



## **Prepaidkarten bei europäischen Verbrauchern immer beliebter**

## Vorwort

In Nordamerika werden im Bereich Prepaid-Kreditkarten große Umsätze getätigt; diese Zahlen stellen fast die Hälfte des Gesamtweltmarktes dieser Branche dar. Manche Branchenexperten schätzen, dass der Wert der getätigten Debitgeschäften in den nächsten Jahren die Kreditgeschäfte übersteigen wird. Die Voraussage bis 2015 erwartet einen Umsatz von 680 Milliarden US-Dollar im gesamten Prepaid-Karten-Markt<sup>1</sup>.

Auf dem europäischen Markt wird diese neue Zahlungsform nur schleppend angenommen. Der europäische Verbraucherkreditkartenmarkt unterscheidet sich stark vom Markt der USA. Der EU-Verbraucher verlässt sich im Allgemeinen nicht gern auf eine Kreditkarte, wobei der UK-Markt eine Ausnahme bildet. Auch die Zersplitterung des Markts und die häufig exorbitanten Wechselgebühren bei grenzüberschreitenden Einkäufen tragen auch dazu bei, dass die Annahme dieses relative neuen Zahlungssystems nur zögernd vor sich geht.

Durch die enormen technischen Fortschritte in der Prepaid-Kreditkartenbranche sind die Karten jedoch inzwischen leichter und effektiver zu handhaben. Es sieht so aus, als wäre Europa inmitten des weltweiten wirtschaftlichen Abschwungs, trotz des dramatischen Anstiegs der Arbeitslosigkeit und eines enger gewordenen Kreditmarkts nun eher bereit, die Prepaid-Kreditkarte zu akzeptieren.

Mit diesem Arbeitspapier sollen ein paar der Hauptunterschiede der Prepaid-Kreditkarte im Vergleich zur herkömmlichen Kreditkarte sowie die Tendenzen und Indikatoren des erwarteten Aufschwungs dieser Art Produkt auf dem europäischen Markt aufgezeigt werden.

---

<sup>1</sup> PSE; Boston Consulting Group, Inc., Mai 2008, Auftraggeber der Studie: MasterCard.

## INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	1
Prepaid-Karte <i>versus</i> herkömmliche Kreditkarte	3
Der Prepaid-Markt wächst	6
Die MonoOne-Kartenlösung	13
Über die MonoBank PLC	15

# Prepaid-Karte versus herkömmliche Kreditkarte

## Herkömmliche Kreditkarten



Herkömmliche Kreditkarten, z. B. Visa®, MasterCard® und American Express®<sup>2</sup> sind Instrumente, die eine Bank dem Karteninhaber anbietet, mit denen er bis zu einem Höchstwert Geld ausgeben kann und erst später Gebühren dafür bezahlen muss. Diese Karten sind auch unter dem Begriff Postpaid-Karten bekannt. Die Kreditkartengesellschaft hat also mit Ihnen einen Kreditrahmen vereinbart, und Sie leihen sich also

für den Einkauf von Waren und Dienstleistungen Geld und müssen diese Summen später wieder zurückzahlen. Hierfür verlangen die meisten Banken einen Einkommensnachweis sowie eine Photokopie eines Passes, eines Führerscheins, Personalausweises oder einer Rechnung eines Stromversorgers. Auf den meisten Kreditkarten ist ein Limit mit angegeben, bis zu dem Sie Geld ausgeben können.

Um eine herkömmliche Kreditkarte zu erhalten, müssen Sie sich bei einem Kreditinstitut, also normalerweise einer Bank oder einem anderen Finanzinstitut, akzeptiert werden. D. h., Sie müssen einen Antrag ausfüllen, und Sie werden vom Kreditinstitut einer Überprüfung unterzogen, die Ihre Kreditwürdigkeit nachweist, was in der Regel über ein Kreditauskunftsunternehmen wie Experian, Equifax oder Callcredit im UK oder ähnliche Stellen für Bonitätsauskünfte in Ihrem Land erfolgt. Die Genehmigung hängt von einer Bewertung Ihres Kreditrisikos ab. Viele Verbraucher müssen feststellen, dass sie für eine herkömmliche Kreditkarte nicht in Frage kommen und abgelehnt werden, oder müssen sogar höhere Zinsen zahlen, wenn sie als Risikokunden eingestuft werden.

Wird Ihnen das Recht auf eine Kreditkarte zugestanden, schließen Sie mit dem Kreditgeber einen entsprechenden Vertrag ab. Sie erhalten einen monatlichen Kreditkartenauszug, auf dem das Restguthaben auf der Karte, die Kontobewegungen des jeweiligen Monats und die erforderliche Mindestrückzahlung und ihre Fälligkeit angegeben ist.

Normalerweise können Sie Ihren Saldo innerhalb einer festgelegten, auf Ihrer Monatsabrechnung angegebenen Kulanfrist zurückzahlen, ohne dass Zinsen anfallen. Beträge, die auf den nächsten Monat übertragen werden, sind allerdings Zinsen unterworfen. Und solche Jahreszinsen für Kreditkarten sind viel höher als die normalen Bankdarlehens, beginnen bereits bei 16 % und können bei Personen mit erhöhtem Kreditrisiko über 50 % betragen.

Die Mehrheit solcher Debitkarten fällt zwar unter die Marke Visa oder MasterCard, doch gibt es eine Vielzahl anderer Typen von Debitkarten, die nur für ein bestimmtes Land oder eine bestimmte Region gelten, z. B. Solo im United Kingdom, die *Carte Bleue* in Frankreich oder die "EC-Karte" (*electronic cash*) in Deutschland.

<sup>2</sup> Visa® ist ein eingetragenes Warenzeichen von Visa in den Vereinigten Staaten und anderen Ländern. MasterCard® ist ein eingetragenes Warenzeichen von MasterCard Worldwide und MasterCard International Incorporated. American Express® ist ein eingetragenes Warenzeichen der Fa. American Express.

## Prepaidkarten

Prepaidkarten, auch Prepaid-Scheck- oder -debitkarten oder „elektronische Geldbörse“ genannt, unterliegen keiner Kreditgenehmigung, da sie nicht mit einem Kreditinstrument verbunden sind. Auf die Prepaidkarte wird von vornherein mit Ihrem Geld aufgeladen und umfasst einen Restbetrag, der elektronisch verfolgt wird. Auf der Karte ist dieser Wert nicht physisch gespeichert; über die Kartenummer wird vielmehr eine Verbindung mit einer zentralen Datenbank hergestellt, von der der aktuelle Wert abgerufen wird. Im regulären Einzelhandel kann die Karte wie eine herkömmliche Kreditkarte verwendet werden, aber es kann immer nur soviel Geld ausgegeben werden, wie auch auf der Karte geladen ist.



Prepaidkarten wie die MonoOne-Karte der Fa. Mono Prepaid Ltd. (eine hundertprozentige Tochter der MonoBank PLC) bieten eine Alternative für Millionen von Verbrauchern, die keinen Zugang zum herkömmlichen Kreditkartensystem haben, weil sie z. B. den Offenbarungseid geleistet haben, keine herkömmlichen Banken aufsuchen können oder selbständig oder arbeitslos sind.

Solche Karten können üblicherweise online beschafft werden (ein Service, den die MonoOne-Karte anbietet und der immer beliebter wird) oder bei einer Reihe von Einzelhandelsgeschäften überall in Europa. Die Überprüfung der Bonität fällt dabei weg; kein Bankkonto und keine Einkommensdaten sind dafür notwendig; in der Regel sind höchstens die Personalien nachzuweisen.

Obwohl die Karte wie eine herkömmliche Kreditkarte aussieht und viele der Einkaufsmöglichkeiten einer solchen bieten, kann man damit keine Schulden machen. Ähnlich wie bei einer aufgeladenen Telefonkarte kann man damit Einkäufe tätigen oder an Geldautomaten Bargeld abheben. Einer der Unterschiede zu einer Debitkarte ist z. B., dass man mit der Prepaid-Karte auch bei einer Autovermietung oder anderen Firmen, die normalerweise eine Kreditkarte verlangen, bezahlen kann.

Prepaidkarten haben viele unterschiedliche Funktionen. Man kann mit ihnen im Internet oder am Telefon einkaufen – was vielen Verbrauchern, die sonst keine Kreditkarte haben, sehr entgegen kommt. Auf Reisen können sie – ganz im Gegensatz zu Bargeld – als sicheres Zahlungsmittel dienen. Sie verhindern eventuell, dass sich Verbraucher unnötig verschulden. Eltern können ihre heranwachsenden Kinder regelmäßig elektronisch mit Geld versorgen und deren Konto damit verwalten. Man kann mit ihnen auch an Millionen von Geldautomaten weltweit Bargeld abheben.

Auch bei Geldüberweisungen stellt die Prepaidkarte eine einfache und preisgünstige Alternative zu anderen Zahlungsdiensten dar. Dabei werden zwei oder mehr Karten für einen Karteninhaber ausgestellt, und die Karte kann von diesem weit entfernten Verwandten oder Freunden übergeben werden. Dann kann der Karteninhaber auf diese Weise elektronisch von einer Karte zur anderen Geldbeträge überweisen, was zum Beispiel für Wanderarbeiter oder Migranten, deren Familie im weit entfernten Ausland wohnt, höchst nützlich sein kann.

## Closed Loop versus Open Loop

Manche Prepaidkarten, zum Beispiel elektronische Geschenkkarten, dienen dazu, um zum Zeitpunkt ihres Kaufs mit Geld aufgeladen zu werden, und gelten nur für eine bestimmte Einzelhandelskette oder -firma. Ist das Geld dann aufgebraucht, hat die Karte keinerlei Wert mehr.



Produkte, die einem „open loop“ (offenen Kreislauf) unterworfen sind, werden jedoch immer beliebter. Diese Karten haben einen allgemeineren Verwendungszweck und können, ähnlich wie eine herkömmliche Kreditkarte, in vielen Geschäften, beim online-Kauf sowie für Bankgeschäfte am Telefon verwendet werden. Sie tragen oft das Visa- oder MasterCard-Logo (oder Maestro<sup>3</sup>) und werden überall akzeptiert, wo diese auch akzeptiert werden. Im Fall der Produkte, die die Fa. Mono Prepaid Ltd. anbietet, sind dabei etwa 29 Millionen Händler und über eine Million Geldautomaten weltweit beteiligt.

Open-loop-Karten (Karten im geschlossenen Kreislauf) sind wiederaufladbar, d. h. die Karte kann über eine lange Zeit weiterverwendet werden, weil auf sie zusätzliche Beträge geladen werden können. Häufig kann man sie an Geldautomaten, online oder in bestimmten Einzelhandelsgeschäften wieder aufladen.

Auch am Arbeitsplatz können sie verwendet werden, wenn zum Beispiel ein Arbeitgeber seine Mitarbeiter direkt über ihre Karten bezahlt, so dass Scheckeinlösegebühren überflüssig werden und direkte Kaufkraft entsteht.

## Zusammenfassung

Hierzu ein Zitat von Red Gillen, Branchenanalytiker bei Celent: *"Es gibt ein altes Sprichwort: Arm sein ist teuer! Und genauso ist es auch. Man muss für die Einlösung der Schecks zahlen. Man muss für Zahlungsanweisungen zahlen. Viele Menschen, die kein Bankkonto haben, zahlen auch für die Übersendung von Geld. Natürlich sind damit noch nicht die indirekten Kosten bezahlt, nämlich die Fahrt zum scheckeinlösenden Institut. So wird das Leben recht teuer. Diese Karten wären dann eine Möglichkeit, Kosten zu reduzieren und das Leben dieser Menschen zu vereinfachen<sup>4</sup>."*

<sup>3</sup> Maestro® ist ein eingetragenes Warenzeichen von MasterCard Worldwide.

<sup>4</sup> Visa MasterCard halten die Prepaid für Gold wert! Laurie Kulikowski, www.thestreet.com, 9. Juni 2008

## Der Prepaid-Markt wächst

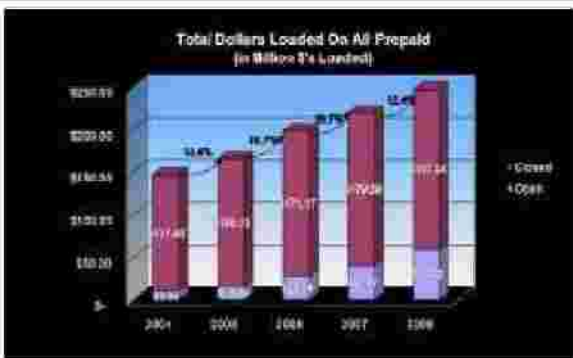
Die europäischen Verbraucher konnten sich in den letzten fünfzehn Jahren nicht so recht für die Prepaid-Idee erwärmen, während sie in Nordamerika begeistert aufgenommen wurde. Offenbar ändert sich dies jetzt. In den vergangenen Jahren zeigte sich ein dramatischer Aufschwung bei den Prepaidkarten, und es wird angenommen, dass dieser Trend weiter anhält.

Momentan gehört der Prepaid-Markt zu den schnellstwachsenden Branchen weltweit, und es wird geschätzt, dass die Wachstumsrate in den kommenden Jahren noch weiter steigt. Einer der jüngsten Marktforschungsberichte von PSE Consulting stellt fest, dass die Umsätze im Prepaidmarkt bis 2015 über einen Kartenbasis von 418 Millionen Stück und Transaktionssummen von 4,4 Milliarden gut und gern 132 Milliarden Euro betragen werden.<sup>5</sup>

Diese PSE-Studie besah sich den Markt auch aus der alleinigen Open-Loop-Perspektive an (*also nicht gekoppelt an ein einzelnes Einzelhandelsunternehmen oder eine ausgewählte Einzelhändlergruppe, z. B. bei vielen Kundenkarten*). Sie vermeldet, dass in diesem Markt vermutlich ca. 79 Mrd. Euro an Transaktionen und 45 % des Gesamtvolumens aller Prepaidvorgänge getätigt werden. Was den gesamten Marktwert angeht, so schätzt man die Prepaidbranche auf 4 % des Gesamtkredit- und -debitvolumens in Europa, wobei jede einzelne Karte ca. 300 Euro an Geldausgabe [Verbraucherkäufen] bedeutet und jeder Einzelsvorgang einen durchschnittlichen Wert von 30 € besitzt (gegenüber einem mittleren Debit von 63 €).

Eine früheren Marktstudie des Jahres 2007, durchgeführt von den Unternehmensberatern Boston Consulting Group, Inc. (BCG) im Auftrag von MasterCard, sagt voraus, dass Europa im Jahre 2015 rund 25 % des Weltmarktes beherrschen wird, also hinter dem führenden Markt der USA mit seinen 45,9 %, aber ziemlich weit vor Japan mit einem geschätzten Anteil von 9,1 % des Gesamtweltvolumens.<sup>6</sup> Dies entspräche einem Gesamtmarktwert von ca. 170 Mrd. US-Dollar.

*Gesamtsumme Dollar, die 2008 auf alle Prepaid-Produkte aufgeladen wurde:*



Die Beratergruppe Mercator Advisory Group stellt einen ständigen Anstieg des Marktwerts der Prepaid-Produkte fest; siehe Grafik links. Es sind zwar die Closed-Loop-Karten, die bisher als Kundenkarte eines einzigen Händlers den Löwenanteil des Markts ausmachen, doch sind Branchenkenner der Meinung, dass auch vom Bereich Open-Loop Wachstum kommen wird, insbesondere von wiederaufladbaren Karten<sup>7</sup>.

<sup>5</sup>European Prepaid Market 2008. Marktstudie der PSE (Payment Systems Europe Limited) Consulting im Auftrag von MasterCard Worldwide im Oktober 2008. Geschätzte Ausgaben von bis zu 164 Mrd. USD bis im Jahre 2010 im Bereich Prepaid-Karten in Europa. Pressebericht von MasterCard Europe vom 10. Mai 2007.

<sup>7</sup>Sechste Jahresmarktbeurteilung des Netzwerks von Prepaid-Markentiteln. Mercator Advisory Group, September 2009

## Marktfaktoren, die das Wachstum begünstigen



**Regelwerk mit Vorschriften:** Einer der treibenden Faktoren für das Wachstum des Prepaid-Karten-Sektors ist die Einführung des einheitlichen europäischen Zahlungsraums (SEPA) der Europäischen Union (EU)<sup>8</sup>. Das erklärte Ziel des Europäischen Zahlungsraums bei der Schaffung eines EU-weiten einheitlichen Zahlungsraums für Karten ist es, allen europäischen Kunden (Karteninhabern und Händlern) zu ermöglichen, Mehrzweckkarten zu nutzen, um im gesamten SEPA in genauso einfacher und bequemer Art und Weise Zahlungen in Euro anzuweisen und entgegenzunehmen und Bargeld in Euro abzuheben, wie sie es von ihrem Heimatland kennen. Bisher waren grenzüberschreitende Zahlungen meist stark variierenden Kosten und Gebühren unterworfen, nämlich Gebühren für die Abfertigung, Bearbeitung und andere entsprechende Bankgebühren. Der einheitliche europäische Zahlungsraum SEPA nun ist ein Raum, in dem Staatsbürger, Firmen und andere beteiligte Geschäftspartner in ganz Europa auf nationaler oder internationaler Ebene zu denselben Grundbedingungen, Rechten und Pflichten an beliebigen Orten Zahlungen vornehmen oder empfangen können. Das geografische Gebiet des SEPA umfasst die 27 EU-Mitgliedsstaaten sowie Island, Liechtenstein, Norwegen, Schweiz und Monaco. Letztlich wird angestrebt, den Verbrauchern zu ermöglichen, auf ein einziges Bankkonto und eine Zahlungskarte zurückzugreifen, um Zahlungen in insgesamt 32 SEPA-Ländern vornehmen zu können.

Von noch größerer Bedeutung ist wohl die Zahlungsdiensterichtlinie (PSD), mit der die Einrichtung eines modernen und allumfassenden Regelwerks für alle Zahlungsdienste innerhalb der Europäischen Union geschaffen werden soll. Eines ihrer erklärten Ziele ist die Ablösung des Geldüberweisungsdienstes von herkömmlichen Finanzdienstleistungen zwischen den Vertragsparteien (insbesondere die Eröffnung von Bankkonten) und Schaffung eines Vorschriftenrahmens für alle möglichen Geldüberweisungen, und zwar unabhängig vom Instrument oder Mittel, mit dem die Überweisung getätigt wird.

Die PSD, die von den EU-Mitgliedsnationen bis November 2009 umgesetzt werden muss, strebt ferner eine Wettbewerbsverbesserung an, indem sie neuen Teilnehmern Zugang zu Zahlungsmärkten verschafft und damit für größere Effizienz und eine Kostenreduzierung sorgt. Die PSD sieht die Aufnahme von Geschäftsstellen als „Dienstleistungsanbietern“ vor, bei denen der Kunde Geldüberweisungen tätigen kann, ohne erst ein herkömmliches Bankkonto eröffnen zu müssen.

**Auswirkungen der Rezession:** Die Auswirkungen der Rezession auf die Verbraucher sind ein weiterer wichtiger Faktor, der zur vermehrten Annahme der Prepaidkarten durch den Verbraucher geführt hat. Der Internationale Währungsfond (engl. IMF) stellte kürzlich Prognosen auf, dass das Bruttoinlandsprodukt im Jahre 2009 in der Euro-Zone<sup>9</sup> um 4,2 % und in Großbritannien<sup>10</sup> um 4,4 % sinken wird. Der IWF sagte auch voraus, dass die Arbeitslosenquote nächstes Jahr im Vergleich zur Prognose von 9,9 % des Jahres 2009 auf 11,7 Prozent steigen wird, was einen Anstieg um mehr als 50 % bedeutet, wenn man die 7,5 Prozent von 2007 betrachtet, das Jahr, in dem die Finanzkrise zuschlug.

<sup>8</sup> Nur 16 der 27 Mitgliedsstaaten haben den Euro als Landeswährung akzeptiert. Eine der wichtigsten Ausnahmen ist das UK.

<sup>9</sup> Die Eurozone ist ein wirtschaftlicher Zusammenschluss und ein einheitlicher Währungsraum (engl. EMU) von 16 Mitgliedsstaaten der Europäischen Union mit einer Gesamtbevölkerung von 325 Millionen, die den Euro als einzige Währung angenommen haben. Er besteht momentan aus Österreich, Belgien, Zypern, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Island, Italien, Luxemburg, Malta, den Niederlanden, Portugal, Slowakei, Slowenien und Spanien. Die Währungspolitik der Zone liegt in der Verantwortung der Europäischen Zentralbank; eine gemeinsame Vertretung, Regierung oder Finanzpolitik gibt es in der Währungsunion jedoch nicht.

<sup>10</sup> Europas Wirtschaft erholt sich gerade - IMF, Brian Love, Thomson Reuters, 1. Oktober 2009.

Wie Joaquin Almunia, der EU-Wirtschafts- und Finanzkommissar, sagte, befindet sich "die europäische Wirtschaft momentan in ihrer tiefsten und weitreichendsten Rezession der Nachkriegszeit."<sup>11</sup>

Der stärkste Einzelfaktor für die Insolvenz und den Bankrott des Verbrauchers ist dabei die Arbeitslosigkeit in Europa, gefolgt von Scheidungsrate und Krankheit. Man darf annehmen, dass diese steigenden Arbeitslosenzahlen dann Probleme verstärken, wenn die betroffenen Verbraucher momentan keinerlei Zugang zu den herkömmlichen Bankangeboten haben, und den Zugang zu herkömmlichen Kreditkarten weiter beschränkt.

**Der Kreditmarkt wird enger.** In Europa erwarten die Darlehensgeber vermehrt Zahlungsrückstände durch Verbraucherschulden, weil die Kreditkartenkrise, die bereits bei den US-amerikanischen Banken Milliardenverluste in Dollars verursachte, nun über den Atlantik herübergeschwappt ist. Der IWF schätzt, dass 7 % der 2,467 Trillionen \$ an Verbraucherschulden in Europa verloren sind, wovon das UK, der größte Markt an Kreditkartenschuldnern des Kontinents, besonders betroffen ist. Die Analysten erwarten noch weitere Verluste aufgrund der steigenden Arbeitslosenzahlen im UK und privater Offenbarungseide, die im ersten Quartal des Jahres 29.774 betrug und weiter steigen<sup>12</sup>.



Als Reaktion darauf wird die Sachlage bei den Verbraucherkrediten immer enger. Etwa die Hälfte der Personen, die einen Antrag auf eine Kreditkarte stellen, wird abgelehnt, also ein Drittel mehr als letztes Jahr, da die Kartenanbieter nach den Aussagen des APACS, dem britischen Verband für Zahlungsverkehr<sup>13</sup>, vorsichtiger prüfen, wem sie ihr Geld leihen.

Zum einen reagiert der Verbraucher darauf, indem er sich an zweitklassige Kreditanbieter wendet und z. B. Zahltagkredite (eng. *Payday loans*) aufnimmt. Diese kurzfristigen Kredite (weniger als einen Monat Laufzeit mit sehr hohen Zinsen) verzeichnen im UK einen rasenden Anstieg, nämlich 55 % vom September letzten Jahres bis Mai dieses Jahres. Die Kreditsumme beträgt normalerweise etwa 80 GBP bis 1.000 GBP. In der Regel müssen für geliehene 100 GBP innerhalb eines Monats 125 GBP zurückgezahlt werden – was einer Jahreszinsrate von 1355 Prozent entspricht!<sup>14</sup>

***Der Prepaid-Kreditkartenmarkt bietet damit eine attraktive Alternative für diese Art zweitklassiger Kredite. Das Fehlen eines Verbraucherkredits ist ein wichtiger Faktor, um die Prepaidkarten zu einer interessanten Zahlungsalternative zu machen. Der Verbraucher nimmt die Prepaidkarten immer mehr wahr, und es wird geschätzt, dass er vermehrt auf sie zurückgreifen wird, je weniger Zugang er zu herkömmlichen Kreditmöglichkeiten hat.***

<sup>11</sup> Die EU sieht Europa vor einer tiefen Rezession. Matthew Saltmarsh, The New York Times, 5. Mai 2009.

<sup>12</sup> Europa wappnet sich gegen steigende Außenstände bei Kreditkarten. Jane Croff und Megan Murphy in London und Francesco Guerra in New York, 26. Juli 2009, The Financial Times Limited.

<sup>13</sup> Die Verbraucher suchen Wege, um die Kredite zu verschärfen. Alice Ross und Elaine Moore, 5. Juli 2008, The Financial Times Limited.

<sup>14</sup> Die Verbraucher suchen Wege, um die Kredite zu verschärfen. Alice Ross und Elaine Moore, 5. Juli 2008, The Financial Times Limited.

## Wie nimmt der Verbraucher die Prepaidkarte wahr?

Die im Auftrag von MasterCard durchgeführte Studie der *ase Market Intelligence* weist nach, dass bei Befragung über die möglichen Vorteile im Vergleich zu Bargeld und Schecks fast drei Viertel der europäischen Verbraucher (71 %) für die finanzielle Kontrolle, die bei der Prepaid-Zahlung anfällt, dankbar sind, und froh sind, dass sie sie an einer Verschuldung hindert.

Über die Hälfte der europäischen Verbraucher (54 %) sieht in der Prepaidkarte auch ein Mittel zur Budgetkontrolle, das ihnen ermöglicht, für bestimmte Dinge, z. B. den Wocheneinkauf bis hin zu den Kosten für den Urlaub, Geld zurückzulegen.

Dieser Bericht sagt aus, dass die drei Hauptgründe für das Interesse des Verbrauchers an der Prepaidkarte folgende sind:

- Zugang zur elektronischen Zahlungsweise
- Sicherheit
- Einfache und bequeme Alternative zu Bargeld

Die Studie, die *ase Market Intelligence* im April 2008 im Auftrag von MasterCard über online-Interviews mit 1.012 Verbrauchern im UK, In Frankreich, Italien, Deutschland und Polen durchführte, zeigt auch, dass die Verbraucher von ihrer Prepaidkarte inzwischen mehr als nur die Möglichkeit eines normalen Zahlungsvorgangs erwarten.

### Übersicht über die Verbrauchermeinung zur Prepaidkarte nach Marktgebiet<sup>15</sup>:

	UK	Frankr.	Italien	Deutschl.	Polen
Nehmen die Prepaidkarte als Zahlungsmittel wahr	67%	54%	87%	63%	39%
Erkennen, dass damit Schulden verhindert würden	80%	72%	74%	57%	72%
Ermöglicht die Kontrolle u. das Zurücklegen von Geld für bestimmte Dinge	60%	43%	60%	43%	67%
Lieber Karte als Bargeld vor, da sie die persönliche Sicherheit erhöht	54%	48%	71%	36%	74%
Lieber als Bargeld vor, da sie sie für bequemer halten	56%	54%	80%	52%	69%
Sehen Karte als sichere Einkaufsmöglichkeit auf Kanälen ohne Barzahlung, also online oder per Telefon	65%	52%	87%	47%	72%
Sind dankbar, dass sie mit Karte an Geldautomaten oder im Ausland Bargeld abheben könnten	62%	44%	80%	53%	67%
Hätten gern zusätzlich eine Art Treuebonus	64%	52%	74%	63%	78%
Hätten gern zusätzlich eine Tap&Go-Funktion	46%	38%	67%	45%	59%
Hätten gern zusätzlich eine Möglichkeit, damit Spenden zu tätigen	41%	50%	55%	32%	57%

<sup>15</sup> Die europäischen Verbraucher wechseln wegen der finanziellen Kontrolle vom Bargeld zur Prepaidkarte. Presseinformation von MasterCard Europe, 8. Mai 2008.

## Marktsegmente

Es gibt in Europa bereits eine große Zahl verschiedener Prepaidkarten. Interessant ist, dass in jedem Land der Europäischen Union ganz unterschiedliche Akzeptanzzahlen und Verwendungsmöglichkeiten zu finden sind.

Die meistakzeptierte Form der Prepaidkarte ist die elektronische Gutscheinkarte, die rund ein Viertel aller Einkäufe in Europa ausmacht. In diesem Segment erwartet man allerdings kaum mehr Zuwächse, und die meisten Branchenexperten sehen künftiges Wachstum eher in der wiederaufladbaren *Open-Loop*-Karte.



Ein weiterer wichtiger Sektor ist das Online-Shopping, und zwar vor allem für Verbraucher, die keinen Zugang zu traditionellen Kreditkarten haben und zum Beispiel mit der Prepaidkarte der Mono Prepaid Ltd. ganz einfach im Internet Produkte und Dienstleistungen bestellen können. Fast 20 % des Dollarwerts der Käufe werden mit Prepaidkarten über das Online Shopping erwirtschaftet<sup>16</sup>.

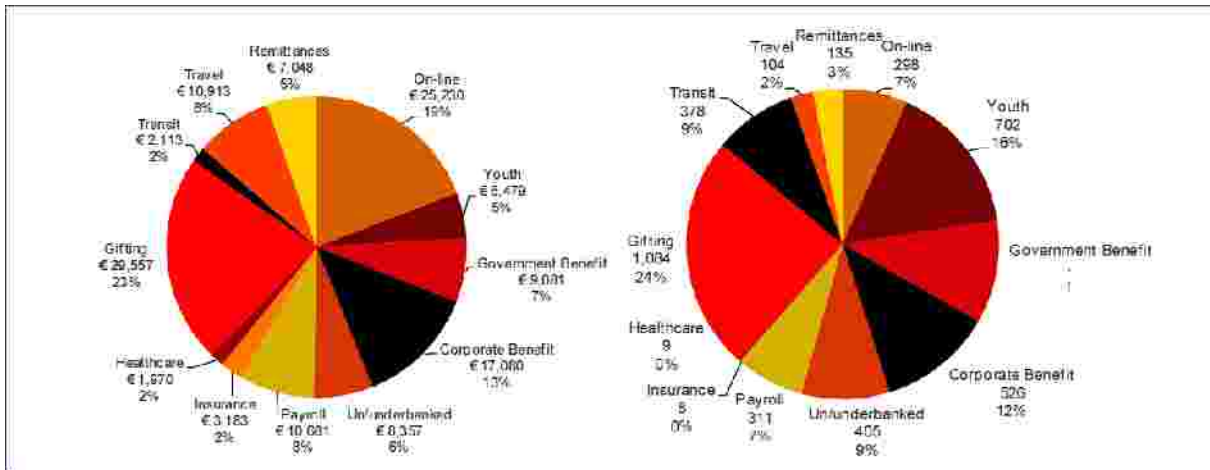
Der Markt mit den Jugendlichen ist ein weiterer interessanter Hauptsektor. Viele Kartenprovider, wie z. B. Mono Prepaid Ltd., bieten Prepaidkarten an, auf die die Eltern Geld laden können und die sie ihren Kindern dann zur Verwendung überlassen. Damit haben Eltern eine gute Möglichkeit, ihre Kinder beim Geldausgeben in gewisser Weise zu kontrollieren, und die Kinder können auf sichere und bequeme Art einkaufen. Diese Verwendungsart ist ideal für die Zielgruppe der Studenten.

Auch die Tourismusbranche hat bisher stark von der Prepaidkarte profitiert. Als Alternative zu Bargeld oder Travellerscheck werden sie gerne von Reisenden genutzt, die ihr kleines Format und ihre weltweite Akzeptanz mögen. Viele Touristen wollen auch auf Reiseneinfach nicht dem Einkaufswahn verfallen, was zu noch mehr Verschuldung wegen hoher Zinsen führen würde, wenn sie ihren Rückstand nicht sofort zurückzahlen können.

Eine vielversprechende Anwendung der Prepaidkarte ist die allmähliche Akzeptanz bei Behörden, die sie für Überweisungen an die Verbraucher nutzen. Es wäre für alle Beteiligten von immenssem Vorteil, wenn alle regelmäßigen Leistungen des Staats auf diese Weise erfolgten. Die Behörden könnten so mit niedrigeren Kosten als mit den üblichen Schecks wirksam Gelder überweisen. Für den Verbraucher wären solche Gelder dann sofort verfügbar; insbesondere Personen, die sonst keinen Zugang zu Bankgeschäften hätten, müssten nicht mehr umständlich zuerst Schecks einlösen.

<sup>16</sup> Der europäische Prepaid-Markt im Jahre 2008, Bericht von PSE Consulting im Auftrag von MasterCard Worldwide, Oktober 2008

Prepaid-Umsätze in Mio. € (links) und Transaktionsvolumen (rechts) im Jahr 2015 in Gesamt Europa



Legende (im Uhrzeigersinn): Remittances = Überweisung, Youth = Jugend, Government Benefit = Leistungen des Staats, Corporate Benefit = Firmenleistungen, Un/Underbanked = Personen ohne Bankzugang/Probleme mit den Banken, Payroll = Gehaltszahlung, Insurance = Versicherung, Healthcare = Gesundheitswesen, Gifting = Geschenke, Transit = Durchgangsverkehr, Travel = Reisen.

- Europäischer Prepaid-Markt 2008, Bericht der PSE Consulting im Auftrag von MasterCard Worldwide, Oktober 2008

## Zusammenfassung

In seiner Rede bei der Zweiten Prepaid-Jahreskonferenz der Fa. MasterCard Europe in Cannes im Mai 2008 erklärte Chris Reddish, der Leiter *Global Product Prepaid Europe* von MasterCard:

"In einem Klima weltweit wachsender Sorge um die Verschuldung sucht der Verbraucher nach einem transparenten und benutzerfreundlichen Finanzinstrument, mit dem er sein Geld jeden Tag kontrollieren und für besondere Gelegenheiten einplanen kann. Dieser Wunsch bestätigt, dass der Verbraucher immer mehr geneigt ist, Prepaidkarten als ein Mittel zum verantwortungsvollen Einkauf und zur Finanzplanung zu akzeptieren. Prepaidkarten können leicht erworben werden und sind bequem zu bedienen. Sie machen den Verbraucher mündig, indem sie ihm die finanzielle Freiheit geben, eine bargeldlose Karte zu nutzen, ohne hierfür eine Kreditkarte eröffnen zu müssen oder sich einer Kreditauskunft unterziehen zu müssen. Dies bedeutet auch, dass jetzt ein zusätzlicher Personenkreis von Verbrauchern am Kartenzahlungssystem teilnehmen und damit Waren und Dienstleistungen über rein bargeldlose Kanäle, also über das Telefon oder Internet, erwerben kann. Das Potential des Prepaid-Segments ist in unseren Zeiten gar nicht abzusehen!"<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Geschätzte Ausgaben von bis zu 164 Mrd. USD bis im Jahre 2010 im Bereich Prepaid-Karten in Europa. Pressebericht von MasterCard Europe vom 10. Mai 2007.

Der Sektor Prepaid gehört zu den am schnellsten wachsenden Sektoren der Zahlungsbranche. Seine Popularität basiert auf der finanziellen Freiheit, die sie dem Karteninhaber verleiht, einfach indem er an der Ladenkasse von der Sicherheit, Bequemlichkeit und weltweiten Akzeptanz einer elektronischen Karte profitiert, ohne hierfür ein Bankkonto haben zu müssen. Die neue Studie zeigt, dass die Bekanntheit der Prepaidkarte beim Verbraucher in ganz Europa, besonders in der Altersgruppe 35 bis 44 Jahre, der Gruppe der Hausfrauen, einfachen Arbeiter, Geringverdiener oder Auszubildenden, Arbeitslosen und Rentnern, als Zahlungsmittel ein bisher unbekanntes Maß erreicht hat (62 %).<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>

Studie von MasterCard Europe, durchgeführt von ase *Market Intelligence*, April 2008.

## Die MonoOne-Kartenlösung

Das Prepaid-Kreditkartenprogramm der MonoBank wendet sich an Personen, deren Kreditwürdigkeit mangelhaft ist, und an Personen, die vom normalen Banksystem nicht mehr bedient werden. Das Kartenprogramm MonoOne wird von der hundertprozentigen Tochter der MonoBank angeboten – der Fa. Mono Prepaid Ltd. Es soll dem Verbraucher ermöglichen, Waren und Dienstleistungen online zu kaufen, und zwar in Einzelhandelsgeschäften, wo auch die MasterCard akzeptiert wird. Karteninhaber können ferner per Telefon oder Geldtransfer weltweit einkaufen. Mit der MonoOne-Karte kann der Verbraucher an Millionen Geldautomaten auf der ganzen Welt Bargeld abheben.

Bei der MonoOne-Karte handelt es sich um eine wiederaufladbare Mehrzweck-Prepaid-Kreditkarte des Typs Open-Loop. Sie kann wie jede andere Kreditkarte für den Einkauf in Einzelhandelsgeschäften, online oder am Telefon verwendet werden. Die Karte ist jedoch mit keinerlei Kreditangebot verbunden, so dass der Verbraucher sich nicht darum kümmern muss, ob er überhaupt kreditwürdig ist; es kann hierdurch zu keinerlei Verschuldung durch aufgelaufene Rechnungen kommen, die vielleicht nicht mehr beglichen werden können. Der Verbraucher kann die Karte in teilnehmenden Einzelhandelsgeschäften, online oder mit dem Handy wieder aufladen. Auch kann diese Karte wie eine Debitkarte verwendet werden, um in ganz UK und Europa Bargeld an den hierfür eingerichteten Geldautomaten abzuheben.



Die MonoOne-Karte ist eine elektronische Chipkarte mit einer Sicherheits-PIN-Funktion und bietet den Karteninhabern ein hohes Maß an Sicherheit. Für den UK-Markt ist die Karte als Pfundwährung vorgesehen; für den Einsatz in der Europäischen Union ist sie auch in Euro erhältlich.

Die MonoOne-Karte soll noch in diesem Jahr 2009 über die Mono-Prepaid- Website des Unternehmens erhältlich sein ([www.monoprepaid.com](http://www.monoprepaid.com)). Der Verbraucher kann ein einfaches Anmeldeformular ausfüllen, mit dem seine Identität geprüft wird (keine Bonitätsprüfung!) und erhält bald darauf mit der Post eine neue Karte, auf der der Name des Verbrauchers steht.

### Übersicht über die Vorteile der MonoOne-Karte

- Keine Kreditwürdigkeitsprüfung, kein Bankkonto und kein Arbeitgeber erforderlich
- Garantierte Bewilligung (*der Verbraucher muss eine ständige Adresse, Telefonnummer angeben und einen gültigen Führerschein oder Reisepass vorlegen*).
- Einkauf oder Rechnungszahlung im Internet oder per Telefon
- Einkauf von Waren und Dienstleistungen bei Einzelhändlern weltweit
- Man kann damit ein Auto mieten, einen Flug buchen oder ein Hotelzimmer reservieren.

- Ihr Arbeitgeber kann Ihren Lohn damit direkt auf Ihre Karte zahlen; Sie sparen so die Scheckeinlösegebühren.
- Sicherer als jedes Bargeld
- An Millionen von Geldautomaten weltweit Bargeld abheben
- Geld an die Familie und an Freunde überweisen
- Eine Vielzahl an Wiederauflademöglichkeiten, z. B. über das Internet, mit dem Handy und bei teilnehmenden Einzelhändlern
- Ausgezeichnete Möglichkeit zur Budgetplanung – Sie können nicht mehr ausgeben, als auf Ihrer Karte drauf ist
- Online-Zugang zu einer ausführlichen Liste aller Transaktionen, die Sie online oder über Ihr Handy erledigen können
- Einfache und übersichtliche, kostengünstige Gebührenstruktur, wobei keine Kosten für die Einkäufe anfallen.

#### Online wiederaufladen:

Die MonoOne-Karte kann auch online auf der Website des Unternehmens aufgeladen werden, was übrigens immer mehr in Anspruch genommen wird, weil das Internet für fast alle Verbraucher weltweit zur Verfügung steht und keine Exkursion zum Einzelhändler fällig wird. Damit kann der Verbraucher seine Karte zuhause, im Büro oder an jedem beliebigen Ort, auch wenn er online geht, aufladen, indem er seine normale Debit- oder Kreditkarte benutzt oder durch eine Direktbanküberweisung, wenn seine Bank ihm dies anbietet.

#### Handytauglich:

Karteninhaber können ihre Karte auch mit dem Handy durch Überweisung von ihrer Debitkarte oder ihrem Bankkonto aufladen, was wohl die allerbequemste Möglichkeit für den Karteninhaber darstellt.

Karteninhaber haben auch Zugang zu einem Hilfesystem über das Handy, können ihre Karte gegen unbefugten Gebrauch blockieren oder freigeben und ihr verfügbares Restguthaben mittels SMS (Short Message Service, Textnachricht, auf den meisten Handys verfügbar) abrufen.

#### Kundendienst

Die Fa. Mono Prepaid wird den Kunden auch eine telefonische Hotline in mehreren Sprachen einrichten, die zunächst auf Englisch, Deutsch und Spanisch verfügbar ist; weitere Sprachen sind im Zuge der Ausdehnung des Kartenprogramms des Unternehmens auf weitere Länder innerhalb der EU geplant.

## Über die MonoBank PLC

Das Unternehmen MonoBank PLC wurde 2004 gegründet und hat seinen Hauptsitz in London, England. Das Produkt- und Dienstleistungsangebot der MonoBank PLC soll dem Bedarf der Kreditunwürdigen und Kleingeschäfte in den Americas, in Europa und Asien entsprechen. Das Ziel des Unternehmens ist die Bereitstellung einer Reihe von Produkten und Dienstleistungen an Personen, die Probleme mit ihrer Kreditwürdigkeit haben, und deren laufende Weiterentwicklung als erster Anbieter am Markt – aufbauend auf die Akzeptanz der Verbraucher und den Wiedererkennungswert der Marke - mit gleichzeitiger Erzeugung von Kundenzufriedenheit.

Als internetbasiertes Unternehmen wird die MonoBank PLC ihr Hauptgeschäft online durchführen. Die Verbraucher können alles online erledigen – Prepaid-Kreditkarten bestellen, ihr Konto einsehen, ihre Rechnungen zahlen und den Kundendienst kontaktieren.

Das Ziel des Unternehmens ist ein Angebot von Kreditoptionen mit bisher ungeahnten Möglichkeiten an alle, die Probleme mit ihrer Kreditwürdigkeit haben. Die leicht bedienbare Website der Firma führt den Verbraucher durch jeden Anwendungsschritt und bietet ihm dabei die Hilfe, die den Bedürfnissen des Einzelnen entgegenkommt.

Zu weiteren Leistungen der MonoBank PLC zählen:

- Kundentreueaktionen für Verbraucher und Geschäftspartner
- Lohnzahlungskarten
- Elektronische Gutscheinkarten
- Preisgünstige Geldüberweisungen
- Virtuelle und Prepaid-Kredit- und -debitkarten im Ausland und in den USA für Personen, die keinen Bankverkehr durchführen können.

Wir wissen wohl, dass jeder Verbraucher seine eigenen Bedürfnisse hat. Wir bei der MonoBank PLC sind bestrebt, diesen Bedürfnissen mit einem hochwertigen Service und Einzelsprache gerecht zu werden. Wir sind stolz darauf, dass wir unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen bieten können.

### **Kontaktdaten der MonoBank PLC**

UK-GmbH, eingetragen unter der Nr. 5033632, börsennotiert an der Frankfurter Börse ([FWB symbol: WNW](#))

Zweigstelle London:  
 22 Woodstock Street  
 London, UK  
 W1C 2AR  
 Tel.: + 44 (0) 20 7788 7986