

Virtuelles Bargeld

Prepaid ist eine Alternative für Kunden, die im Internet einkaufen wollen, aber keine Kreditkarte besitzen. Die österreichische Paysafecard Group ist europäischer Marktführer bei Prepaid-Zahlungslösungen im Internet. Auch Interspar.at bietet diese Zahlungsform nun seinen Kunden an.

Christian Stemberger

Um neue Kundengruppen zu gewinnen, hat der Webshop Interspar.at die Prepaid-Zahlungslösung Cash-Ticket in sein Zahlungsmittelportfolio integriert. Die Onlinetochter des Handelsriesen eröffnet ihren Kunden damit die Möglichkeit, das ganze Onlinesortiment ohne die Angabe persönlicher Kontodaten oder Kreditkarteninformationen zu ordern und gleich zu bezahlen.

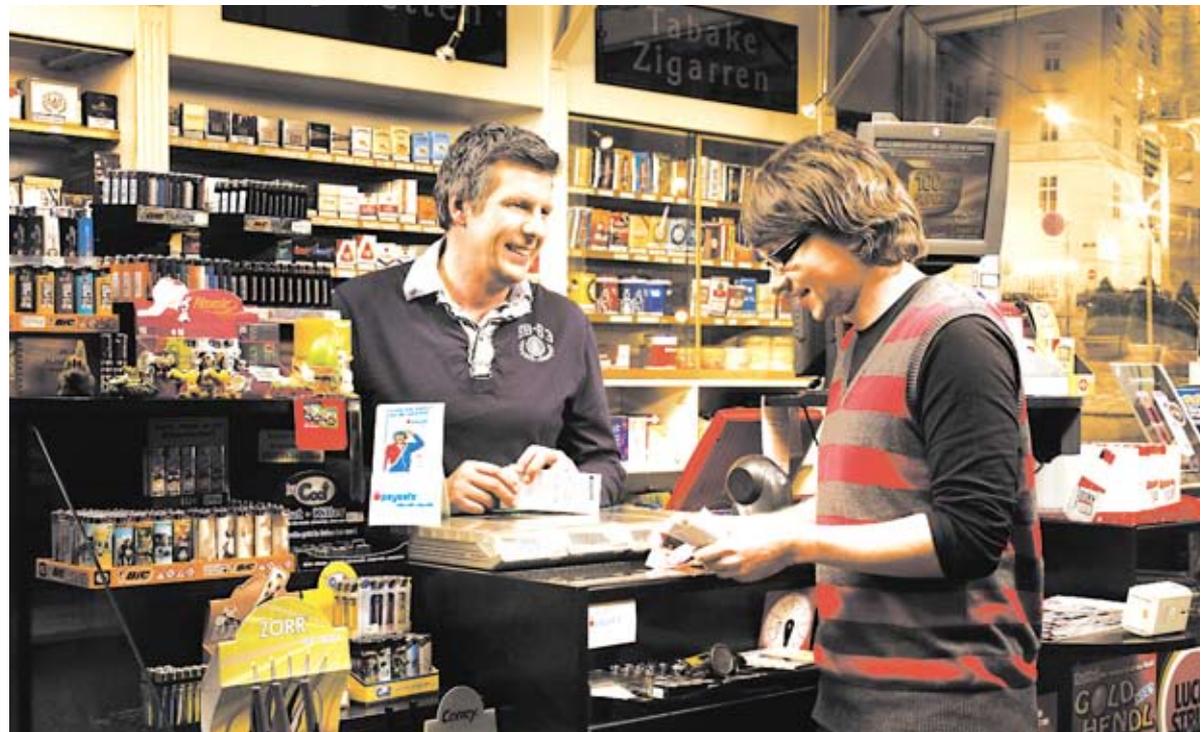
„Cash-Zahler“ können auf Interspar.at aus den Sortimenten Küche, Haushalt, Büro und Schreibwaren, Spielzeug und Baby, Elektronik, PC und Foto, Sport, Freizeit und DVDs wählen. Ab einem Bestellwert von 100 Euro wird die gewünschte Ware kostenlos nach Hause geliefert.

Zukunftsweisend

Der Aufbau eines Webshops zusätzlich zu den stationären Niederlassungen ist für Handelsunternehmen ein wichtiger strategische Schritt, denn der Onlinehandel gewinnt stetig an Bedeutung. Immer mehr Menschen nutzen das Internet. Laut Eurostat surft nahezu jeder zweite Europäer täglich durch das World Wide Web. 65 Prozent aller europäischen Haushalte verfügten im ersten Quartal 2009 über einen Internetzugang, 2008 waren es noch 60 Prozent.

Und auch Onlineshopping wird immer beliebter. 2009 haben 37 Prozent der Europäer im Alter von 16 bis 74 Jahren Waren oder Dienstleistungen über das Internet eingekauft. Gewisse Grenzen sind dem weiteren Wachstum im Onlinehandel durch die verfügbaren Zahlungsmittel gesetzt, da weniger als 35 Prozent aller Europäer eine Kreditkarte besitzen.

Die österreichische Paysafecard Group leistete im Jahr 2000 Pionierarbeit, indem sie das erste europä-



Wer auf Interspar.at einkaufen möchte, aber keine Kreditkarte besitzt, erwirbt einfach an der Tankstelle oder in der Trafik ein Cash-Ticket und bezahlt damit online. Foto: Paysafecard.com

ische Prepaid-Zahlungsmittel speziell für das Internet entwickelte, und ist heute europaweit Marktführer.

Michael Müller, dem CEO von Paysafecard, zufolge hat auch Brüssel die strategische Bedeutung von Prepaid für den Onlinehandel erkannt und fördert die Verbreitung dieses Zahlungsmittels.

Für jedermann

Inzwischen ist die Paysafecard Group in 23 europäischen Staaten präsent. Im Jahr 2009 wagte sie auch den Sprung nach Übersee und gründete eine Niederlassung in Argentinien.

Cash-Ticket ist europaweit bei rund 150.000 Verkaufsstellen – vor allem Trafiken, Lottoannahmestellen und Tankstellen – erhältlich und damit ein Internetzahlungsmittel für jedermann. Bezahlt wird mit einem 16-stelligen PIN-Code. So bleiben sensible persönliche Daten geschützt, und Nutzer wie Web-

shopbetreiber profitieren von einer schnellen, sicheren Abwicklung. „Cash-Ticket ist in seiner Handhabung so einfach, dass es mit Bargeld vergleichbar ist“, betont Müller. Das Prepaid-Zahlungsmittel wird in über 2000 Webshops akzeptiert – vornehmlich in Onlineshops wie Interspar.at. Aber auch Flug-

reisen und Ticketbestellungen sind mit Cash-Ticket möglich. Zudem ist diese Zahlungslösung für Kinder und Jugendliche interessant. Denn wer mit Cash-Ticket bezahlt, braucht auch kein Bankkonto. Ein wichtiger Faktor ist dabei die Kostenkontrolle. Mit Cash-Ticket haben die Eltern die Gewissheit, dass ihre Kinder nicht mehr Geld ausgeben, als sie besitzen. Paysafecard ist mit den vier Marken Cash-Ticket, Paysafecard, Yuna Prepaid Mastercard und Happy Schenkcard auf dem Markt präsent und wurde 2009 unter anderem mit dem Paybefore Award als „Best Prepaid Company Outside USA“ ausgezeichnet. Das Unternehmen verbuchte im letzten Jahr mehr als 25 Mio. Transaktionen und monatliche Absatzsteigerungen.

www.cash-ticket.com

„Das Bezahlen im Internet funktioniert mit Cash-Ticket wie mit Bargeld – einfach, schnell und sicher.“

MICHAEL MÜLLER,
PAYSAFECARD GROUP