Wien, 16. März 2016

**Presseinformation**

**Klarna hat das Ohr am Kunden**

**Europas führender Zahlungsanbieter im E-Commerce geht neue Wege in der Produktentwicklung**

**Neue Services und Features im E-Commerce, die heute noch euphorisch von Kunden angenommen werden, sind morgen bereits Standard. Das stellt nicht nur Onlinehändler beim konsequenten Update ihrer Webshops vor große Herausforderungen. Auch Dienstleister und Partner der Shop-Betreiber müssen laufend Verbesserungen liefern. An die Stelle ständig neuer Updates wird bei Klarna jede Neuerung automatisch beim Händler eingespielt ohne Unterbrechung seines Geschäftsprozesses und kann so dem User unmittelbar zur Verfügung gestellt werden kann. Das kann den Umsatz enorm steigern.**

Wien: Man ist gewohnt Neuerungen in der digitalen Welt stets mittels update herunterladen zu müssen. Oftmals sind diese Icons auch versteckt und man vergisst auf die Aktualisierung. Gerade im E-Commerce ist das aber ein großer Nachteil. Klarna, Europas führender Zahlungsanbieter für E-Commerce geht hier andere Wege. „Denn der stets optimierte Zahlungsbereich ist einer der wesentlichsten Umsatzbringer im E-Commerce“, erklärt Christian Renk, Geschäftsführer von Klarna Austria GmbH. Was nutzt ein voller Einkaufskorb, wenn der potenzielle Kunde aufgrund eines unübersichtlichen oder komplizierten Zahlungsbereichs schlussendlich nicht kauft. Diese Abbruchrate“, so Renk „liegt bei der Nutzung von mobilen Geräten bei über 85 Prozent! (lt. GFK Studie), vor allem weil der Zahlungsbereich nicht optimal eingerichtet ist“.

**Klarna hat das Ohr am Kunden**

Wer den Klarna -Checkout implementiert hat, hat nicht nur alle gängigen Zahlungsvarianten, inklusive der beliebtesten- dem Kauf auf Rechnung- sondern braucht sich um Updates nicht zu kümmern. Denn Klarna hat das Ohr stets am Kunden. „Wir hören genau zu, was uns Händler und deren Kunden, aber auch User-Tests und Datenanalysen an Feedback liefern. Daraus entwickeln wir neue Ideen und setzen diese so um, dass der Händler sich nicht um das Update kümmern muss. Denn die Implementierung wird automatisch eigespielt. So wurde vor Kurzen in den Zahlungsbereich des Klarna-Checkouts ein weiterer Kreditkartenanbieter aufgenommen. Automatisch wird dieser für alle Händler freigeschaltet. Der Händler muss sich nicht mit der Kreditkartenfirma auseinandersetzen, er bezahlt stets nur eine Gebühr, nämlich jene, die er mit Klarna vereinbart hat. Für Endkunden z.B. wurde die Remember-me Funktion für mobile Endgeräte eingeführt. „Über Cookies werden wiederkehrende Kunden erkannt und deren Daten automatisch in die Felder eingetragen. Schon bisher mussten sie - nach einmaliger Hinterlegung der Rechnungsadresse - für jeden weiteren Einkauf über den Klarna Checkout nur Eingaben wie Postleitzahl und E-Mail-Adresse tätigen. Jetzt können sie mit nur einem Klick ihren Einkauf abschließen“, meint Renk und ergänzt: „alleine dieses Neuerung brachte eine Steigerung der Konversionsrate von beinahe 30 Prozent.“

„Das ist Service am Kunden“ ist Renk überzeugt. Und der Erfolg gibt ihm Recht,

**Agile Transformation anstelle ständig neuer Updates**

Klarna arbeitet bei seiner Produktentwicklung nach dem Prinzip „agiler Transformation“. Dieser Begriff kommt ursprünglich aus dem Change Management in größeren Unternehmen und beschreibt die Gewährleistung des sicheren und reibungslosen Ablaufes der Geschäftsprozesse auch dann, wenn im Hintergrund parallel an Umstrukturierungen gearbeitet wird. D.h. wann immer Klarna in seinen Checkout eine Optimierung vornimmt, wird diese automatisch eingespielt ohne jede Unterbrechung des Geschäftsprozesses des Online-Händlers und kann so dem User unmittelbar zur Verfügung gestellt werden.

**Foto*s:***

Christian Renk, Geschäftsführer Klarna Austria GmbH

Copyright: Klarna, Fotograf: Richard Tanzer

**Rückfragen:** Mag. Karin Keglevich-Lauringer

Special Public Affairs GmbH

Tel: +43-(0)1-5322545-10, Mobil: +43 (0)664 3380834

Email: [keglevich@spa.co.at](mailto:keglevich@spa.co.at)

***Über Klarna***

*Klarna ist der führende europäische Zahlungsanbieter im E-Commerce und eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen Europas. Die Klarna Group beschäftigt über 1.400 Mitarbeiter, ist in 18 Märkten aktiv und arbeitet mit mehr als 65.000 Händlern zusammen. Über 45 Millionen Online-Shopper nutzen die Services der Klarna Group, deren Ziel es ist, die weltweit beliebteste Art zu werden, einzukaufen.*

*Weitere Informationen finden Sie unter* [*www.klarna.com/at*](http://www.klarna.com/at)