

Prepaid-Karten europaweit auf dem Vormarsch

Prepaid-Karten rücken immer mehr als Zahlungsmittel in den Fokus der europäischen Verbraucher. Im europaweiten Durchschnitt liegt der Bekanntheitsgrad bei 62 Prozent, in Deutschland bei 63 Prozent. Dies geht aus einer Studie des Instituts ase Market Research im Auftrag von MasterCard hervor. Die Ergebnisse wurden anlässlich der zweiten MasterCard Europe Prepaid Konferenz präsentiert.

Demnach schätzen 71 Prozent der europäischen Konsumenten die Möglichkeit, durch eine Prepaid-Bezahlung ihre Ausgaben gegenüber dem Einsatz von Bargeld besser zu kontrollieren. Auch in Deutschland haben deutlich über die Hälfte der Verbraucher (57%) diesen Vorteil der Prepaid-Karte erkannt und wollen sie bevorzugt für Alltagskäufe (44 %) einsetzen. Peter Ehmke, MasterCard Gene-

ral Manager Deutschland: „Die Marktforschung bestätigt, dass immer mehr Kunden Prepaid-Karten als willkommenes Zahlungsmittel zur bewussten Finanzplanung für sich entdecken. Gerade im Hinblick auf wirtschaftlich bewegte Zeiten bevorzugen auch die deutschen Verbraucher zunehmend transparente und einfach einsetzbare Zahlungsmethoden, bei denen sie stets den Überblick und die Budgetkontrolle behalten.“ Im Rahmen der Studie wurden im April 2008 per Online-Interviews 1.012 Konsumenten aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Polen befragt. Dabei stellte sich auch heraus, dass Kunden heute mehr als die reine Zahlungsfunktion von einer Prepaid-Karte erwarten. So wünschen sich 66 Prozent der europäischen Verbraucher zusätzlich die

Einbindung eines Rabattsystems bei bestimmten Händlern und 51 Prozent votierten für eine kontaktlose Bezahl-Funktion („Tap & Go“). 46 Prozent sprachen sich zudem dafür aus, Prepaid-Karten anzubieten, bei denen mit jedem Kauf eine gemeinnützige Spende verbunden ist.

Der Prepaid-Markt ist nach Angaben von MasterCard einer der am schnellsten wachsenden Bereiche in der Finanzdienstleistungsbranche. Für den europäischen Markt wird bis 2010 erwartet, dass allein die mit Prepaid-Karten begleichenen Alltagsausgaben eine Höhe von 14 Milliarden Euro erreichen. Unter Berücksichtigung der Wachstumsaussichten für weitere Anwendungsbereiche für Prepaid, wie Geschenk-, Reise- und Geschäftskarten, schätzt MasterCard das Potenzial für Europa auf 120 Milliarden Euro.