

Wird Paypal zum Payment Service Provider?

Seit Ende Februar dieses Jahres ist Paypal mit einer neuen Bezahlösung für Online-Händler am Markt. Mit „Paypal Plus“, wie das Angebot heißt, wird das Unternehmen gewissermaßen zum Payment Service Provider, der Shop-Betreibern die vier hierzulande gängigsten Bezahlmethoden – Paypal, Lastschrift, Kreditkarte und Rechnung – aus einer Hand anbietet, wobei der Kauf auf Rechnung noch nicht realisiert ist und erst im Laufe dieses Jahres umgesetzt werden soll.

Für den Käufer stehen die Bezahlmethoden Kreditkarte, Lastschrift oder künftig auch Rechnung unabhängig davon zur Verfügung, ob er selbst über ein Paypal-Konto verfügt. Gleichgültig, welche Bezahlmethode er wählt, wird die Zahlung stets dem Paypal-Konto des Händlers gutgeschrieben.

Weitere Zahlmethoden, wie Vorkasse, Nachnahme oder Ratenkauf müssen die Händler bislang noch eigenständig oder über Drittanbieter ergänzen und können sie in die Startseite von Paypal Plus integrieren. Als Grundausstattung ist Paypal Plus aber zweifellos ausreichend.

Für Händler bedeutet Paypal Plus den vergleichsweise einfachen Einstieg in eine Bandbreite der gängigsten Bezahlmethoden im E-Commerce – und das ohne, dass er Verträge mit Payment Service Providern und Acquirern schließen muss. Dass das Angebot sich in erster Linie an kleine und mittelgroße Händler richtet, ist insofern zweifellos konsequent.

Ein Grund für Paypal, mit der neuen Lösung den Marktzugang zunächst über

die Mini-Shops zu suchen, liegt vermutlich in der Wettbewerbssituation. Natürlich brauchen auch die Acquirer, um eine vernünftige Mischung bei Konditionen und Risiken zu erreichen, die kleinen Shops ebenso sehr wie die großen, mit denen sich die nötigen Skaleneffekte erzielen lassen. Im Vertrieb sind die Kleinen aber naturgemäß sehr viel mühsamer zu erschließen, sodass das Hauptaugenmerk nicht unbedingt auf diesem Segment liegt.

Zum anderen wachsen mit der Größe eines E-Commerce-Anbieters oftmals auch dessen Anforderungen an die Bandbreite der Zahlmethoden. Wer beispielsweise international anbietet, wird verstärkt auch die Einbindung nationaler Bezahlssysteme wie etwa der Online-Überweisungsverfahren Giropay oder Ideal nachfragen. Und an dieser Stelle kann Paypal – zumindest zum jetzigen Zeitpunkt – nicht mithalten. Und nicht jeder Händler möchte eine erweiterte Palette an Bezahlverfahren in Eigenregie oder über Drittanbieter integrieren.

Wo bei größeren Online-Händlern solche Zusatzwünsche bestehen, die für kleinere Anbieter beinahe schon zu viel wären, sind dann die „echten“, etablierten Acquirer und Payment Service Provider sicher im Vorteil, die heute standardmäßig beinahe alles, was gebraucht wird, aus einer Hand anbieten und darüber hinaus noch mit Zusatzservices wie der automatischen Währungsumrechnung für ausländische Kunden (Dynamic Currency Conversion) punkten können. Es ist aber keineswegs auszuschließen, dass Paypal auch an dieser Stelle noch nacharbeiten wird, um mit der Zeit in andere Handelssegmente hineinzuwachsen. **Red.**