„Die Bedeutung des E-Sport macht Paysafecard immer relevanter“

Interview mit Udo Müller

„Online Bezahlen für alle“ lautet das Motto von Pasafecard. Beim Marktstart 2005 war das Unternehmen Wegbereiter im Bereich Prepaid-Karten für den Einsatz im Internet. Auch heute noch hat das ursprünglich für Gaming und digitales Entertainment entwickelte Produkt (wenn auch in digitaler Form) noch hohe Bedeutung, sagt Udo Müller – und gewinnt durch den E-Sport weiter an Relevanz. Mit Paysafe Cash will man digitalen Händlern in Europa das Potenzial der Barzahler erschließen. Red.

KARTEN Deutschland war einer der ersten Märkte, in denen Paysafecard nach dem Marktstart in Österreich tätig war. In wie vielen Ländern ist das Unternehmen heute aktiv?

Paysafecard ist aktuell in fast 50 Ländern auf allen Kontinenten verfügbar, wobei wir weitere Markteintritte vorbereiten. Die Paysafe Gruppe als unser Mutterkonzern hat rund 3000 Mitarbeiter in 12 Ländern und verbindet Unternehmen und Konsumenten in 200 Zahlungsarten und über 40 Währungen rund um den Globus miteinander.

Die Online-Prepaid-Zahlungsform Paysafecard ist Teil des Online-Barzahlungs-Portfolios der Paysafe-Gruppe als Anbieter alternativer Zahlungsdienste wie Barzahlungen, Pay-Stream-Lösungen oder digitale Wallets

KARTEN Welche Transaktionsvolumina wickelt das Unternehmen heute ab?

Das Transaktionsvolumen von Paysafecard erreichte 2017 weltweit rund 2,8 Milliarden Euro. Auf Gruppenebene hat Paysafe im Jahr 2017 590 Millionen Transaktionen im Wert von 80 Milliarden Dollar abgewickelt.

KARTEN Welche Relevanz haben der Heimatmarkt beziehungsweise die DACH-Region heute noch für das Unternehmen?

Paysafecard wurde 2000 in Österreich gegründet und hat hier bis heute aus gutem Grund seinen Sitz. Deutschland ist natürlich insgesamt noch wesentlich größer, aber wir sehen uns in Wien unverändert richtig positioniert und finden hier das ideale Umfeld, um neue Lösungen zu entwickeln und zu erproben.

Zu unseren Kunden zählen unter anderem einige Big Player im Bereich Gaming und Esports wie beispielsweise Playstation, Google Play, Blizzard, Steam, Ubisoft, Epic Games und Twitch. Paysafecard ist weltweit in mehr als 650000 Vertriebsstellen erhältlich. Und mehr als 3000 Webshops beziehungsweise Partner akzeptieren Paysafecard als Zahlungsmittel.

KARTEN Ursprünglich war Paysafecard eine der ersten Prepaid-Karten für den Online-Einkauf. Inzwischen ist das Produktspektrum kräftig gewachsen. Welche Relevanz hat die Paysafecard in diesem Portfolio noch – und wie teilt sich das nach physischen Karten beziehungsweise Vouchern auf?

Paysafecard wurde im Jahr 2000 entwickelt, um Menschen eine Cash-Zahlungsmöglichkeit für den Kauf von digitalen Gütern und Services anzubieten. Das Kernprodukt Paysafecard ist heute ausschließlich als PIN verfügbar, es ist keine physische Karte dazu nötig oder in Umlauf.

Erst im vergangenen Jahr hat Paysafecard mit Paysafecash eine weitere bargeldbasierte Zahlungsform für den

Udo Müller, Geschäftsführer, Paysafecard.com Wertkarten GmbH, Wien

E-Commerce entwickelt: Nach Auswahl von Paysafecash im Checkout wird ein Barcode übermittelt. Beim Akzeptanzpartner (zum Beispiel Trafik Kiosk, Tankstelle) wird dieser gescannt, der Kunde bezahlt den Einkauf in bar – und die Ware wird zugesandt. Ein kostenloser und bequemer Service für Millionen von Kunden, die keine Konto- oder Kreditkartendaten weitergeben wollen oder gar nicht darüber verfügen.

Das klassische Produkt Paysafecard wurde vor allem für die Kundenbedürfnisse im Bereich Gaming und digitales Entertainment entwickelt, wo etwa in Online-Games im Spielverlauf Käufe rasch getätigt werden. Die enorme Bedeutung von E-Sports rückt immer mehr in die Mitte der Gesellschaft und macht damit Paysafecard als Bezahloption immer relevanter.

KARTEN Bedeutet die Einführung von Paysafecash nicht zugleich ein Stück weit eine Kannibalisierung des ursprünglichen Geschäfts? Oder erreichen Sie damit andere Zielgruppen?

Im Gegenteil – Paysafecash ist als Innovation eine hervorragende Ergänzung zum bisherigen Portfolio an alternativen Zahlungsmöglichkeiten:

Paysafecard bedient als Online-Prepaid-Zahlungsmittel vor allem das Kaufinteresse der Gaming- und E-Sports-Community – ein vielversprechender Markt, dessen Volumen nach Schätzungen von Ovum bis 2022 auf fast 2 Milliarden US-Dollar weltweit anwachsen wird.

Paysafecash ist hingegen ideal für das Online-Shopping von physischen Gütern, aber auch von Dienstleistungen, die am digitalen Marktplatz angeboten werden. Der E-Commerce-Markt in Deutschland zählt bereits jetzt 64,3 Millionen Nutzer und wird Statista zufolge bis 2022 auf fast 66 Millionen Nutzer anwachsen. Diese „Cash fürs Internet"-Lösung ermöglicht es allen Menschen, die ihre Bank- oder Kreditkartendaten online nicht preisgeben wollen, Zahlungen einfach, sicher und schnell zu tätigen. Gerade Menschen mit einem hohen Sicherheitsbedürfnis oder Konsumenten, die keinen ausreichenden Zugang zu Finanzdienstleistungen haben, bietet Paysafecash eine weitere Alternative.

KARTEN Warum hat Paysafecard eine Mastercard-Lizenz erworben, um auch Mastercard-Prepaid-Karten ausgeben zu können? Ist das eine Frage der Akzeptanz?

Diese strategische Entscheidung wurde 2009 vor dem Hintergrund getroffen, dass viele Menschen mit Prepaid-Karten ihre Ausgaben besser managen wollten, zugleich aber die volle Akzeptanz der klassischen Mastercard erwarteten. Inzwischen hat sich am Zahlungssektor viel getan, und die Paysafecard Mastercard ist eine wichtige Ergänzung unseres Portfolios.

KARTEN Unter dem Namen Paysafecard Direct ermöglichen Sie das Aufladen der Karten beziehungsweise des Paysafecard-Kontos am stationären PoS. Über welche Volumina sprechen wir da?

Da wir Teil eines größeren Konzerns sind, können wir hier nur die Gesamtsumme für Paysafecard weitergeben, nämlich 2,8 Milliarden Euro.

KARTEN Und wie sieht das mit Paysafecash aus?

Diese Zahlungslösung ist seit 2018 am Markt und wird in vielen europäischen Ländern neu eingeführt, zuletzt neu gestartet in der Schweiz. In Deutschland ist der Launch in der Frühphase. Wir können hier noch keine verlässlichen Werte mitteilen, sehen aber, dass sich die Erwartungen bei den Merchants, die Paysafecash als Bezahlmethode anbieten, mehr als erfüllen.

KARTEN Welches Potenzial sehen Sie für Paysafecash?

Wir sehen enormes Potenzial, wenn wir auf die Millionen Europäer blicken, die am E-Commerce teilhaben wollen, aber entweder keine Kreditkarte oder Kontoverbindung haben – oder diese im Internet nicht nutzen wollen, vor allem aus Sicherheitsbedenken. Unsere eigene Studie „Lost in Transaction: Payment Trends 2018" hat gezeigt, dass die Hälfte aller Befragten Befürchtungen vor betrügerischen Käufen hat und 48 Prozent über die Sicherheit ihrer persönlichen Daten besorgt sind.

Zudem wurden 2018 laut Global Data mehr als die Hälfte aller Zahlungstransaktionen in bar durchgeführt. Aktuell werden bereits bis zu 14 Prozent des gesamten B2C E-Commerce-Volumens in bar bezahlt. In Deutschland, einem der größten E-Commerce-Märkte in Europa, geben 88 Prozent der Befragten einer Studie der Deutschen Bundesbank an, auch in Zukunft unverändert mit Bargeld bezahlen zu wollen.

Weil nachweislich Bargeld der sicherste Weg ist, um zu bezahlen, gibt es keinen Grund, das Ende des Bargelds zu sehen. Im Gegenteil, wenn man die Entwicklung des Bargeldumlaufs betrachtet, sieht man ein starkes jährliches Wachstum von fast 8 Prozent in der gesamten Euro-Zone. Unser Ziel ist es, dieses enorme Potenzial den digitalen Händlern in Europa und Nordamerika zu erschließen.

»Es gibt keinen Grund, das Ende des Bargelds zu sehen.«

KARTEN Welches Produkt wächst am schnellsten, wo sehen Sie die größten Potenziale?

Aufgrund der Vielfalt unserer Märkte und Produkte gibt es darauf keine einfache Antwort. Die Rahmenbedingungen sind so unterschiedlich, dass sich die insgesamt sehr positive Entwicklung nicht auf einen Nenner quer über den Globus bringen lässt. Mit einem vielfältigen Lösungsportfolio sprechen wir die unterschiedlichsten Kundenbedürfnisse an.

KARTEN Gibt es signifikante Unterschiede zwischen den einzelnen Märkten?

Ja, wobei das natürlich von den generellen Rahmenbedingungen abhängt: Etwa von der Bevölkerungsstruktur

nach Alter und Urbanität, aber auch von der Internetnutzungsrate, der Verfügbarkeit alternativer Bezahlmethoden oder den lokalen Gegebenheiten am E-Commerce-Sektor.

Zwei Beispiele zu solchen regionalen Unterschieden:

1. Kontaktlose Bezahlung wird in Großbritannien von 54 Prozent der Konsumenten genutzt, in den USA hingegen nur von 3 Prozent und in Deutschland von 9 Prozent.

2. Die Bereitschaft, ein Restrisiko von Online-Betrug hinzunehmen, wozu 70 Prozent der Konsumenten in den USA bereit sind, hingegen nur 28 Prozent in Deutschland.

Solche Unterschiede wirken sich auf den Erfolg entsprechender Zahlungsprodukte aus.

Da unsere Produkte bargeldbasiert sind, hat grundsätzlich jeder Zugang dazu. Die Zielgruppe ist eben nicht auf Inhaber von Kreditkarten beziehungsweise Bankkonten oder digitale Wallets beschränkt. Bargeld ist die eine Zahlungsoption, die jedem offensteht.

KARTEN Wen sehen Sie heute als wichtigste Wettbewerber?

Auch dies ist in den einzelnen Märkten sehr unterschiedlich. Für jene Konsumenten, die bargeldbasierte Zahlungen im Internet bevorzugen, gibt es kaum nennenswerte Alternativen zu unseren Lösungen, weshalb wir hier Potenzial sehen und einen klaren Schwerpunkt setzen.

KARTEN Wie sieht es in Deutschland aus, wo mit „Barzahlen" ja eine ähnliche Zahlungsform für den E-Commerce verfügbar ist?

In Deutschland bieten wir unser Portfolio seit mehreren Jahren erfolgreich an. Deutschland ist ein vielversprechender E-Commerce-Markt, in dem gleichzeitig die Barzahlung nach wie vor einer der bevorzugten Zahlungsmethoden ist. Wir freuen uns mit Paysafecash am deutschen Markt künftig eine innovative Online-Cash-Zahlungsmöglichkeit anzubieten, die für den Merchant kosteneffizient ist (es gibt schließlich keine zusätzlichen Gebühren oder Kosten – Paysafecash verdient nur dann etwas, wenn auch der Merchant etwas verdient) und als Teil von Paysafecard beziehungsweise der internationalen Paysafe-Gruppe über 18 Jahre Erfahrung bei Online-Cash-Lösungen vorweisen kann. Zudem kann die Lösung mit dem bei weitem größten und dichtesten Vertriebsnetz auch in Deutschland Akzeptanzstellen „an jeder zweiten Ecke" anbieten und profitiert gleichzeitig von einem starken internationalen Background, sodass deutsche Konsumenten aus einer großen Palette internationaler Merchants wählen können.

KARTEN Wie funktioniert die Kooperation mit Google? Was sind hier die bisherigen Erfahrungen?

Die Zusammenarbeit macht Paysafecard als Zahlungsoption im Google Play Store verfügbar. Damit können Millionen Konsumenten ohne Kreditkarte oder Bankkonto in den Kauf digitaler Güter einsteigen – und auch jene, die zwar Kreditkarte und Konto besitzen, aber aus Sicherheitsgründen hier nicht verwenden wollen, können mit Paysafecard im Google Play Store bezahlen.

Mit einer Weltmarke wie Google zusammenzuarbeiten war ein extrem wichtiger Meilenstein für uns. Diese Kooperation hat weitreichende Auswirkungen – natürlich direkt beim Umsatz, aber auch im Hinblick auf die dadurch nachhaltig wirkenden Einflüsse auf unsere Bekanntheit und Performance. Wir können jetzt schon sagen, dass all diese Aspekte sich zu unserer vollsten Zufriedenheit entwickeln und dieser Schritt genau der richtige war.

Seit der ersten Ankündigung im Juni 2018 haben wir die Zusammenarbeit auf aktuell zehn Länder in Europa erweitert, und wir freuen uns auf die nächsten Expansionsschritte auch hier.

KARTEN Ist auch eine Kooperation mit Apple in Sicht oder geplant?

Wir verhandeln laufend mit vielen bestehenden und möglichen neuen Partnern und werden informieren, wenn hier neue Entwicklungen spruchreif werden. ■

KARTEN
cards | cartes
ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Ihr Anspruch ist Expertenwissen. Unserer auch!

Mit KARTEN noch näher am Markt.

WWW.KREDITWESEN.DE/RESEARCH

Unser RESEARCH SERVICE für Sie

AKTUELLE STUDIEN RUND UM ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS