

# Wer macht das Rennen?

VON STEFAN VOGLER

Der Beschluss zur Zusammenlegung der beiden Bezahl-Apps Twint und Paymit war der Startschuss zum Final um das Bezahl-system der Zukunft. Das iPhone von Apple, beziehungsweise dessen mobiles Zahlungssystem, macht Kredit- und Maestrokarten zwar nicht überflüssig, aber das Duopol von Visa und Mastercard gerät doch ziemlich unter Druck. Wer gegen einen Giganten wie Apple antreten will, braucht geballte Kraft. Es war deshalb nur logisch und klug, die Bezahl-systeme Twint und Paymit zu fusionieren

und ab Januar 2017 den Markt als Twint zu bedienen. Selbst damit ist noch vollkommen offen, ob sich hierzulande eine nationale oder globale Lösung durchsetzen wird. Letztlich führt der Weg auch bei dieser Produktentscheidung hauptsächlich über die Marke und deren Verfügbarkeit am Markt.

Blieben wir bei der Marke. Am 29. September 2016 wurde für Twint eine neue Wort-bildmarke ins Schweizer Markenregister eingetragen (siehe Logo). Wie oft bei Fusionen zweier Marken wurde auch bei Twint versucht, den



Wiedererkennungsbe-sitzstand beider Logos zu wahren. Twint steuerte den Namen, den Schrift-zug und das Symbol bei, während die Farben Rot/Blau aus dem Buchstaben «y» des Paymit-Logos stammen und mit dem Postfinance-Gelb ergänzt wurden. Auf der Strecke blieb vor allem das auffällige Grün von Twint, das neben so mancher Kasse im Detailhandel

Signalwirkung erzeugte. Bei Redaktionsschluss wurde die Verwendung des neuen Logos noch nicht bestätigt, dessen Einführung ist aber sehr wahrscheinlich.

Der Kampf um die Kunden muss aus Mar-kensicht mit ungleich langen Spiessen geführt werden. Auf der einen Seite steht Apple mit dem iPhone und die gemäss neuestem Inter-brand-Ranking mit 178 Milliarden US-Dollar wertvollste Marke der Welt und einem globalen mobilen Zahlungssystem. Demgegenüber steht die junge, schweizerische Marke Twint, welche nur schon in der Bekanntheit massiv zulegen muss. Die meisten «Apple-Jünger» werden

wohl auch für das mobile Zahlen ihr Leib-produkt bevorzugen. In Twint steckt «win» – ob Twint gewinnt, wird sich bald weisen. Vielleicht gewinnen beide Bezahl-apps, denn in Twint steckt ja auch «twin».

STEFAN VOGLER



Der Autor berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.  
www.markenexperte.ch

Anzeige

## Damit jede Rechnung ankommt

**ADRESSQUALITÄT ONLINE ÜBERPRÜFEN** Mit korrekten Kundenadressen lässt sich viel Geld sparen. Denn Rechnungen und Werbefriefe, die ihre Empfänger nicht erreichen, lösen unnötige Kosten aus. Mit der Dienstleistung «Adresspflege Online» macht es die Schweizerische Post den Firmen leicht, ihre Adressstämme aktuell zu halten.

**M**eyer statt Meier: Rasch schleicht sich ein solcher Fehler in den Kundendaten ein. Sofern die Adresse stimmt, kommt der Brief mit dem falsch geschriebenen Namen zwar an. Aber er wirft kein gutes Licht auf den Absender und seine Arbeitsqualität.

Noch gravierender wirken sich falsche Adressen aus. Wenn ein Kunde seinen Umzug nicht meldet und ihn daher eine Rechnung nicht erreicht, muss die neue Adresse zuerst abgeklärt werden und es fliesst lange kein Geld. Ein weiteres Beispiel: Bei einer mangelhaften Adressqualität löst selbst der originellste Werbefrief nur wenige Bestellungen aus, sondern vor allem Kosten und viele Retouren.



**So kommt Post gut an: Die Dienstleistung «Adresspflege Online» macht es einfach, Kundenadressen aktuell zu halten und unnötige Kosten durch Retouren zu senken.**

### KONTROLLE PER MAUSKLICK

Den eigenen Adressstamm aktuell zu halten, ist bei jährlich rund 400 000 Umzügen in der Schweiz allerdings eine echte Herausforderung. Nun schafft die Post mit ihrer Dienstleistung «Adresspflege Online» Abhilfe. So können Firmen schnell und einfach bis 300 000 Adressen kontrollieren und auf Wunsch bereinigen.

Dabei genügt es, den Adressstamm mit dem Online-dienst hochzuladen. Die Post meldet kostenlos zu-

rück, wie viele Adressen nicht korrekt sind. Zusammen mit der detaillierten Analyse erhalten die Nutzer eine Offerte für das Bereinigen aller fehlerhaften Adressen. Sind sie damit einverstanden, erteilen sie der Post den Auftrag per Mausclick. Kurz darauf treffen die bereinigten Adressdaten ein und sind bereit für den nächsten Postversand.

«Adresspflege Online» ist nur eine von vielen Dienstleistungen des Kompetenzzentrums Adressen der Post. Alle Services rund um Adresspflege und -verwaltung sind auf einer einzigen Plattform zu finden: [www.post.ch/adresspflege](http://www.post.ch/adresspflege)

### BEI ADRESSEN DIE NUMMER EINS

Als einziges Unternehmen der Schweiz kennt die Post jeden Briefkasten und jedes Postfach. Sie handelt aber nicht mit Adressen und verkauft sie auch nicht. Vielmehr sollen die Dienstleistungen der Post rund ums Adressmanagement den Schweizer Firmen ermöglichen, ihre bereits bestehenden Adressen aktuell zu halten.