

50 internationale Zahlungsmethoden aus einer Hand - Interview mit moneybookers.com

✖ Moneybookers ist ein System für die einfache und kostengünstige Zahlung mit Kreditkarte oder Banküberweisung. Die besondere Stärke der Lösung liegt in der internationalen Abdeckung aller jeweils relevanter Zahlungsmethoden aus einer Hand mit nur einem Vertrag und der hohen Kundenakzeptanz.

Erfahren Sie im Interview mit Co-CEO Martin Ott mehr zum System.

Herr Ott, bitte beschreiben Sie Ihre Lösung in drei Sätzen?

Moneybookers bietet ein einfaches, sicheres und günstiges Bezahlssystem, welches Shopbetreibern mit nur einer simplen Aktivierung Kreditkartenzahlungen, Lastschrift, Giropay sowie alle weiteren wichtigen lokalen Bezahloptionen aus einer Hand ermöglicht. Dies bedeutet für den Verkäufer mehr Umsatz, da jeder Kunde seine von ihm preferierte Bezahloption vorfindet. Zudem ist bei Moneybookers das fortschrittliche Risikomanagement bei jeder Transaktion bereits im Preis enthalten.

Was sind die Highlights Ihrer Lösung?

Besonders attraktiv ist unser Service "Moneybookers Quick Checkout", welcher alle für den Kunden relevanten Zahlungsoptionen abdeckt. Beahlt ein Käufer mit Moneybookers Quick Checkout, gibt er lediglich die entsprechenden Zahlungsdetails an und schließt den Prozess direkt ohne weitere Dateneingabe ab. Zudem erhält der Händler bei allen direkten Zahlungen unmittelbar nach jedem Einkauf eine Bestätigung, dass er einen sofortigen Geldeingang hat, die Ware sofort versenden kann und seine Kunden mindestens 2 Tage weniger auf Ihre Einkäufe warten müssen. Durch die Komplettlösung von Moneybookers wird die Akzeptanz aller Zahlarten sozusagen zu einer Ein-Klick-Angelegenheit, welche die Verkaufsabwicklung jedes Händlers beschleunigt und ihnen wiederkehrende Kunden bringt. Ein guter Bezahlendienstleister ist wichtig, um beim Kunden das Vertrauen in den Online-Shop zu stärken - dieses Vertrauen können wir bieten. Auf der Seite des Händlers übernehmen wir das Betrugsrisiko und zudem für viele Partner sogar das Zahlungsausfallrisiko.

Kann man sich auch als kleinerer Shopbetreiber das Gesamtpaket leisten?

Ja, den Service von Moneybookers inklusive Risikomanagement erhalten Sie in jedem Fall ohne monatliche Fixkosten, ohne Installationskosten und ohne Jahresgebühr. Als Standardpreis wird pro Transaktion für alle Shopbetreiber lediglich eine Abgabe auf dem Rechnungsbetrag von 2.9% plus 29 Cent fällig. Dieser Betrag ist unabhängig von der gewählten Bezahlart oder des Herkunftslandes eines Kunden. Aber schon bei wenigen Transaktionen gibt es bei uns volumenabhängige Sonderkonditionen. Zusätzlich bieten wir momentan als Sonderaktion unsere eWallet Lösung kostenlos an.

Was zeichnet Ihre Quick Checkout Lösung aus?

Händler müssen immer mehr darum bemüht sein, dem Wunsch ihrer Kunden nach Sicherheit und Bequemlichkeit nachzukommen. Nicht jedes Zahlungsverfahren besitzt bei Kunden die gleiche Akzeptanz, weshalb es sich für Händler empfiehlt, vielfältige Zahlungsmöglichkeiten im Portfolio zu haben. Das Problem ist nur, dass der Händler mit jedem Zahlungsanbieter einzeln über Konditionen verhandeln und dann etliche Schnittstellen integrieren und verwalten muss. Die Lösung für dieses Problem entwickelten wir bereits 2001 und haben sie konsequent weiterentwickelt. Bei Moneybookers bekommen Händler alle relevanten Zahlungsmethoden des gewünschten Landes aus einer Hand und schließen hierfür nur einen einzigen Vertrag ab. Damit helfen wir den Händlern, ihren Umsatz zu steigern, denn dadurch, dass Sie alle für Ihre Kunden passenden und vertrauenswürdigen Bezahloptionen anbieten, wird kein Kauf mehr an Problemen im Zahlungsprozess scheitern.

Was umfasst das Risikomanagement?

Das Internet birgt zahlreiche Risiken, wie Identitäts-Diebstahl, Phishing oder Geldwäsche. Ein gutes Risikomanagement hat deshalb bei uns höchste Priorität. Unsere Risikoprofile sind individuell auf

jeden Händler abgestimmt und schützen dank unseres Risikomanagement-Systems vor Rücklastschriften und Betrug. Doch besteht auch bei vielen Endkunden Unwissen darüber, welche Bezahlmethoden für das Internet-Shopping wirklich sicher sind und wie vertraulich die Daten behandelt werden. Wir offerieren bereits seit 2001 eine der sichersten Zahlungslösungen der Welt und haben damit im eCommerce bei Verbrauchern und Händlern gleichermaßen zum Vertrauensaufbau beigetragen. Der Kunde gibt seine persönlichen Daten lediglich einmal in unserer sicheren Online-Umgebung ein und kann dann mit seinem eWallet ohne erneute Dateneingabe bei jedem Händler, der Moneybookers anbietet, bezahlen. Moneybookers schafft hier als Vertrauensträger einen Puffer für die Kunden: Der Händler bekommt auch im Nachhinein keine vertraulichen Zahlungsdaten des Kunden mitgeteilt. Denn Sicherheit und das Vertrauen der Nutzer stehen bei uns stets im Vordergrund.



Wie hoch ist der Aufwand, Ihre Lösung im Shop zu integrieren?

Moneybookers kann besonders im Bereich der Fertigshop-Lösungen durch seine Einfachheit und Benutzerfreundlichkeit überzeugen. Deshalb sind wir heute bereits in allen wichtigen Shoplösungen vorhanden oder aufgrund der großen Nachfrage gerade in der Integrationsphase. Es gibt kaum eine Shopsoftware die Moneybookers nicht als Standard eingebunden hat, so zum Beispiel bei ePages, Lycos, xt:commerce, Cosmoshop, Afterbuy und Auktionmaster, um nur einige zu nennen. Die Vorteile von Moneybookers für Benutzer einer Fertigshop-Lösung liegen auf der Hand. Moneybookers ist ein Sorglos-Service, der die Akzeptanz aller wichtiger Bezahlarten ermöglicht, ohne dass man sich den Kopf darüber zerbrechen muss, welches denn nun die Risiken, Kosten und technischen Anforderungen einer neuen Bezahlart sind. Wir nehmen in diesem sensiblen Bereich für den Händler die wichtigsten Fragen vorweg. Dieses Konzept ist er bereits von seiner Shopsoftware gewohnt - wir übertragen diese Serviceorientierung auf Bezahldienstleistungen.

Welches sind Ihre Top-Referenzshops?

Mehr als 20.000 Händler benutzen die Moneybookers-Produkte, darunter globale eCommerce Marken wie Skype, AOL oder Foto.com. Seit diesem Jahr arbeiten wir beispielsweise mit ricardo.ch, dem führenden Schweizer Online Marktplatz, und Hood.de, dem zweitgrößten Auktionshaus in Deutschland, zusammen sowie dem „Start-Up des Jahres 2007“ mymuesli.com. In den wichtigsten Shoplösungen sind wir inzwischen nicht mehr wegzudenken und haben deshalb viele gute eCommerce Referenzen aus dem Mittelstand.

Was sind die wichtigsten Anforderungen an Sie?

Die drei wichtigsten Anforderungen an ein Zahlungsverfahren sind eine hohe Kundenakzeptanz, ein schneller Zahlungseingang sowie geringe Kosten für den Händler. Moneybookers bietet seinen Händlern alle drei Faktoren: Durch die Abdeckung aller gängigen Zahlarten und die garantierte Sicherheit erreichen wir eine hohe Akzeptanz bei den Kunden. Dank der Einfachheit und Transparenz im Zahlungsprozess und der Möglichkeit für Transaktionen in Echtzeit gewährt Moneybookers einen schnellen Zahlungseingang; Kosten und Aufwand hingegen werden durch Moneybookers umfassendes „Service-Paket“ minimiert.

Was planen Sie für die Zukunft?

Bereits heute bietet Moneybookers über 50 lokale Ein- und Auszahlungsmöglichkeiten in mehr als 200 Ländern an, und darüber hinaus einen Kunden-Support in 12 Sprachen. In den kommenden Jahren werden wir international weiter expandieren. Asien, Lateinamerika und Afrika sind auch für uns spannende Wachstumsmärkte, in denen Kunden sicher und bequem bezahlen möchten.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen sich mit der Weiterentwicklung der Lösung?

Bei Moneybookers arbeiten zur Zeit über 250 Mitarbeiter und mehr als 100 davon beschäftigen sich nur mit der Weiterentwicklung unserer Bezahlösung.



Noch kurz zu Ihnen selbst: Verraten Sie uns Ihren beruflichen Werdegang?

Vor meinem Wechsel zu Moneybookers war ich als COO in der Geschäftsleitung bei Jamba tätig. Während dieser Zeit verantwortete ich den Ausbau und Betrieb des weltweiten operativen Geschäfts in fast 40 Ländern, sowie die Bereiche Marketing, Produktion, Content und Lizenzen. Ich habe Betriebswirtschaftslehre an der WHU in Koblenz studiert, sowie in Tokio und Moskau. Bevor ich zu Jamba kam, habe ich das in Tokio ansässige Internetportal Eken K.K. gegründet und als CEO geleitet.

Wo informieren Sie sich selbst zum Thema Online-Shopping?

Durch Branchenmedien, wie beispielsweise der Internet World Business, informiere ich mich über

den Markt, neu Lösungen und Kooperationen. Auch eCommerce Blogs gewähren mir einen Einblick in spezielle Aspekte, Fragen und die Resonanz auf unsere Produkte. In der allgemeinen Wirtschaftspresse, wie der Financial Times, lese ich, was die Verbraucher und Unternehmen beschäftigt.

Herr Ott, wir danken Ihnen für das Interview!