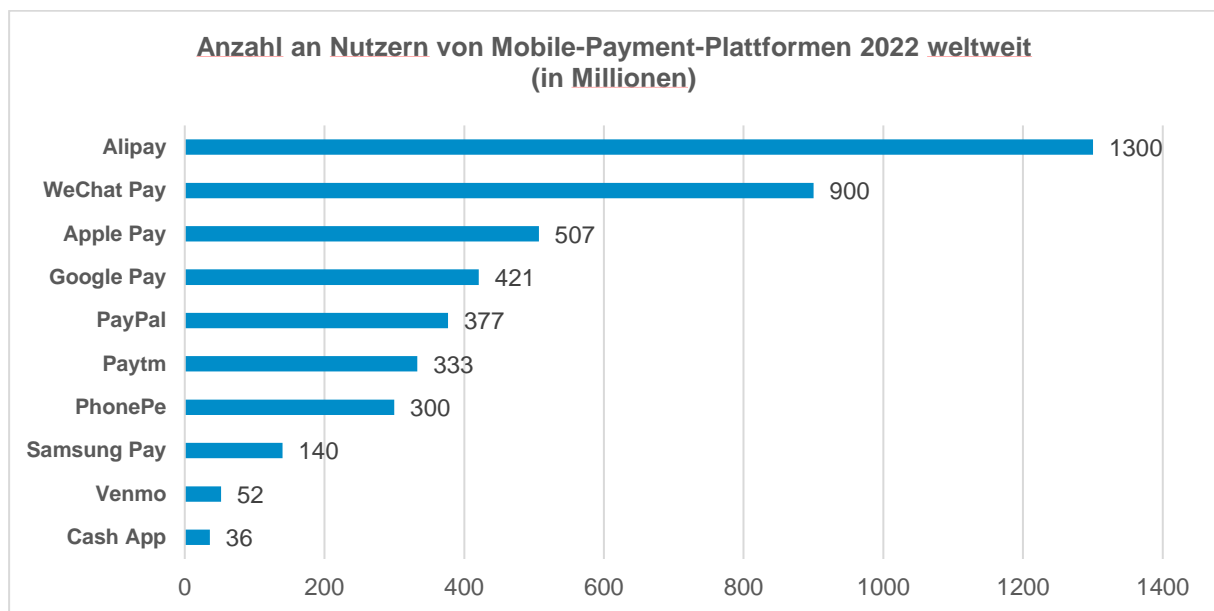


Abbildung 1: Nutzerzahlen auf Mobile-Payment-Plattformen [1]

Mobiles Bezahlen – was ist das überhaupt?

Unter mobilem Bezahlen – auch Mobile Payment genannt – versteht man die **Bezahlung von Waren oder Dienstleistungen über mobile Endgeräte** wie Smartphones oder Tablets. Dabei wird meist eine spezielle App verwendet, über die Zahlungen abgewickelt werden können, ohne dass Bargeld oder physische Kreditkarten nötig sind. Bekannte Beispiele hierfür sind Google Pay, Apple Pay und PayPal. Zudem bieten viele Banken, wie die Sparkassen oder die Volksbanken, eigene mobile Bezahlssysteme an.

Die Nutzung von Mobile Payment hat auch in Deutschland in den letzten Jahren deutlich zugenommen. In einer Bitkom-Studie aus dem Jahr 2024 gaben etwa 60 Prozent der Befragten an, dass sie zumindest hin und wieder ihr Handy oder ihre Smartwatch zum Bezahlen nutzen [3].

Vorteile für Händler durch den Einsatz von Alipay

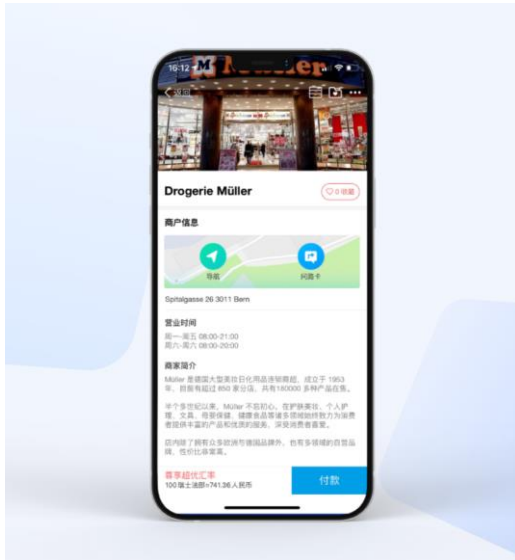


Abbildung 2: Filiale der Drogeriekette Müller im Storefinder der Alipay-App [6]

Auch wenn nicht davon auszugehen ist, dass Alipay den bereits auf dem deutschen Markt etablierten Anbietern in absehbarer Zeit den Rang ablaufen wird, bietet die Integration von Alipay auch deutschen Händlern interessante Möglichkeiten, um einen **neuen Kundenstamm** zu erreichen. Vor allem chinesische Touristen und Geschäftsreisende (sowie in Deutschland lebende Chinesen) nutzen bevorzugt mobile Bezahlösungen und insbesondere Alipay. Im Jahr 2023 verzeichnete Deutschland etwa 1,3 Millionen Übernachtungen chinesischer Gäste [4]. Allein auf den Freistaat Bayern entfielen dabei fast 400.000 Übernachtungen [5]. Indem Händler Alipay anbieten, erhöhen sie die **Attraktivität ihres Geschäfts** für diese Zielgruppe, zumal die App einen „**Storefinder**“ beinhaltet, der den Nutzern die Geschäfte in der Umgebung anzeigt, in denen mit Alipay bezahlt werden kann.

Zudem schätzen viele chinesische Nutzer Alipay als vertraute, schnelle und bequeme Zahlungsmethode, was zusätzlich die **Kundenzufriedenheit** steigern kann. So bieten beispielsweise mittlerweile rund zwei Millionen Händler in Japan die Bezahlungsmethode über Alipay an und tragen damit den Bedürfnissen von chinesischen Touristen Rechnung [7]. Die einfache Handhabung und die unmittelbare Bestätigung der Transaktionen in der App sorgen für ein **reibungsloses Einkaufserlebnis**. Dies kann langfristig dazu beitragen, die **Kundenbindung zu stärken** und **Wiederkäufe zu fördern**.

Ein weiterer Vorteil für Händler sind die potenziell **höheren Umsätze**. Untersuchungen zeigen, dass Kunden eher bereit sind, mehr auszugeben, wenn sie ihre bevorzugte Zahlungsmethode verwenden können [8]. Insbesondere bei Touristen aus dem chinesischen Raum können auch **spontane Einkäufe** gefördert werden, wenn das Bezahlen unkompliziert ist.

Können auch deutsche Kunden Alipay nutzen?

Für Kunden ohne chinesisches Bankkonto ist Alipay derzeit **nur eingeschränkt** in Deutschland nutzbar. Zwar können deutsche Nutzer Alipay hierzulande für Einkäufe auf chinesischen Plattformen wie AliExpress verwenden, doch hierbei muss eine internationale Kreditkarte (z. B. Visa oder Mastercard) mit dem Alipay-Konto verknüpft werden. Da Alipay primär auf chinesische Nutzer ausgerichtet ist, stehen die Funktionen in der App außerdem **aktuell nur in den Sprachen „Mandarin“ und „Englisch“** zur Verfügung.

Bezahlprozess über Alipay

Der Bezahlvorgang mit Alipay kann auf zwei verschiedene Weisen ablaufen: Zum einen können Händler im stationären Geschäft einen **QR-Code an der Kasse** generieren, den der Kunde mit seiner Alipay-App scannt – so wie es viele Nutzer z. B. schon vom Scannen einer Payback-Kundenkarte kennen. Nachdem dieser Code erfasst wurde, bestätigt der Kunde die Zahlung direkt auf seinem Smartphone. Zum anderen gibt es die Option, dass Kunden einen **Barcode auf ihrem Smartphone** aufrufen, der vom Händler gescannt wird.

In beiden Fällen wird die Transaktion innerhalb von Sekunden abgeschlossen; sowohl Kunde als auch Händler erhalten eine **Bestätigung in Echtzeit**. Zudem bieten viele gängige Shop-Systeme bereits vorgefertigte Schnittstellen zu Alipay an, sodass Online-Zahlungen auf Websites genauso einfach abgewickelt werden können wie im stationären Handel.

Alipay bietet dabei auch ein hohes Maß an **Sicherheit**. Alle Transaktionen werden zum Schutz der Kundendaten verschlüsselt [9]. Falls der seltene Fall eintritt, dass eine Zahlung fehlschlägt, weil Banken oder Zahlungsdienstleister diese nicht verarbeiten können (z. B. bei Abbruch der Internetverbindung), werden sowohl Kunde als auch Händler sofort benachrichtigt. Die Transaktion wird dann nicht abgeschlossen und es werden keine Gelder transferiert. Der Kunde kann daraufhin die Zahlung erneut initiieren oder eine alternative Zahlungsmethode wählen.



Abbildung 3: Scannen per Barcode durch den Händler am Point-of-Sale [10]

Implementierung von Alipay im Geschäft

Die Implementierung von Alipay im Geschäft erfordert ein paar technische Anpassungen. Ein wesentlicher Bestandteil der Integration ist die **Bereitstellung eines Systems, das QR-Codes erstellen und scannen** kann. Die meisten modernen Kassensysteme oder mobile Point-of-Sale-Geräte unterstützen diese Funktion bereits, sodass in der Regel keine umfangreiche technische Umrüstung erforderlich ist. Viele Zahlungsdienstleister bieten zudem eine Anbindung von Alipay an bestehende Systeme an und unterstützen Händler bei Fragen rund um die Einrichtung.

Neben der technischen Integration ist es außerdem wichtig, auch die eigene **Mitarbeiterschaft entsprechend zu schulen**. Dies umfasst eine Einführung in die Handhabung von Alipay-Zahlungen, das Erstellen und Scannen der QR-Codes sowie die Beantwortung gängiger Kundenfragen.

Sollte ein Händler Interesse daran haben, Alipay in seinem Geschäft zu integrieren, wäre der erste Schritt, sich an einen **zertifizierten Alipay-Dienstleister oder Partner** zu wenden, der ihn bei der Implementierung unterstützen kann. Diese Anbieter können ihm helfen, die notwendigen technischen Voraussetzungen zu schaffen und die Integration in sein bestehendes Kassensystem zu gewährleisten. Zudem stellt Alipay selbst eine Vielzahl an Informationen zur Verfügung, darunter FAQ-Seiten, Video-Tutorials und technische Dokumentationen, die Händlern bei der Lösung möglicher Herausforderungen helfen [11].

Gebühren und Abrechnungen

Alipay arbeitet mit einem **Gebührenmodell**, das mit anderen elektronischen Zahlungsmethoden vergleichbar ist. Die Gebühren fallen üblicherweise pro Transaktion an. Dabei ist die genaue Höhe der Gebühren abhängig vom **Zahlungsdienstleister**, der die Integration von Alipay für Händler abwickelt. Die Ant Group, als der zum Alibaba-Konzern gehörende Finanzdienstleister, der Alipay betreibt, gibt selbst keinen Endpreis für Händler vor. Details zu den Gebührenstrukturen, die oftmals nicht öffentlich einsehbar sind, können an der Implementierung von Alipay interessierte Händler direkt bei den Zahlungsdienstleistern anfragen.

Hier sind einige Beispiele für die **Gebührenstrukturen einiger Zahlungsdienstleister** beim Einsatz von Alipay in Deutschland (Stand: 25.11.2024):

Anbieter	Pauschale Gebühr pro Transaktion	Prozentuale Gebühr pro Transaktion	Prozentuale Gebühr bei Währungsumrechnung
Stripe [12]	0,25 €	2,9 %	2,0 %
Adyen [13]	0,11 €	3,0 %	-
Payrexx [14]	0,30 €	3,5 %	-

Die Beträge, die Kunden per Alipay zahlen, werden nach Abzug der Transaktionsgebühren direkt auf das Geschäftskonto überwiesen. Abhängig vom Zahlungsanbieter erfolgen diese Gutschriften innerhalb von bis zu drei Werktagen. Dadurch haben Händler schnellen Zugriff auf ihre Einnahmen. Alle Zahlungseingänge werden dabei transparent dokumentiert.

Marketing und Kundenansprache

Um das volle Potenzial von Alipay im stationären Geschäft sowie im Online-Shop auszuschöpfen, ist es wichtig, diese **Zahlungsmethode aktiv zu bewerben**. Sichtbare Hinweise im Laden wie Aufkleber oder Schilder mit dem Alipay-Logo machen Kunden darauf aufmerksam, dass sie hier mit Alipay bezahlen können. Besonders chinesische Touristen, die Alipay in ihrem Alltag häufig nutzen, fühlen sich **durch diese gezielte Ansprache direkt adressiert** und bevorzugen Geschäfte, die Alipay anbieten, möglicherweise gegenüber Wettbewerbern, die dies nicht tun.

Darüber hinaus kann die **Präsenz von Alipay auch online betont** werden, z. B. auf der eigenen Website oder in sozialen Medien. So können Händler das Vertrauen von Alipay-Nutzern gewinnen und sich als internationaler, kundenfreundlicher Anbieter positionieren.

Zudem haben Händler die Möglichkeit, spezielle **Werbeaktionen über Alipay anzubieten**. Alipay arbeitet oft mit Händlern zusammen, um exklusive Rabatte oder Angebote zu bewerben, die direkt in der App angezeigt werden. Solche Maßnahmen erhöhen die Sichtbarkeit der beteiligten Geschäfte und können so für zusätzliche Umsätze sorgen.

Händler, die Alipay in Deutschland bereits anbieten

Auch außerhalb Chinas wird die Zahlung über Alipay von immer mehr Händlern akzeptiert: Tripidi, ein



Abbildung 4: Werbebanner am Flughafen München für Alipay anlässlich der Fußball-EM 2024 [16]

Shop für hochwertige Kochutensilien und Haushaltswaren am Flughafen Frankfurt, implementierte das Bezahlssystem bereits 2015 als erster europäischer Einzelhändler [15]. Mittlerweile wird Alipay auch in zahlreichen anderen Geschäften in **Flughäfen** häufig als Bezahlmethode angeboten, da besonders hier viele chinesische Touristen unterwegs sind und die Wahrscheinlichkeit für **Impulskäufe** für gastronomische Angebote ebenso wie für **Luxusartikel** im Duty-Free-Bereich unter Zeitdruck hoch ist.

Mitte 2024 boten rund 400.000 Unternehmen in Europa Alipay als Bezahlmethode an [17]. In Deutschland zählen bereits einige namhafte Händler dazu, darunter die Drogeriemärkte **Rossmann** und **dm**, der Lebensmitteleinzelhändler **Aldi Süd** und die Kaufhäuser im Premiumsegment **Breuninger** und **Ludwig Beck**. Diese tragen dem Umstand Rechnung, dass Chinesen ihren Aufenthalt in Deutschland oft auch dazu nutzen, Qualitätsprodukte „Made in Germany“ einzukaufen, darunter neben Haushaltswaren besonders Mode und Pflegeprodukte [18].

Fazit

- Die Einführung von Alipay durch Händler bietet Vorteile, die über eine reine Zahlungsmethode hinausgehen: Händler öffnen sich einem internationalen Markt und erschließen gezielt die wachsende Gruppe der Alipay-Nutzer aus China.
- Indem Händler Alipay als Zahlungsoption anbieten, schaffen sie ein kundenfreundlicheres Einkaufserlebnis, das nicht nur die Zufriedenheit der Kunden steigert, sondern auch Ihre Verkaufszahlen positiv beeinflussen kann – insbesondere in Produktsegmenten, die bei chinesischen Besuchern beliebt sind.
- Die einfache Integration und Nutzung machen Alipay zu einer attraktiven Option für Händler, die ihre Zahlungslandschaft auch außereuropäisch internationalisieren möchten.
- Mit der wachsenden Beliebtheit von mobilen Bezahl Diensten wie Alipay sichern Händler sich zudem einen zukunftsorientierten Wettbewerbsvorteil.

Quellen

- [1] <https://techwireasia.com/2022/08/ten-years-later-alipay-is-still-the-most-popular-digital-wallet-in-the-world>
- [2] <https://www.enterpriseappstoday.com/stats/alipay-statistics.html>
- [3] <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mehrheit-zahlt-mit-Smartphone-Smartwatch>
- [4] <https://www.germany.travel/de/newsroom/blog-podcast/blog-detail-67849.html>
- [5] https://www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/service/dateien/presseblatt_tourismus_in_bayern_2023.pdf
- [6] <https://epay.de/alipay-ab-sofort-in-mueller-filialen-schweiz>
- [7] <https://finance.yahoo.com/news/alipay-connects-2-million-merchants-054200527.html>
- [8] <https://www.bundesbank.de/de/publikationen/berichte/studien/zahlungsverhalten-in-deutschland-2023-934826>
- [9] <https://www.checkout.com/blog/what-is-alipay>
- [10] <https://itwelt.at/news/bs-payone-stellt-mobiles-bezahlen-per-alipay-fuer-handel-hotellerie-und-gastronomie-vor>
- [11] <https://global.alipay.com/docs/integration>
- [12] <https://stripe.com/de/pricing/local-payment-methods>
- [13] https://www.adyen.com/de_DE/preise
- [14] <https://payrexx.com/alipay>
- [15] <https://www.airliners.de/chinesisches-alipay-flughafen-frankfurt/36980>
- [16] <https://www.businesswire.com/news/home/20240611079327/en/Alipay-Expands-Global-Merchants-Coverage-for-Partner-E-Wallets-in-UEFA-EURO-2024%E2%84%A2-Summer-Craze>
- [17] <https://www.e-commerce-magazin.de/alipay-erweitert-haendlerabdeckung-zur-fussball-em-in-europa-a-9a4f8ab1dcaef08c106b632e2416978>
- [18] <https://www.deutschland.de/de/topic/leben/die-vorlieben-chinesischer-touristen-in-deutschland>

Impressum

Herausgeber

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Geschäftsführung

Dr. Anja Peters, Dr. Georg Wittmann
Registergericht Amtsgericht Regensburg: Registernummer HR Regensburg B 5409

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt: Verantwortliche im Sinne des Presserechts und des Medienstaatsvertrages:

Dr. Anja Peters, Dr. Georg Wittmann,
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

www.erfolgreich-handeln.bayern
Tel.: +49 (0)941 788391-0
E-Mail: erfolgreichhandeln@ibi.de

Titelbild

Bild von [Markus Winkler](#) auf [Pixabay](#) [<https://pixabay.com/de/photos/alipay-mobile-payment-qr-code-5417262/>]

Text und Gestaltung

Susanne Dierl, Simone Sauerwein

Über das Projekt



Erfolgreich handeln

Das Projekt "Erfolgreich handeln", initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, bietet bayerischen Händlern praxisnahe und kostenfreie Informationsveranstaltungen, um sie bei der Bewältigung aktueller Herausforderungen zu unterstützen und somit deren Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig und zukunftsorientiert zu sichern.

Das vielfältige Veranstaltungsangebot in Form von Webinaren und Präsenz-Workshops reicht von Themen wie Online-Handel und Prozessoptimierung (z. B. Warenwirtschaftssysteme) bis hin zu Nachhaltigkeit (z. B. Energieeinsparung) und Kundenbindung. Um bestmöglich auf akute Bedarfe der bayerischen Händler eingehen zu können, können jederzeit eigene Themenwünsche angebracht werden.

www.erfolgreich-handeln.bayern

