



## Brand Relevance Index: Paypal hängt Kartenorganisationen ab

**sb** ■ Mastercard und Visa tun offenbar gut daran, ihre jeweiligen Kooperationen mit Paypal auszubauen, wie es beide Gesellschaften unlängst vertraglich geregelt haben. Denn wenn es um die Bedeutung von Zahlungsverkehrsmarken im Alltag geht, hat Paypal die Nase vorn. Das geht aus dem Brand Relevance Index 2016 der Markenberatung Prophet hervor. Sowohl in Deutschland als auch in Großbritannien und den USA rangiert Paypal aus Verbrauchersicht in Sachen Relevanz vorn, gefolgt von Visa, Mastercard und American Express sowie in Deutschland zusätzlich noch von der Sofortüberweisung (und nicht des von Banken entwickelten Giro-pay) als fünfter Marke im Bereich Zahlungsverkehr.

### Mastercard hinter Visa

Dass Mastercard in allen drei Märkten hinter Visa rangiert (in Deutschland auf Platz 56 gegenüber Rang 31 für Visa), erklärt die Studie damit, dass Visa als innovativer und inspirierender wahrgenommen wird – möglicherweise, weil die Kommunikation von Visa stärker auf Zuverlässigkeit und alltagstaugliche Lösungen abzielt, während Mastercard stärker auf Emotionalität setzt.

Lediglich China macht in Sachen Paypal eine Ausnahme: Dort steht die Marke nicht nur nicht an der Spitze, sondern taucht überhaupt nicht im branchenübergreifenden Ranking der für Konsumenten wichtigsten Marken auf. Viel bedeutsamer ist für die Chinesen die Marke Visa, die sogar auf Platz drei im branchenübergreifenden

Ranking kommt, während die chinesische Marke Union Pay nur auf Platz 13 folgt. Denn Visa kann bei den zunehmend reisefreudigen Chinesen mit der weltweiten Akzeptanz punkten, während die Union-Pay-Akzeptanz nicht überall gewährleistet ist. Auch Alipay ist wegen der Bemühungen um verbesserte Akzeptanz im Ausland aus Sicht der Chinesen eine zunehmend relevante Marke.

Auch Deutschland weicht in einem Punkt deutlich von den USA und Großbritannien ab: Wie in den angelsächsischen Märkten ist zwar auch hierzulande Paypal die aus Kundensicht wichtigste Marke, wenn es um Zahlungsverkehr geht. Und wie im vereinigten Königreich und den USA findet sich Visa als einzige andere Marke aus dieser Branche unter den Top 50 des branchenübergreifenden Rankings. Der Vorsprung der einstigen Ebay-Tochter ist hierzulande jedoch ungleich größer als in der Wahrnehmung von Briten und US-Amerikanern. Denn während Paypal für jene auf Platz 26 unter allen Marken rangiert, die in ihrem Alltag von Bedeutung sind, kommt die Marke in Deutschland auf einen beachtlichen Rang 5. Das gilt ungeachtet der Tatsache, dass Visa in der Kategorie Vertrauen die höchste Punktzahl erzielt, vor Paypal und Mastercard.

### Schwierige Konsequenzen für Paydirekt

Eine wenig relativiert wird die Erkenntnis der hohen Relevanz von Paypal für die deutschen Konsumenten möglicherweise durch die Tatsache, dass Zahlungsverkehrsmarken für die Deutschen anscheinend

generell eine etwas höhere Bedeutung haben als für Konsumenten in Großbritannien und den USA, ablesbar daran, dass auch Visa dort in der Gesamtstatistik weiter hinten rangiert, nämlich auf Platz 41 beziehungsweise 49 gegenüber Rang 31 in Deutschland. Dennoch gibt die große Dominanz von Paypal für die deutschen Verbraucher zu denken.

■ Einerseits ergibt sich daraus ein enormes Potenzial, sollte es denn wirklich noch gelingen, Paydirekt als Alternative zu Paypal zu etablieren.

■ Gleichzeitig macht es der hohe Stellenwert, den der Wettbewerber derzeit genießt, natürlich umso schwieriger, das bankeigene Paydirekt zu etablieren. Auch Händler haben schließlich im Blick, was ihren Kunden wichtig ist.

### Defizite der Girocard

Dass es die Girocard, die doch die mit Abstand am weitesten verbreitete Zahlungskarte in Deutschland ist, nicht nur nicht unter die Top-50-Marken geschafft hat, sondern auch nicht in der Liste der fünf wichtigsten Marken aus dem Bereich Zahlungsverkehr auftaucht, macht die Defizite des nationalen deutschen Debitsystems deutlich.

Da ist zum einen die immer noch unzureichende Bekanntheit der Marke. Was man nicht kennt, das wird auch namentlich nicht genannt. Hinzu kommen die (nahezu) rein nationale Akzeptanz sowie als dritter, aber sicher nicht unwichtigster Punkt die mangelnde Einsatzmöglichkeit im Internet. Dass die Sofortüberweisung als einziges nationales Bezahlfahrer in der Liste der wichtigsten Marken in diesem Bereich auftaucht, kann hierfür als Indiz gelten.