

DAS REGIONALE
LIFESTYLE-MAGAZIN

gourmet

REZEPTE VON
TOBIAS REHBERGER
SWEET ART

portraits

CLAUDIO MICHELE MANCINI
JEFF KOONS
CAMERON CARPENTER

travel

KUNSTVOLLES
EUROPA

events

TOP LOUNGE
GOLF SOMMER
MUSIK FESTIVAL

art

FOTOSTRECKE
ANNA SKLADMANN
DIE STÄDELSCHULE
YVES SAINT LAURENT

business

IST KUNST = KAPITAL?

Kunst & Macher

imagine!

Ausgabe 3 · 27. Jahrgang
Herbst 2012 · 7,00 €



„Ich möchte kein Banker sein, sondern ein Nice Guy.“



Glück ist bezahlbar!

Bequem online shoppen. Das tun mittlerweile 85 Prozent aller Internet-User. Dennoch fühlen sich beim Bezahlen gerade mal 61 Prozent davon sicher. Und auch viele Händler sind nach wie vor skeptisch oder unzufrieden in Sachen E-Commerce-Bezahlsystemen. „Das A und O, um beide Seiten glücklich zu machen, ist der Service“, sagt **Andy Khawaja**, CEO von **Allied Wallet**, einem der weltweit führenden Anbieter für Online-Zahlungsdienstleistungen.

Opernturm Frankfurt, 16. Stock. Bevor er den Konferenzraum betritt, hören wir Andy Khawajas Lachen. Sonnengbräunt, in dunklen Jeans und einem sportlichen Canali-Jackett im Blau seiner Augen tritt er uns entgegen und fragt zuallererst, wie es uns geht. „Gute Laune“, so der smarte Geschäftsmann, der gerade erst aus Saint Tropez angereist ist und quasi im Flieger und Hotel wohnt, „ist das allerwichtigste, um immer hundert Prozent zu geben. Für mich ist, was ich mache, kein Job, sondern ein Hobby.“

Kleiner Preis, große Wirkung

Erstaunlich, wie erfolgreich man mit Spaß werden kann, denken wir, als wir die wichtigsten Fakten über das Unternehmen erfahren: Das Ziel ist es, den Kunden sichere und innovative Zahlungsdienstleistungen zu kleinsten Preisen sowie den bestmöglichen Service anzubieten. Mit einem mehrfach ausgezeichneten Payment Gateway, einem Maximum an Sicherheit (Level 1 PCI DSS-Compliance) und einem stets verfügbaren Kundenservice. Allied Wallet, gegründet 2002 und mit Standorten rund um den Globus, hat mittlerweile etwa 35 Millionen Kunden und akzeptiert weltweit Zahlungen in 164 Währungen – übrigens ohne Konvertierungsrate! Ganz gleich, wie groß bzw. klein ihr Unternehmen ist, haben Händler die Möglichkeit, mit den Payment-Lösungen von Allied Wallet ins Online-Business einzusteigen. Schnell und unkompliziert – innerhalb von weniger als 24 Stunden. „Und das mit einem erheblichen Mehrwert“, sagt Andy Khawaja.

Der Kunde als Freund

„Anders als bei anderen Anbietern erhalten sowohl Onlineshop-Kunden als auch Händler einen umfassenden Support. Für uns sind unsere Kunden Freunde. So landet niemand mit Fragen in einer anonymen, kostenpflichtigen Hotline, sondern spricht mit einem unserer kompetenten Mitarbeiter.“ Und es ist auch nicht unüblich, dass Händler, die neu im Online-Geschäft sind, von Allied Wallet

bei der Gestaltung ihrer Webseite unterstützt werden und wertvolle Tipps erhalten, wie sie ihren Internet-Shop kundenfreundlich gestalten. Kunden wiederum nutzen den Vorteil, dass sie bei Storno oder Rückgabe der bestellten Ware nicht mit Gutschriften abgespeist werden, sondern das Geld umgehend auf ihr Konto zurücküberwiesen wird. „Den allerwichtigsten Pluspunkt jedoch verrät bereits unser Name“, erklärt Andy Khawaja. „Denn wir bieten mehr als nur ein sicheres und einfaches Bezahlssystem: Unsere Händler bekommen Zugang zu den 35 Millionen eWallet-Nutzern weltweit. Und diese wiederum profitieren von der Vielfalt an Angeboten im Web. Eine Verbund der Briefaschen, Allied Wallet.“

Nice Guy statt Banker

Andy Khawaja kommt ursprünglich aus dem Retail-Business, liebt Mode und Lifestyle und erkannte früh, „als Ebay startete“, welche große Rolle das Internet spielen würde. „Mir wurde schnell klar, dass bestellen und bezahlen für viele zu kompliziert und zu risikoreich war. Ich selbst merkte das auch. Also tat ich mich mit ein paar genialen Programmierern zusammen und ließ sie meine Wünsche als Händler und Kunde in ein System integrieren, das verständlich, sicher und einfach ist. Shopping soll Spaß machen und nicht Kopfzerbrechen bereiten.“ Außergewöhnlich wie seine steile Karriere ist auch Andy Khawajas Führungsstil: Die Standorte für die weltweiten Dependancen von Allied Wallet hat er bewusst an exponierten Plätzen und nicht „in öden Finanzdistrikten“ wie beispielsweise am Sunset Boulevard in L.A. oder am Trafalgar Square in London gewählt. „Deshalb wollte ich auch unbedingt in den Opernturm. Ein neues, ausdrucksstarkes Gebäude, charakteristisch für die Metropole Frankfurt und mitten im Leben. Man blickt auf die Skyline, auf die Alte Oper, auf all die Menschen, die in Frankfurt leben, arbeiten, einkaufen. Ich mag Orte, an denen was los ist. Auch touristische Plätze. Ich möchte kein Banker sein, sondern ein Nice Guy.“ Und so lässt sich Mister Nice

Guy auch schon mal Kundenanrufe auf sein Handy umleiten – welcher CEO würde so etwas schon tun? Zudem legt er größten Wert darauf, dass jeder einzelne seiner Mitarbeiter glücklich mit seinem Job ist – vom Buchhalter bis zur Führungskraft. „Den Big Boss mit übersteigertem Ego zu spielen – das ist nicht gut fürs Geschäft“, sagt er und erklärt, was er anders macht: Zum Beispiel gibt es bei uns alle sechs Monate ein Gewinnspiel für alle Mitarbeiter, bei dem sie Preise wie Reisen nach Hawaii oder Mexiko gewinnen können. Auch unternehmen die Teams viel gemeinsam, gehen fischen oder Football spielen. Jeden Freitag sind alle zum Lunch eingeladen. „We kill our staff with kindness“, lacht Andy Khawaja und erinnert sich an einen Angestellten, dessen Tochter sehr krank war. Statt ihm den erbetenen unbezahlten Urlaub zu gewähren, gab ihm Khawaja so lange frei wie nötig und schickte die Familie danach in Urlaub – auf Firmenkosten. „Bei mir ist niemand bloß eine Nummer. Meine Mitarbeiter sind meine Familie. Deshalb beteilige ich sie auch am Erfolg unseres Unternehmens: Wenn wir wachsen, wachsen auch die Gehälter, und nach 12 Monaten bei Allied Wallet erhalten Mitarbeiter Firmenaktien. Es ist ihr Unternehmen.“ Wie gesagt: Erstaunlich, aber äußerst erfolgreich, wenn man bedenkt, dass Allied Wallet während der Bankenkrise immer weiter gewachsen ist. „Weil wir nett sind“, ist Andy Khawajas simple Erklärung. „Und weil ich fest daran glaube, dass alles, was man sich vornimmt, wahrwerden kann, wenn man sich treu und stets menschlich bleibt.“ Und was hat sich der Selfmade-Man als nächstes vorgenommen? „Ich arbeite an einem sozialen Netzwerk, einer Mischung aus Facebook und Ebay. Dar- aus soll die größte Shopping-Mall der Welt werden.“ Wir sind gespannt. Denn was er sich vornimmt, das schafft Andy Khawaja auch: „The world is too small for me. I want to dominate the web.“

nr ■

www.alliedwallet.com
