

Einfach für jeden

Die österreichische Paysafecard Group erobert mit ihren Prepaid-Produkten den Weltmarkt.

Christian Stemberger

Nicht jeder, der im Internet einkauft, will oder kann mit der Kreditkarte bezahlen. Wer keine Karte besitzt oder aus Sicherheitsbedenken seine Kreditkarten- und Bankdaten online nicht preisgeben möchte, greift gern auf Prepaid als Zahlungsmethode zurück. Ein österreichisches Unternehmen, die Paysafecard Group, hat dieses weltweite Potenzial entdeckt und setzt mit ihren Produkten konsequent auf internationales Wachstum. Schon wenige Monate nach ihrer Gründung im Jahr 2000 weitete sie ihre Geschäftstätigkeit nach Deutschland aus. Inzwischen ist sie in 23 europäischen Staaten präsent. 2009 wurde mit Argentinien der erste Überseemarkt erschlossen.

Als die Paysafecard Group Europas erste Prepaid-Karte speziell fürs Internet entwickelt hat, leistete sie damit Pionierarbeit. Sie ermöglicht den rund 65 Prozent der EU-Bürger, die über keine Kreditkarte verfügen, den unkomplizierten Einkauf im Internet. Laut CEO Michael Müller hat auch Brüssel die Bedeutung

dieses Zahlungsmittels erkannt und die Expansion gefördert. Heute ist die Paysafecard Group europaweiter Marktführer bei Prepaid-Zahlungen im Internet und darf sich regelmäßig mit Auszeichnungen schmücken. So wurde sie 2009 zur „Leading Prepaid Organisation“ und zur „Best Prepaid Company Outside USA“ gekürt. Auf der kaufmännischen Seite konnte die Paysafecard Group im letzten Jahr mehr als 25 Mio. Transaktionen und monatliche Absatzsteigerungen verbuchen.

Virtuelles Bargeld

Die Prepaid-Voucher können in weltweit 280.000 Verkaufsstellen erworben werden. Sie werden beispielsweise über Trafiken, Postämter oder Tankstellen vertrieben, sind also für jedermann schnell und einfach zugänglich.

„PREPAID-LÖSUNGEN FÜRS INTERNET SIND WIE BARGELD – EINFACH UND SICHER.“
MICHAEL MÜLLER,
CEO PAYSAFECARD GROUP

Auch Kunden ohne eigenes Konto können damit einkaufen. Nach Eingabe des erworbenen PIN-Codes steht das Guthaben im Internetshop sofort zur Verfügung. „Damit ist es“, schlussfolgert Müller, „in seiner Handhabung mit Bargeld vergleichbar.“ Die Produkte der



Prepaid-Produkte sind eine Alternative für Kunden, die keine Kreditkarte besitzen oder sie im Internet nicht verwenden wollen. Foto: Paysafecard.com

Gruppe – Paysafecard und Cash-Ticket – sind auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet. Cash-Ticket ermöglicht Online-Buchungen von Flugreisen, Ticketbestellungen und Online-Shopping in über 2000 Webshops. Die Paysafecard dient der Zahlung von virtuellen Gütern wie Online-Games und Internet-Telefonie. Sie verfügt über weltweit 3500 Akzeptanzstellen.

Händler, die Produkte der Paysafecard Group in ihr Zahlungsmittelportfolio integriert haben, können von teils satten Umsatzsteigerungen berichten. „Die Zuwächse sind branchenabhängig“, so Müller, „im Be-

reich der Online-Games haben wir schon bis zu 50 Prozent plus beobachtet.“ Das Wachstum lässt sich darauf zurückführen, dass Händler mit Prepaid neue Zielgruppen ansprechen können.

Das Unternehmen mit Sitz in Wien will weiterhin kräftig wachsen. Zum einen soll das Vertriebsnetz optimiert und die Zahl der Akzeptanzstellen gesteigert werden. Auch die internationale Expansion soll so flott wie bisher weitergehen. Abgerundet wird die Wachstumsstrategie mit neuen Produkten wie der Yuna Prepaid Mastercard.

www.paysafecard.com

1999 | 2010 11 Jahre economyaustria.at **bmw** **BMW_F**

Das Special Innovation wird von der Redaktion economyaustria.at erstellt. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Christian Stemberger und Sonja Gassl