

PayPal, das „neue Microsoft“ des Zahlungsverkehrs?

eBay holt sich Verstärkung

Autoren: Robert Nitschke, Jürgen Weiß
Datum: 23.08.02

Zusammenfassung:

Vor wenigen Wochen hat eBay PayPal, und damit das gleichnamige (Internet-) Zahlungssystem, dessen Fokus insbesondere auf sogenannten Person to Person (P2P) Payments zu liegen scheint, für den stolzen Preis von ca. 1,4 Mrd. USD übernommen. Der Grund für den Kauf dürfte aber nicht nur in der idealen Ergänzung der Geschäftsfelder (in den USA wird der Großteil aller eBay Auktionen mit PayPal bezahlt) zu suchen sein.

Betrachtet man die Philosophie von PayPal, erinnert man sich an die Gründerjahre von Microsoft. Vollmundig verkündet Peter Thiel: „Wir wollen die Weltherrschaft“. Ein Satz, den auch Bill Gates gesagt haben könnte. Damals wie heute werden solche Aussagen vom Wettbewerb mit unterschiedlichsten Reaktionen quittiert. Aber es gibt noch mehr Parallelen: Die Geschwindigkeit, in der PayPal Neukunden gewinnt, und die Tatsache, dass PayPal wie Microsoft seinen Erfolg unter Nutzung der Infrastruktur der direkten Konkurrenz aufbaut.

Das vorliegende Dokument beschreibt Hintergründe und Folgen einer Ausweitung des PayPal-Systems*. Es werden sowohl die betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkte für die direkten Wettbewerber als auch volkswirtschaftliche Aspekte wie Geldpolitik und Liquiditätsentwicklung beleuchtet.

* Eine ausführliche Beschreibung des PayPal-Systems inklusive der einzelnen Funktionen, die PayPal seinen Kunden bereitstellt, ist dem Dokument „PayPal – The new world currency?“ zu entnehmen.
Siehe: www.novosec.com/downloads

NOVOSEC
Aktiengesellschaft

Sulzbacher Straße 29-39
65824 Schwalbach am Taunus, Germany
Phone +49 (0) 6196/88289-0
Fax +49 (0) 6196/88289-11
contact@novosec.com, www.novosec.com



Einleitung

Die Meldung, dass eBay International PayPal übernimmt, hat für Aufsehen und Verwunderung in der Branche der Finanzdienstleister gesorgt. Für ca. 1,4 Mrd. USD übernimmt das größte Auktionshaus der Internetwelt eine Firma, die digitalen Zahlungsverkehr anbietet. Dass der Hintergrund dieser Transaktion nicht die trotz allem stolzen 17 Millionen Kunden von PayPal sind, wird klar, wenn man die Kundenstruktur von eBay betrachtet. Unter den 46 Millionen eBay Kunden dürfte ohnehin der größte Anteil der 17 Mio. PayPal Kunden enthalten sein.

Der Grund des Zusammenschlusses liegt vielmehr in der nahezu idealen Ergänzung der Geschäftsfelder: eBay benötigt ein massenmarktfähiges P2P (Person-to-Person) Payment, um nach Abschluss der Auktionen eine schnelle Abwicklung zu gewährleisten; Online-Auktionen über eBay bilden derzeit eins der Kerngeschäftsfelder von PayPal. Nichts liegt also näher, als dass eBay sich in der von ihr generierten Wertschöpfungskette eine weitere Ertragsmöglichkeit sichert.

Dass die Finanzindustrie die Kontrolle des Zahlungsverkehrs in einem abgegrenzten und neu generierten Marktsegment (P2P-Zahlungen) verliert, ist auf Grund des relativ geringen Anteils am Gesamtmarkt vermutlich nur ein unangenehmer Seitenhieb. Überträgt man allerdings die Geschäftspolitik von eBay auf PayPal, könnte sich daraus ein ernstzunehmender Wirkungstreffer entwickeln.

Die bisher erfolgreich umgesetzte Strategie von eBay, die Kundensegmente von dem reinen Geschäft mit Privatpersonen (P2P) sukzessive um weitere (SB2C - Small Business to Customer, B2C - Business to Customer, B2B - Business to Business) zu erweitern, kann und wird in gleicher Weise auch bei PayPal fortgesetzt werden.

Die Ausgangslage der Wettbewerber könnte unterschiedlicher kaum sein. Während die Banken und Kreditkartengesellschaften ihr

Angebot durch die Übertragung und Anpassung der bestehenden Dienstleistungen an die neuen technologischen Möglichkeiten (Internet und Mobilfunk) erweitern, startete PayPal als reine Internetcompany und greift die bislang ausschließlich von der Finanzindustrie besetzten Geschäftsfelder an.

Es bleibt abzuwarten, wer bei diesem scheinbar ungleichen Kampf zwischen David und Goliath die Oberhand gewinnt. Wird PayPal für eine Überraschung sorgen?

Status Quo

PayPal hat als Internet Start-Up von Beginn an die Vertriebspolitik der Internetbranche für seine Belange genutzt. Als erster Anbieter der Finanzbranche wagte man den Schritt, Kunden gezielt über das neue Medium anzusprechen, und subventionierte die Anmeldung von Neukunden. Kunden, die neue Kunden geworben haben, erhielten einen Bonus von anfänglich 10 \$. Dieser musste auf Grund der rasanten Ausbreitung auf 5 \$ gesenkt werden, da der kurzfristige Liquiditätsabfluss das gesamte Unternehmen bedrohte. PayPal verzeichnet heute nach eigenen Angaben ca. 28.000 Neukunden pro Tag, das Prinzip des „viral Marketing“ erweist sich mittelfristig als Erfolgsgarant. Die Übernahme durch eBay ermöglicht das direkte Ansprechen von Neukunden der Hauptzielgruppe und wird die Kundenzahlen weiter drastisch erhöhen.

Die Vision, möglichst alle Internetnutzer in das bestehende System aufzunehmen, wird auch dank dem stetig wachsenden Funktions- und Dienstleistungsumfang von PayPal immer mehr zur Realität.

Funktionen und Dienstleistungen

Die Möglichkeit, Geld online in Sekunden schnelle mit Hilfe von eMails zwischen Privatkunden zu transferieren, stellt die Grundfunktionalität des Systems dar.

Unmittelbar nach der PayPal Markteinführung wurden PayPal Zahlungen fast ausschließlich bei Online Auktionen als so genanntes **Auctionpayment** eingesetzt. Nach und nach nutzen die PayPal Kunden das System allerdings zunehmend auch unabhängig von Internetauktionen für den privaten Zahlungsverkehr. Am einfachsten kann man diese Transaktionsart mit einer herkömmlichen **Überweisung** vergleichen. Sind die PayPal Kunden in unterschiedlichen Ländern beheimatet, entspricht diese einer **Auslandsüberweisung**.

PayPal bietet ihren Kunden auch eine physische **PayPal Debitkarte** an. Diese ist eine für PayPal gebrandete MasterCard, mit der auch Zahlungen am **physischen POS** und **Auszahlungen am Geldautomaten** über das MasterCard Netzwerk möglich sind.

Gleichzeitig stärkt PayPal die Business Accounts, indem spezielle Regularien aufgestellt wurden, die es ermöglichen, einem Firmenkunden **virtuelle POS-Transaktionen** mit weitreichender Zahlungsgarantie anzubieten. Auch **digitale Rechnungen** können über PayPal in Form von Zahlungsaufforderungen per eMail versendet werden.

Das Guthaben der PayPal Accounts kann am Geldmarkt (Money Market Fund) angelegt werden. Aus bankfachlicher Sicht kommt dies letztlich der **Verzinsung eines Zahlungsverkehrskontos (Girokonto)** sehr nahe.

Folgt man der Philosophie von eBay und PayPal, werden sicherlich noch weitere Funktionalitäten hinzukommen.

PayPal, die neue Weltwährung?

Der Werbeslogan von PayPal („The new world currency“) unterstreicht den Anspruch und die Aggressivität, mit welcher der Branchenneuling zu Werke geht.



Dass PayPal aus bankfachlicher Betrachtung weder eine Währung ist¹, noch ernsthaft das Ziel haben wird, eine eigene Währung zu etablieren, stört hierbei wenig. Es geht der Company zunächst vielmehr darum, ein **weltweites Zahlungssystem** zu etablieren. In einem zweiten Schritt könnten dann weitere Bankdienstleistungen ins Visier genommen werden. Dies zeichnet sich bereits heute durch die Verzinsung der Einlagen am Geldmarkt ab und kann sukzessive zum Anlagemanagement ausgebaut werden. erinnert man sich an die Aussage von Bill Gates: „Wir brauchen Banking und keine Banken“, erhält man den Eindruck, dass PayPal schlicht diese Idee aufgegriffen und mit deren Umsetzung begonnen hat. PayPal, das „neue Microsoft“ des Zahlungsverkehrs?

Die Ausgangslage könnte besser nicht sein. Das Internet bietet die Möglichkeit, kosteneffizient global tätig zu werden. Während die „Old Economy“ nach verschiedenen Misserfolgen nur sehr zögerlich in die neuen Medien investiert, nutzen Firmen wie Amazon, eBay und PayPal – mit ihrem Verständnis für das Internet – die Gunst der Stunde. Gelingt es PayPal, ihr Vorhaben in die Tat umzusetzen, hätte dies nicht nur eine Neuordnung der gesamten Finanzbranche zur Folge, sondern könnte auch zu weitreichenden volks- und gesamtwirtschaftlichen Konsequenzen führen.

Ausgangslage im Zahlungsverkehr

Durch die Ausweitung des Internets vom Medium für die Verbreitung von Informationen hin zur globalen Transaktionsplatt-

¹ Sämtliche Zahlungen werden aktuell in USD denominated.

form wurden Verfahren für die Abwicklung des Zahlungsverkehrs benötigt. Banken und Kreditkartengesellschaften versuchten, diesem neuen Bedarf durch entsprechende Erweiterungen ihrer Systeme oder neue Verfahren gerecht zu werden. Dass sich bis zum heutigen Tage kein mit PayPal vergleichbarer Erfolg einstellte, hat sicher vielerlei Gründe:

Konkurrierende Zahlungssysteme:

Zunächst versuchten die Banken mit konkurrierenden Zahlungssystemen den Markt für sich zu gewinnen. In Deutschland gab es z.B. einen Wettbewerb zwischen eCash™ der Deutschen Bank und CyberCash™ weiterer Großbanken (Commerzbank, Dresdner Bank). Da Zahlungsverkehr allerdings nur dann eine Chance hat, wenn dieser institutübergreifend in der Breite eingesetzt wird², konnte sich letztlich keines der Systeme durchsetzen.

Mangelnde Benutzerfreundlichkeit und hohe Komplexität der Systeme:

Insbesondere der Prozess für die Anmeldung (Registrierung) dauerte bei eCash™, CyberCash™ und auch SET™ oftmals mehrere Wochen, was dazu führte, dass nur ein Bruchteil der Kunden, die sich für die Verfahren interessierten, letztlich auch den kompletten Registrierungsprozess bis zum Ende durchliefen. Zwischen den teilweise konträren Anforderungen Sicherheit³ und Benutzerfreundlichkeit muss ein tragfähiger Mittelweg gefunden werden. Sicherheit ist kein Selbstzweck und kann dem Kunden nur sehr schwer verkauft werden, wenn darunter die Benutzerfreundlichkeit leidet. Da für die Mehrheit der Kunden die Sicherheit nicht objektiv messbar ist, wird sich immer das System durchsetzen, das am einfachsten zu

bedienen ist und das gleichzeitig die subjektiven Sicherheitsbedürfnisse befriedigt.

Zwar ist der direkte Konkurrenzkampf der Banken inzwischen Geschichte, allerdings führte diese Erkenntnis bislang nicht zu einem von der gesamten Branche unterstützten Verfahren. Ein Grund hierfür ist darin zu sehen, dass es in Deutschland eine komplexe Bankenstruktur (Privat- und Firmenkundenbanken) mit partiell konträrer Interessenslage, insbesondere hinsichtlich der Gebührenpolitik, gibt.

Das Internet bietet die Möglichkeit, überall auf der Welt auf zentrale Systeme zuzugreifen. Speziell für den Zahlungsverkehr erfordert dies aber eine unternehmensübergreifende Abstimmung und Standardisierung, die überdies sehr zeitintensiv ist. Die Stärke der Banken und Kreditkartengesellschaften, die gerade in der Vernetzung dezentraler Systeme liegt, rückt durch die Globalisierung in den Hintergrund.

Durch Nutzung der vorhandenen Infrastruktur des Internets für den Zahlungsverkehr können vergleichbare Dienstleistungen schneller und kostengünstiger als jemals zuvor angeboten werden. Für Banken bedeutet dies allerdings neben der Möglichkeit der Kostenreduktion auch eine Kannibalisierung der eigenen, bestehenden Dienstleistungen und Ertragsströme.

PayPal nutzt die Gunst der Stunde

In einer Zeit, in der die Banken auf Grund der angespannten Börsen- und Ertrags-situation zu massiven Kosteneinsparungen gezwungen sind, nutzt PayPal die Gunst der Stunde zur Etablierung ihres Zahlungssystems. PayPal bedient sich hierfür (zumindest vorübergehend) der Infrastruktur der Banken und Kreditkartengesellschaften. Dies erscheint als äußerst dreist und verdient den notwendigen Respekt.

² „Payment is commodity“ und das wesentliche Unterscheidungsmerkmal einer standardisierten Dienstleistung ist die Qualität des Services.

³ Die Sicherheit des Gesamtsystems ist wesentlich von dem eingesetzten Registrierungsprozess abhängig.

Basis eines PayPal Accounts ist eine Kreditkarte oder eine bestehende Kontoverbindung. Die enorme, weltweite Verbreitung von Kreditkarten⁴ und deren weltweit etablierte Netzwerke stellt die Grundlage für das Gesamtsystem dar. Jeder Kreditkartenkunde kann in kürzester Zeit durch wenige Mausklicks zum registrierten PayPal Kunden werden.

Auf Grund der Tatsache, dass vor allem in den Vereinigten Staaten der Zahlungsverkehr zwischen Privatpersonen eher unterentwickelt war, konnte PayPal auch schnell im Markt der Überweisungen Fuß fassen. Mit der Möglichkeit, eine Zahlungsaufforderung an den Kunden per Mail zu senden, kann auch eine Integration des PayPal Systems in ein **EBPP** (Electronic Bill Presentment and Payment) System erfolgen.

Analog zu eBay weitet PayPal sein Geschäftsfeld auch auf Firmenkunden aus. Kleine Händler, die bislang keinen Kreditkartenakzeptanzvertrag erhalten haben, bekommen diesen indirekt durch die Eröffnung eines PayPal Accounts, ohne jemals mit den Kreditkartengesellschaften bzw. Acquiren in Verbindung getreten zu sein. Für die Abwicklung der Zahlung verhält sich PayPal aus Kreditkartensichtweise wie ein Mastermerchant, der Kreditkartenakzeptanzverträge mit VISA, MasterCard, Discover und American Express besitzt, um Zahlungen zu Gunsten von Dritten akzeptieren zu können. Streng genommen handelt es sich hierbei um eine Art „Subacquiring“, das von den Kartengesellschaften in der Regel mit Hinweis auf die Regularien verboten wird.

Warum darf PayPal etwas, was anderen Firmen verwehrt bleibt?

Dies kann eigentlich nur damit erklärt werden, dass PayPal von den Kartengesellschaften nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung gesehen wurde oder wird. Weder die Kartengesellschaften noch die Banken

verfügen über ein für Internetauktionen einsetzbares Bezahlsystem. PayPal schloss diese Lücke und brachte den Kartengesellschaften darüber hinaus zusätzliche Transaktionen und damit weitere Umsätze. Diese Ertragssteigerung könnte sich langfristig als Bumerang für die Finanzindustrie erweisen.

PayPal gegen die Finanzbranche

Die Auswirkungen eines globalen Erfolgs des Systems können zu weitreichenden Einschnitten innerhalb der Finanzwelt führen, die für einige der Beteiligten hier im Detail erläutert werden.

Kreditkartengesellschaften:

Sämtliche Kreditkartengesellschaften sind seit geraumer Zeit dabei, Regularien festzulegen, um ihr Geschäft für das Medium Internet auszubauen. Die Möglichkeiten der Bezahlung am POS sowie der Bargeldabhebung am Geldautomaten sollen um Karte zu Karte-Zahlungen, also P2P-Zahlungen, ergänzt werden.

Geldtransfer im Anschluss an eine Internetauktion – ein Sonderfall der P2P Zahlungen – ist in den USA bereits heute fest in der Hand von PayPal. Für Kreditkartengesellschaften wird es somit sehr schwer möglich sein, in dieses Geschäftsfeld einzudringen. Die Übernahme von PayPal durch eBay dürfte diesen Zustand weiter verfestigen. Betrachtet man darüber hinaus das Geschäftsmodell der Kartengesellschaften, bei dem die anfallenden Gebühren zwischen der Gesellschaft selbst, der kartenausgebenden Bank und der Bank des Zahlungsempfängers aufgeteilt werden, wird es wohl auch kaum möglich sein, in einem Preiswettbewerb die Oberhand zu behalten.

(Kredit-)Kartenissuer:

Dies sind in der Regel Banken oder große Firmen, die an ihre Kunden Kreditkarten der jeweiligen Gesellschaften ausgeben. Solange der Großteil der PayPal Transaktionen über Kreditkarten abgewickelt werden, wovon

⁴ Weltweit sind mehr als 1,6 Milliarden Kreditkarten im Umlauf

auch in Zukunft auszugehen ist, erhöht sich durch den Einsatz von PayPal auch die Anzahl der Kartentransaktionen, an denen die Kartenausgeber verdienen. Die Gefahr besteht allerdings darin, dass PayPal auch selbst als Kartenausgeber und somit als direkter Konkurrent auftritt. Bereits heute emittiert PayPal sowohl eine MasterCard als auch eine VISA Karte.



Auch hier sind die Gebühren für den Endkunden äußerst attraktiv, so dass hier ein weiterer ernstzunehmender Wettbewerber hinzukommen dürfte.

Kreditkartenacquirer:

PayPal besetzt aber nicht nur ein neues Geschäftsfeld, sondern greift auch das bestehende Geschäft der Kartengesellschaften an. Nur noch 60 % aller PayPal-Transaktionen entstehen durch die Abwicklung von Online-Auktionen. Die anderen 40% werden in erster Linie über kleine Shops abgewickelt. Eine Firma, die bei PayPal einen Business Account eröffnet, erhält die indirekte Möglichkeit, Kreditkartenzahlungen von VISA, MasterCard, Amex und Discover durch Abschluss eines einzigen Onlinevertrages zu akzeptieren. Dies entspricht einem globalen Akzeptanzvertrag über alle Gesellschaften hinweg, was sich auch in dem Akzeptanzlogo widerspiegelt.



Da PayPal auf Grund der großen Transaktionsvolumina günstigere Konditionen als kleine Firmenkunden von den Kreditkartengesellschaften erhalten dürfte und diese an die Business Accounts weitergibt, kommt es zu der Situation, dass es insbesondere für kleine Händler günstiger ist, Kreditkarten über PayPal zu akzeptieren, als direkte Akzeptanzverträge mit den Kreditkartenacquirern zu schließen. PayPal bietet sozusagen den Service der Kreditkartengesellschaften unter Nutzung von deren

Infrastruktur kostengünstiger als die Branche selbst an.

Bezahlt ein Kunde bei einem PayPal Händler mit einer PayPal Karte, sind die Gebühren für den Händler noch lukrativer. In diesem Fall bekommt der Händler 1,5 % der Standard PayPal Händlergebühren als Cashback zurückerstattet.

Für viele kleinere Händler ist es in Deutschland nahezu unmöglich, einen Kreditkartenakzeptanzvertrag für Internettransaktionen von den Acquirern zu erhalten. Aus Risiko- und Haftungsbetrachtungen sind die Acquirer nicht bereit, einen Vertrag mit den Händlern abzuschließen und kündigen derzeit sogar bestehende Verträge. Ein durchaus denkbares Szenario wäre somit die breite Ablösung der Kreditkartenacquirer durch PayPal.

Banken:

Die Produktinnovationen von PayPal erhöhen den Druck auf die Banken. In den USA mit ihrem im Vergleich zu Europa weit weniger entwickelten Zahlungsverkehr konnte PayPal einen weiteren Umstand für sich nutzen. Die von Scheck- und Kreditkartenzahlungen dominierten Vereinigten Staaten bieten weder eine Überweisung noch eine Lastschrift an. Für den bargeldlosen Zahlungsverkehr zwischen Privatkunden wird in den USA immer häufiger PayPal eingesetzt, da das Handling im Vergleich zum Versenden von Schecks wesentlich einfacher und schneller erfolgen kann.

Zwar gibt es in Europa diese Marktlücke nicht, hier könnte aber ein Verdrängungswettbewerb drohen.

Deutschland ist Giroland – aber den Schritt der Etablierung eines flächendeckenden Bezahlfahrens auf Basis des Internetbankings (Online-Überweisung) oder eines Internet-Debitverfahrens (z.B. unter Zuhilfenahme der EC-Karte) haben die Banken auf Grund der bereits beschriebenen Strukturprobleme und mit Hinweis auf die Problematik bei der Erstellung eines gemein-

samen Gebührenmodells (Zustimmung durch das Kartellamt) bislang noch nicht umgesetzt. Die Zeit könnte knapp werden. Ein weiterer Angriff droht bei grenzüberschreitenden Zahlungen. Insbesondere für den Auslandszahlungsverkehr bietet PayPal implizit durch den Versand von Geld über Ländergrenzen hinweg eine kostengünstige Alternative zu den bestehenden Bankprodukten an.

Transfer eines Betrages von USD 150,-- von Deutschland in die USA		
	Bank (USD Scheck durch Hausbank)	PayPal (inklusive Transfer auf Konten)
Gebühr Zahlungspflichtiger:	EUR 10,00 entspricht USD 9,95*	Belastung über KK Auslandsgebühr 1% = 1,50 USD
Gebühr Zahlungsempfänger	USD 20,00	2,9 % + 30 Cent ** USD 4,65
Gebühren gesamt:	USD 29,95	USD 6,15
Mehrkosten: USD 23,80 oder 387 %		
* Umrechnungskurs: 0,9945 ** Standard Rate (entspricht max. Gebühr)		

Mit der so geschaffenen **Auslandsüberweisung** spricht PayPal insbesondere die Firmenkunden an, die den überwiegenden Anteil grenzüberschreitende Zahlungen durchführen. Für eine bankinitiierte Auslandsüberweisung benötigt man in der Regel den Swift-Code der Empfängerbank, bezahlt hohe Gebühren und wartet mehrere Tage, bis das Geld beim Empfänger angekommen ist. Die Devise von PayPal: Einfach, schnell und günstig. Argumente, denen man nur schwer etwas entgegensetzen kann. Noch nutzen diese Funktionen nur Insider, aber die vergleichsweise geringen Kosten könnten schnell die Substitution einer bestehenden Bankleistung bewirken.

Manche Banken denken derzeit mehr oder weniger laut darüber nach, den Zahlungsverkehr, der (scheinbar) in erster Linie Kosten produziert und nur verhältnismäßig wenig Ertrag erwirtschaftet, ganz ausgliedern oder abzustoßen. Dies könnte sich allerdings als kurzfristig erweisen. Die häufigste Dienstleistung, die ein Kunde von seiner Bank in Anspruch nimmt, ist Zahlungsverkehr. Mit dessen Übernahme

durch einen Dritten könnten schnell weitere Geschäftsbereiche verloren gehen. Zudem könnte PayPal durch die bereits heute gegebene Verzinsung der Einlagen auf einem Geldmarktfond den ersten Schritt für die Übernahme des Passivgeschäfts vorbereiten.

Das Argument, PayPal könne in Deutschland und Europa nicht in gleicher Weise wie in den USA aktiv werden, da PayPal auf Grund des Kreditwesengesetzes (KWG) eine Banklizenz benötige, könnte eine weitere fatale Fehlinterpretation darstellen.

EZB:

PayPal muss zur Ausübung seiner Aktivitäten nicht zwingend eine Niederlassung in Europa betreiben. Bereits heute ist es jedem Deutschen und jeder deutschen Firma problemlos möglich, einen PayPal Account zu eröffnen. Die geringe Verbreitung in Deutschland resultiert in erster Linie aus der Tatsache, dass PayPal aktuell weder deutschsprachige Seiten anbietet, noch über eBay Deutschland bekannt gemacht wurde. Belässt es PayPal bei der Strategie, das System ausschließlich über die USA zu betreiben, käme dies faktisch einem Export der Zahlungsverkehrsdienstleistung gleich. Dies würde sich negativ auf die Geldmenge und Mindestreservpolitik der Zentralbank auswirken und letztlich die Liquidität zu Lasten Europas und zu Gunsten der USA verschieben. Das gilt insbesondere dann, wenn die im PayPal System verwalteten Gelder ausschließlich über den US-amerikanischen Geldmarkt angelegt werden und somit in erster Linie der US-Wirtschaft zu Gute kommen.

Gesamtwirtschaft:

Noch dramatischer wäre die Situation, wenn PayPal sich am Markt durchsetzt und weiterhin ausschließlich in USD denominiert. Dies könnte im Extremfall bedeuten, dass Produkte und Dienstleistungen, die über das Internet vermarktet werden, nur – oder zumindest auch – in USD bepreist werden.

Eine Internetwährung USD kann weder im Sinne der Zentralbank noch der europäischen Wirtschaft sein.

Die Auswirkungen der Globalisierung auf Basis unterschiedlicher Rechtsgrundlagen in den Ländern würden im Hinblick auf Themen wie Geldwäsche, Steuergesetzgebung und Fraubekämpfung grundlegend neue Fragestellungen aufwerfen: PayPal-Transaktionen tauchen in keinen Bankunterlagen auf⁵.

PayPals Stärken und Schwächen

Die Stärke von PayPal ist zunächst die hohe Serviceorientiertheit. Auf eine eMail Anfrage wurde uns binnen weniger als 30 Minuten geantwortet! Damit dürfte PayPal zumindest die durchschnittliche Reaktionszeit seiner Konkurrenz um Längen schlagen. Dass Geschwindigkeit, das Credo der new economy, von PayPal mehr als verinnerlicht wurde, kann jeder leicht selbst erleben, indem er sich bei PayPal anmeldet. Selbstverständlich werden bei PayPal Transaktionen unmittelbar gebucht. Im Falle einer Auslandszahlung ist der Vorteil leicht nachvollziehbar.

Noch ist PayPal nicht am Ziel und selbst die stolze Zahl von über 17 Mio. Kunden bei täglich ca. 28.000 Neuanmeldungen und über 200.000 Transaktionen am Tag garantiert noch nicht den Durchbruch. Sollte die Kundenzahl jedoch auf über 25 Mio. steigen, so ist nach Untersuchungen der Gartner Group⁶ die kritische Masse erreicht und PayPal zumindest in den USA nicht mehr wegzudenken.

Als Achillesferse könnten sich die Verträge mit den Kreditkartengesellschaften erweisen. Kündigen die Kartengesellschaften die Mastermerchant Verträge, bliebe PayPal nur

die Möglichkeit, auch diesen Bereich selbst in die Hand zu nehmen. Dies würde allerdings bedeuten, dass die Kreditkartengesellschaften unmittelbar einen neuen, direkten Konkurrenten hätten. Dieser könnte im Gegenzug die Emittierung von Kredit-/Debitkarten der Gesellschaften einstellen, was sich für letztere negativ auswirken würde. PayPal wäre ggf. sogar auf Grund des zentralen Systems in der Lage, ein eigenes, kostengünstigeres Kredit- und Debitkartensystem zu etablieren. Dies erklärt wohl auch die derzeit eher indifferente Haltung der Kartenbranche.

Einen weiteren Fallstrick könnten die Regulierungsbehörden darstellen. Wird PayPal mit einer Bank gleichgestellt, so würden zunächst wesentliche Richtlinien greifen⁷. Insbesondere Anforderungen hinsichtlich der Kundenregistrierung (Pflicht zur Kontrolle eines Legitimationspapiers etc.) könnten der rasanten Ausbreitung ein schnelles Ende bereiten.

Banken, Kreditkartengesellschaften und Behörden unternehmen derzeit keine sichtbaren Schritte gegen eine weitere Ausbreitung von PayPal. Die möglicherweise befürchtete Kannibalisierung eigener Ertragsströme könnte auch durch PayPal erfolgen. Abwarten bringt somit keinen Vorteil. Von einer Möglichkeit, dass Banken sich an PayPal beteiligen und ähnlich wie bei den Kreditkartengesellschaften „mitverdienen“ können, kann derzeit nicht ausgegangen werden. In der Tat müsste PayPal eher seine Gebühren erhöhen, wenn auch andere Gesellschaften eingebunden würden, wodurch ein wesentlicher Vorteil entfiel. PayPal scheint auf Kooperationen mit der Finanzbranche nicht angewiesen zu sein – seit April schreibt man schwarze Zahlen.

Es bleibt die Frage, ob PayPal tatsächlich aufzuhalten ist. Für Europa wird die Strategie von eBay wesentlich den Erfolg bestimmen. Dass eBay PayPal nur in den USA unterstützt, dürfte aber eher unwahr-

⁵ Peter Thiel: „Wenn ein Moskowiter mit der Rubel-Kreditkarte Geld an sein PayPal-Konto überweist, hat er im Prinzip ein Nummernkonto eröffnet.“, Quelle: Die Welt, 23.07.02.

⁶ vgl. Gartner-Studie „Online Person-to-Person Payments Move Into the Mainstream“

⁷ Die Anforderungen und Richtlinien speziell für Deutschland stehen im KWG.

scheinlich sein. Baut eBay PayPal zum weltweit präferierten Payment für Internet Auktionen aus, werden die Kundenzahlen wohl noch schneller als bisher steigen. Wenn sich die Masse bewegt, kann man sie nicht aufhalten. Auch eBay trauten zunächst nur wenige den erzielten Erfolg zu. Im Jahre 1995 gegründet, ist eBay heute der größte Online-Marktplatz weltweit. Mitkonkurrenten wie Yahoo, Hood, etc. sind zwischenzeitlich nahezu bedeutungslos geworden. Selbst durch die Übernahme von QXL konnte ricardo, vor einigen Jahren noch gefeiert, eBay nicht Paroli bieten.

Fazit

Vom selbst gesteckten Ziel, „die Weltherrschaft zu erringen“, ist PayPal sicherlich noch weit entfernt. Bei Zahlungstransaktionen im Internet stellt PayPal bereits heute eine Marktmacht dar. Die Ausweitung des Geschäfts ist vorbereitet und in vollem Gange. Der weitere Erfolg dürfte somit mehr denn je von der Haltung der Banken, Kreditkartengesellschaften und Behörden abhängen.

Eines steht jedoch fest: PayPal setzt Maßstäbe hinsichtlich Komfort und Kosten; dies wird unabhängig vom Fortbestand der Firma PayPal Auswirkungen auf die gesamte Branche haben.

Wünschen Sie nähere Informationen zu diesem Thema? Wir freuen uns auf Ihre Anfragen.

juergen.weiss@novosec.com



Weitere Artikel finden Sie unter:

<http://www.novosec.com/downloads>