

Special Innovation

Thomas Grabner: „Prepaid-Produkte haben für spezielle Zielgruppen einen hohen Wert – zum Beispiel für Jugendliche, die noch über kein eigenes Konto verfügen. Aber auch für bestimmte Branchen sind diese von Relevanz“, erklärt der Prokurist von Qenta.

Bezahlen via Internet

Sonja Gerstl

economy: Welches sind aktuell eigentlich die beliebtesten Zahlungsverhalten via Internet?

Thomas Grabner: Das sind eindeutig die Kreditkarten. International gesehen liegen Visa und Master Card mit großem Abstand an der Spitze. Für Österreich gilt folgende Reihenfolge: Visa, Master Card, EPS-Online-Überweisung und Paybox.

Welche Entwicklungen zeichnen sich mittelfristig ab?

Entwicklungen zeichnen sich so gesehen nicht ab. Die Kreditkarte, als weltweit genormtes

Zahlungsmittel mit hoher Verbreitung, dominiert ganz einfach den Markt. Allen anderen – und zwar sowohl regionalen, nationalen als auch internationalen – Zahlungsmitteln fehlt diese globale Einsetzbarkeit.

Prepaid-Produkte, also Dienstleistungen über vorausbezahlte Guthaben, erfreuen sich bei den Verbrauchern steigender Beliebtheit. Sind sie auch für den Markt von Relevanz?

Prepaid-Produkte haben für spezielle Zielgruppen hohen Wert – zum Beispiel für Jugendliche, die noch über kein eigenes Konto verfügen. Aber auch für bestimmte Branchen, wie die Erotik- oder die Wettbranche, sind diese speziellen Karten von Relevanz. Prinzipiell ist zu sagen, dass Prepaid-Produkte in der Regel anonym sind – darin liegt ein weiterer Vorteil.

Gibt es Branchen, die in puncto Online-Zahlungsverkehr besonders innovativ sind?

Das kann nicht verallgemeinert werden. Es hängt sehr viel von der Kreativität des einzelnen Unternehmens ab – also wie innovativ dieses ist. Eine „innovative“ Branche per se ist mir jedenfalls bislang noch nicht untergekommen.



Die Kreditkarte als weltweit genormtes Zahlungsmittel zählt bei Online-Einkäufen zu den Favoriten. Foto: Bilderbox.com

Welche sicherheitstechnischen Aspekte gilt es angesichts der steigenden Beliebtheit von E-Commerce zu beachten?

Für den Händler gilt: unbedingt Zeit investieren, um sich über die beteiligten Dienstleister zu informieren und Leistungen zu vergleichen. Die Konsumenten sind rein rechtlich gesehen dank Konsumentenschutzgesetz sowie AGB der Banken hervorragend geschützt. Dennoch sollte auch der Konsument mit Verstand einkaufen und sich ein Bild vom

Unternehmen machen, bei dem er kauft. Von Vorkasse ist jedenfalls abzuraten!

Sie haben die Fußball-WM in Deutschland in Sachen Payment unterstützt. Wird es eine ähnliche Kooperation bei der „Euro 2008“ geben?

Nachdem diese ein Sponsoring unseres Kreditkartenpartners Master Card ist, wird es eine solche Kooperation selbstverständlich auch bei der „Euro 2008“ geben.

www.qenta.at

Einfach sicher

E-Commerce auf Wachstumskurs.

Kaum ein anderer Bereich im Internet-Handel bietet so großes Einsparungspotenzial wie die Nutzung einer professionellen Bezahlseite für den firmeneigenen Webshop. „Nur weil es in Eigenregie machbar ist, heißt das noch lange nicht, dass es die günstigste Variante ist“, erklärt Roland Toch, Geschäftsführer der Qenta Paymentsolutions Beratungs- und Informations-GmbH. Entscheidungsgründe für externe Bezahlösungen liegen im Leistungsumfang der Services, der zumeist einfachen Integration, der Stabilität und Skalierbarkeit der Lösungen sowie dem persönlichen Service. Dabei ist die Auslagerung der Zahlungsabwicklung nicht nur für große Firmen von Interesse. Auch kleinere und mittelgroße Unternehmen profitieren. Qenta-Prokurist Thomas Grabner: „Unsere Produkte sind einfach und flexibel in alle Internet-Shops einzubinden und ebenso leicht an individuelle Anwendungen anpassbar.“ Auch das Thema Sicherheit spielt eine große Rolle. „Qenta ist der einzige Dienstleister in Österreich, der alle erforderlichen Zertifizierungen zur sicheren Zahlungsabwicklung erfüllt“, erläutert Grabner die Unternehmensstrategie.

Nutzerfreundlichkeit

Dass man bei Qenta damit auf die richtige Karte setzt, dokumentieren die Ergebnisse einer aktuellen Studie der Deutschen Bank Research. Demnach zählen Sicherheit, schnelle Abwicklung und Nutzerfreundlichkeit zu den primären Kundenwünschen bei Online-Transaktionen. Online-Händler hätten, so heißt es in der Studie, diesem Aspekt künftig verstärkt Rechnung zu tragen, wollen sie auf dem rasch wachsenden E-Commerce-Markt entsprechend reüssieren. Dieser wird Berechnungen von Forrester Research zufolge bis zum Jahr 2011 rund 263 Mrd. Euro Jahresumsatz erwirtschaften – und das allein in Europa. sog



Online-Shopping kann unterhaltsam sein. Foto: Photos.com

Steckbrief



Thomas Grabner ist Prokurist der Qenta Paymentsolutions Beratungs- und Informations-GmbH. Foto: Qenta

Neue Vertriebswege

Via Homepage eines Mobilfunkanbieters kann man Gesprächsguthaben online aufladen.

Für den Mobilfunkanbieter One erledigt Qenta all jene Zahlungsmodalitäten, die sich im Zuge von Aktivitäten im Internet-Ladeportal von One ergeben. Dieses wurde als Ergänzung zu konventionellen Vertriebswegen ins Leben gerufen. Prepaid-Karten sind österreichweit in den mehr als 50 One Worlds

und über 10.000 Vertriebsstellen erhältlich. Für bestimmte Kundengruppen ist es aber nicht der einfachste Weg, Wertkarten in Geschäften zu kaufen, sondern diese tendieren eher dazu, zum Aufladen ihres Telefonguthabens das Internet zu nutzen. Thomas Grabner, Prokurist von Qenta, erklärt die Vorteile eines

Internet-Ladeportals: „Der Kunde bleibt im eigenen Portal und wird in Vertriebsstellen nicht von diversen Konkurrenzangeboten beeinflusst. Außerdem kann er über spezielle Angebote besser informiert und erreicht werden. Und schließlich spart der Eigenverkauf auch eine ganze Menge an Provisionen.“

Rasches Service

Die Qenta-Bezahlseite ist in der Unternehmenshomepage von One integriert, ein leicht überschaubares Navigationsmenü dirigiert den User. Dieser wird lediglich dazu aufgefordert, seine Rufnummer bekannt zu geben. Eine spezielle Anmeldung des Kunden ist nicht notwendig. Das wiederum garantiert einfaches, rasches Aufladen. Der gewünschte Betrag kann in Zehner-Schritten – zwischen zehn und 80 Euro – erfolgen. Im Anschluss daran muss der One-Kunde seine Bank auswählen (zur Verfügung stehen zehn Geldinstitute) und wird

dann über ein weiteres Fenster direkt zum Online-Banking-Portal seiner Bank geführt. Dort loggt er sich in gewohnter Weise ein und bestätigt die Transaktion mittels Tan (Transaktionsnummer). Die Bestätigung für die erfolgreiche Aufladung des Gesprächsguthabens erfolgt via SMS direkt auf das Handy. Aber nicht nur für Handy-User bringt diese neue Möglichkeit Vorteile. Auch Unternehmen profitieren, so Grabner, von der externen Zahlungsabwicklung: „Und zwar schon alleine, wenn man die hohen Ersparnisse bei einmaligen Investitionen und laufenden Kosten für Service, Betrieb und Wartung gegenüber Eigenbaulösungen berücksichtigt. Darüber hinaus sind Betrieb und Weiterentwicklung ohne eigenes Personal sichergestellt und zu Fixkosten kalkulierbar. Und schließlich lassen sich zukünftige zusätzliche Zahlungsmittel mit einer einzigen Integration abdecken.“ sog

www.one.at/onlinebanking



Via Mouseclick online Gesprächsguthaben aufladen: Eine einfache Navigation dirigiert die User. Foto: ONE