

Paysafecard: vom Prepaid-Trend profitiert

Von Michael Müller



Seit 2000 ist die Paysafecard als erste Prepaid-Karte für den E-Commerce am Markt. Verließ die Entwicklung anfangs noch schleppend, kann das Geschäft seit 2004 vom einsetzenden Prepaid-Trend profitieren. Hauptgrund für den Erfolg sind nach Einschätzung von Michael Müller die Sicherheitsängste vieler Verbraucher beim Zahlen im Internet ebenso wie die gerade in Deutschland vergleichsweise geringe Verbreitung von Kreditkarten. Im Vergleich zur Kreditkarte auch in der Prepaid-Variante ist die Paysafecard eher in einer Nische positioniert: Als Zahlungsmittel für kleinere Beträge kommt sie vor allem für kostenpflichtige Inhalte zum Einsatz. Red.

Im Internet Zahlungen vorzunehmen, gehört für die meisten Menschen heutzutage zum Alltag. Über zwei Drittel der Deutschen zählen bereits zur Gruppe der Online-Shopper, Tendenz steigend. Was viele Internetnutzer jedoch immer wieder von Transaktionen abhält, ist die Wahl des Zahlungsmittels. Bei der Angabe persönlicher Bankdaten haben viele Verbraucher ein ungutes Gefühl, verstärkt durch die wachsende Zahl an Betrugsfällen, die in den letzten Jahren bekannt geworden sind. Laut einer Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach von 2007 verzichteten 31 Prozent der Befragten häufiger

auf Bestellungen im Internet aus Angst vor Datenmissbrauch.

Die Wahl des Online-Zahlungsmittels ist eine Frage des Vertrauens. Bekanntheit und Zuverlässigkeit sind ausschlaggebende Kriterien. Wie groß die Risiken einer Online-Transaktion sind, ist für den Käufer jedoch meist schwer abzuschätzen. Aus dieser Unsicherheit heraus, wird etwa ein Drittel aller begonnenen Kaufaktionen abgebrochen. Dies ist für beide Seiten, Konsumenten wie Online-Shops, ein verbesserungswürdiger Zustand – vor allem mit Hinblick darauf, dass sich das Vertrauen der Käufer weiter verschlechtert. Laut Allensbach-Studie befürchteten 2005 50 Prozent der Befragten, dass persönliche Daten im Internet nicht geschützt sind. 2007 waren es, bei der gleichen Umfrage, bereits 54 Prozent.

Alternative Zahlungsmittel im Trend

Aus diesem Grund setzen immer mehr Anbieter von kostenpflichtigen Internetangeboten auf alternative Zahlungsmittel, die einen größeren Schutz vor Datenmissbrauch gewährleisten sollen oder komplett

auf die Angabe persönlicher Bankdaten verzichten. Besonders wichtig bei der Wahl des Zahlungsmittels sind Käufern beispielsweise die anfallenden Kosten, eine einfache Handhabung und der Zeitpunkt der finanziellen Belastung, Stichwort Kostenkontrolle.

Die Angabe persönlicher Daten spielt eine immer größer werdende Rolle hierbei. Eine aktuelle Umfrage von 2008 der Ibi Research belegt, dass die Angst vor Datenmissbrauch der Hauptgrund ist, warum potenzielle Kunden vor dem weit verbreiteten Lastschriftverfahren zurückschrecken würden. Viele Shopping-Angebote im Internet, insbesondere internationale, fordern die Zahlung per Kreditkarte. So wird jedoch eine beträchtliche Zahl an Konsumenten vom Kauf abgehalten, da gerade in Deutschland viele Verbraucher keine Kreditkarte besitzen. Laut Ibi Research besitzen 49 Prozent der konsumfreudigen Gruppe der 18- bis 25-Jährigen keine eigene Kreditkarte, 30 Prozent haben keinerlei Zugang zu einer Kreditkarte. Generell hat sich die Kreditkartennutzung in Deutschland nicht im gleichen Maße durchgesetzt wie beispielsweise in Großbritannien oder den USA. Viele Deutsche sehen eine eigene Kreditkarte nicht als Notwendigkeit an oder haben nicht genügend Vertrauen in die Sicherheit des Systems.

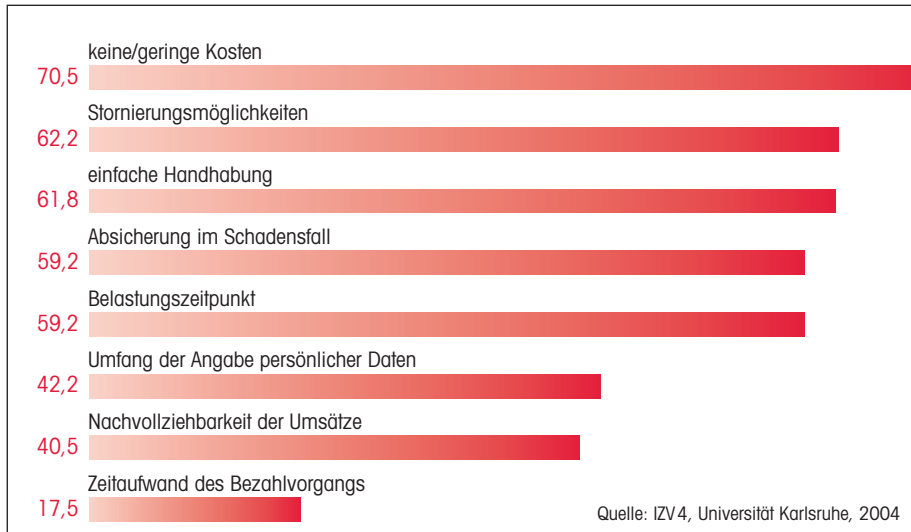
Die Implementierung alternativer Zahlungsmittel dient daher primär der Ge-

Zum Autor

Michael Müller ist CEO der paysafecard.com Wertkarten AG, Wien.

Abbildung 1: Nach welchen Kriterien wählen Sie eine Bezahlmethode aus?

(Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



winnung von neuen Kunden, die anderweitig auf Online-Käufe verzichten würden. E-Payment-Lösungen, die ohne Angabe persönlicher Bankdaten funktionieren, sorgen dafür, dass deutlich weniger Online-Transaktionen abgebrochen werden.

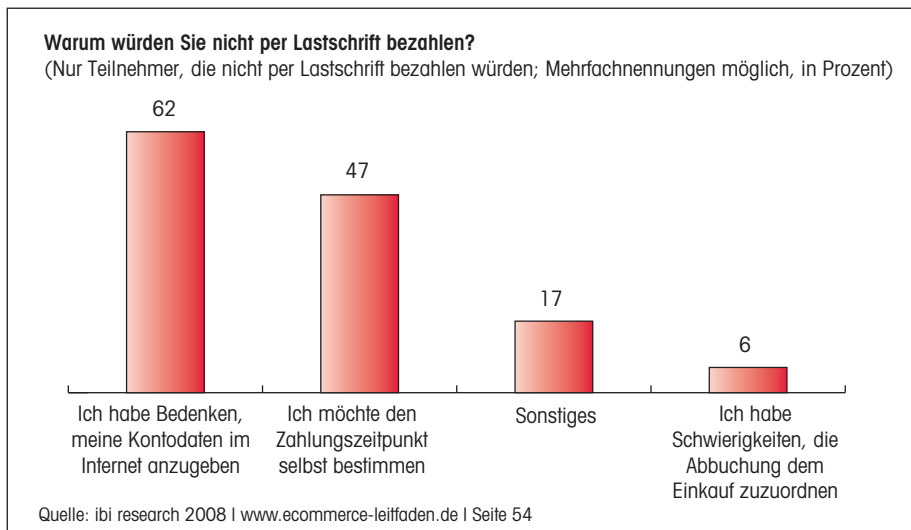
Der Markt für sichere Prepaid-Systeme hat gerade im vergangenen Jahr ein enormes Wachstum erfahren. Gründe dafür liegen sowohl im steigenden Bewusstsein für die Risiken der Datenpreisgabe als auch in der voranschreitenden Expansion einzelner Anbieter, deren Service für Händler und

Konsumenten so zunehmend attraktiv wird.

Trendsetter im Prepaid-Markt

Paysafecard wurde bereits im Jahr 2000 in Deutschland und Österreich gegründet und war der erste europäische Anbieter einer bankenrechtlich genehmigten Prepaid-Karte zum Bezahlen im Internet. Die Gründer des Unternehmens haben frühzeitig das Defizit im E-Payment-Portfolio von Webshops entdeckt und daher ein

Abbildung 2: Ein Haupthindernis für Lastschrift-Zahlungen ist die Angst vor Missbrauch der Kontodaten



Produkt entwickelt, das diese Lücke schließt. Damit wurde Nutzern der Zugang zu kostenpflichtigen Online-Angeboten verschafft, die weder eine Kreditkarte noch ein eigenes Konto besitzen oder die es ablehnen, persönliche Bankdaten im Internet preiszugeben. Das Prepaid-System stellt damit die ideale Ergänzung zu herkömmlichen Zahlungsmethoden dar.

Im Unterschied zu Prepaid-Kreditkarten, bei denen die Zahlung ebenfalls im Vorhinein, also vor der eigentlichen Transaktion, getätigt wird, erfordert die Guthabekarte keinerlei Nutzeridentifikation, das heißt die finanzielle Privatsphäre bleibt vollkommen geschützt. Es besteht außerdem keine Verbindung zu einem Bankkonto. Während die meisten Prepaid-Kreditkarten über ein Bankkonto aufgeladen werden, entspricht Paysafecard vielmehr dem Prinzip von Bargeld fürs Internet.

Die Funktionsweise ist äußerst einfach: Der Nutzer besorgt sich die Prepaid-Karte im Wert von 10, 25, 50 oder 100 Euro bei einer der zahlreichen Verkaufsstellen. Vertriebspartner in Deutschland sind unter anderem zahlreiche Tankstellenketten, Lotteriemärkte und Drogeriemärkte. Bei der Online-Zahlung im Web-Shop gibt der Nutzer lediglich den 16-stelligen PIN-Code der Karte ein und die Transaktion ist perfekt. Da keinerlei personenbezogene Daten übermittelt werden, ist Bezahlen mit Paysafecard zu 100 Prozent sicher und so einfach als wäre es Bargeld. Durch das Prepaid-System behält der Verbraucher darüber hinaus den Überblick über seine Ausgaben und ist davor geschützt, sich durch Bestellungen im Internet zu verschulden.

Deutschland ist der größte Markt

Das Konzept konnte im Payment-Markt schnell Fuß fassen. Die Anbindung von Vertriebs-Partnern lief kontinuierlich gut, ebenso wie die Expansion in andere Länder. Paysafecard ist aktuell in 11 Ländern

aktiv (Deutschland, Österreich, Schweiz, Spanien, Portugal, Großbritannien, Griechenland, Slowakei, Slowenien, Belgien, Niederlande), in denen Internet-User die Guthabekarte bei insgesamt 105 000 Verkaufsstellen erwerben können. Mit 52 000 Verkaufsstellen verfügt Deutschland mit Abstand über das dichteste Netz an PoS-Outlets und stellt für Paysafecard den deutlich größten Markt dar.

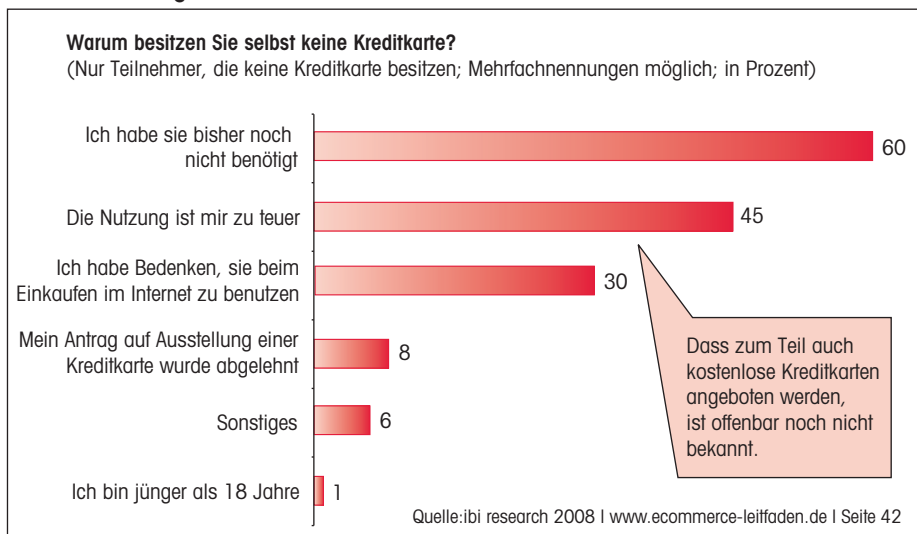
Auch die Auswahl an Webshops, die die Zahlungsmethode bereitstellen, wird stetig erweitert. Die Angebotspalette der derzeit 2 500 Akzeptanzstellen reicht von Internet-Telefonie (Jajah, Skype) über Bücher (buch24.de) hin zu Musikdownloads (MSN Music, dj-shop.de). Besonders die jungen Nutzer und Early Adopters der Online-Gaming-Szene haben das einfache und schnelle Zahlungsmittel für sich entdeckt. Mit Paysafecard kann man bei über 150 der größten Online-Games bezahlen, etwa bei Gameforge (OGame, Gladius), Gala Network (Flyff), NC Soff (Guild Wars, City of Heros, City of Villains), Sulake (Habbo Hotel), GameDuell, Mindark (Entropia Universe), Burda (Ragnarok, alaplava), bigpoint (Manager Games), CCP (Eve Online) und Second Life.

Bei Intensivnutzern beliebt

Die Umsatzentwicklung steigerte sich in den ersten Jahren des Unternehmens zunächst nur langsam. Der Aufschwung kam 2004, nachdem sich der E-Commerce vom Platzen der Internetblase Anfang des Jahrtausends erholt hatte. Seitdem verzeichnet das Unternehmen ein stetiges Wachstum von über 100 Prozent auf Jahresbasis. 2007 wurden mehr als zehn Millionen Transaktionen mit der Prepaid-Karte getätigt, die Prognose für 2008 liegt noch wesentlich höher.

Die Paysafecard-Marktforschung von 2007 hat gezeigt, dass die Kunden zu den Intensivnutzern von kostenpflichtigen Online-Angeboten zählen. Knapp zwei Drittel der Befragten (65 Prozent) kaufen

Abbildung 3: Kosten und Sicherheitsbedenken halten einige Kunden von der Anschaffung einer Kreditkarte ab



mehrmals im Monat online ein. Die Nutzer der Prepaid-Karte sind überwiegend männlich und bewegen sich hauptsächlich im Alterssegment 18 bis 45 Jahre.

Laut eigener Aussage schätzen Kunden an Paysafecard, im Vergleich zu anderen Zahlungsmitteln, vor allem die Sicherheit (80,4 Prozent), die rasche Abwicklung (78,7 Prozent) und die einfache Handhabung (76,8 Prozent). Auch die Tatsache, dass Bezahlen gebührenfrei ist, ist für viele ein wichtiger Faktor (76,5 Prozent).

Seit Mai mit EU-weiter E-Geld-Lizenz

Zur österreichischen Paysafecard.com Wertkarten AG gehören inzwischen Tochtergesellschaften in Deutschland, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien und Großbritannien. Die Paysafecard.com Limited mit Sitz in London verfügt seit dem 30. Mai 2008 über eine EU-weite Lizenz zur Ausgabe von elektronischem Geld. Europaweit haben bislang nur knapp mehr als ein Dutzend Finanzdienstleistungsunternehmen eine solche Berechtigung erhalten. Zur Erlangung der Lizenz ist es notwendig, umfangreiche System-, Sicher-

heits- und Eigenkapitalanforderungen der britischen Bankenaufsicht FSA (Financial Services Authority) zu erfüllen.

Gerade für international agierende Unternehmen bedeutet die E-Geld-Lizenz einen großen Sprung nach vorne. Das Unternehmen kann so die Wertschöpfungskette erweitern und die Autonomie und Produktinnovationskraft um ein Vielfaches erhöhen. Es macht sich damit unabhängiger von Bankinstituten und kann sich schneller in weiteren europäischen Märkten etablieren. Weiterhin wird am Ausbau des bestehenden Geschäfts gearbeitet, um den Vertrieb voranzutreiben und die Shopangebote zu erweitern. Wichtiges strategisches Ziel ist außerdem die Forcierung der Internationalisierung innerhalb Europas, die durch die neuen Möglichkeiten der im gesamten EWR-Gebiet gültigen E-Money-Licence vorangetrieben wird. Durch die Expansion in weitere Länder wird Paysafecard für internationale Webshop-Partner noch attraktiver. Das Potenzial an Nutzern ist europaweit noch lange nicht ausgeschöpft, bedenkt man allein die 400 Millionen Europäer, die über keine Kreditkarte verfügen. Paysafecard hat inzwischen stark an Bekanntheit und Vertrauen gewonnen und zeigt die besten Voraussetzungen, den europäischen Prepaid-Markt weiterhin anzuführen.