

Leitartikel

Es hätte schlimmer kommen können (4)

Karten-Blickpunkte

Zahlverhalten: Ein anderer Markt (6)
Sepa: Mut zur Lücke (6)
Kartenmarkt Deutschland: Durststrecke in Sicht (7)
Visa deutlich vor Mastercard (7)
Produktpolitik: Schöne neue Welt (8)
Der DSV und Payone: gelungener Schachzug (8)
Der NFC-Sticker tut es zunächst auch (8)
Run auf die Firmenkarten? (9)
Was wird aus den Co-Brandings? (9)

Branchentrends 2015

**Mobile Payment 2015:
einen großen Schritt voran**
Von Niels Lohmüller (10)

**Wie die Payment-Branche den digitalen
Wandel meistert**
Von Markus Weber (14)

Sicherheit bleibt oberstes Vertrauensgebot
Von Panagiotis Karasavvoglu (17)

**Steigende Anforderungen an
Payment-Dienstleister**
Von Mirko Hüllemann (18)

Die Biometrie wird salonfähig
Von Tobias Schreyer (20)

**Interchange-Regulierung:
Rezepte für Emittenten?**
Von Swantje Benkelberg (23)

Alternative Einkommensquellen gesucht
Von Oliver Nauth (25)

Kundenbindung

**Kreditkarten mit Bonusfunktion:
Am Puls der Kunden**
Von Tobias Czekalla (28)

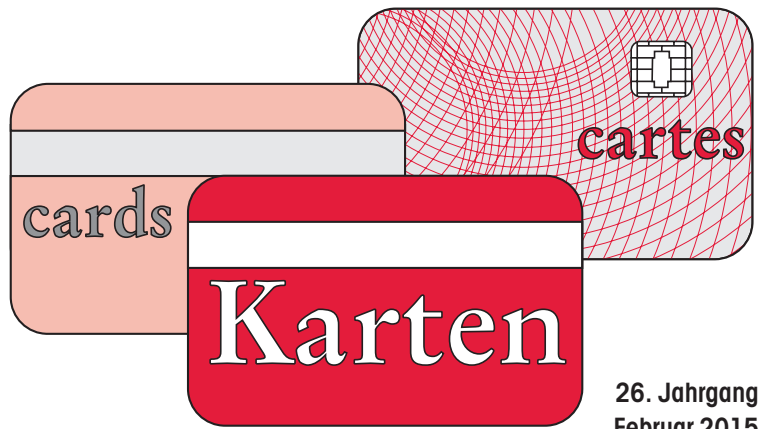
Gutscheinkarten: Der Trend geht zum E-Geld
Von Rolf Janßen (31)

Kartenmarkt Österreich

Paysafecard – Pionier beim Zahlen im Internet
Ewald Judt im Gespräch mit Udo Müller (33)

Notiert

Daten und Fakten zur Zukunft des Zahlens im stationären Einzelhandel (5) – Marktnotizen (36) – Kartenmanagement-Glossar (38) – Impressum (16)



26. Jahrgang
Februar 2015

Herausgeber: Ulrich Binneböbel, Bernd M. Fieseler, Dr. Ewald Judt, Dr. Wolfgang Klein, Dr. Andreas Martin, Klaus-Friedrich Otto

SCHWERPUNKTE

Branchentrends 2015: Das Jahr 2015 dürfte ein spannendes Jahr für die Kartenbranche werden. Die technische Weiterentwicklung schreitet voran. Der Marktstart von Apple Pay in den USA hat die Erwartungen an einen Durchbruch des mobilen Zahlens wieder steigen lassen. Aus der Nische ist es längst heraus, meint Niels Lohmüller, die Technologiediskussion hält aber weiter an. Das gibt Banken die Möglichkeit, sich mit neuen Partnerschaften zu positionieren. Auch Markus Weber sieht einen Schub für das Mobile Payment. Daneben verweist er auf die sich immer weiter aufwächernde Bandbreite an Bezahlmöglichkeiten, die verschiedene Kundenbedürfnisse bedienen. Von dem Gedanken an eine „eierlegende Wollmilchsau“ unter den Bezahlverfahren müsse sich die Branche verabschieden. Für Dienstleister ergibt sich jedoch gerade daraus eine Chance, sind sich Ingenico, Six und Heidelberger Payment einig. Allerdings steigen gleichzeitig auch die Anforderungen.

Tobias Schreyer macht neben dem Trend zu E-Geld-Konten und der Weiterentwicklung des mobilen Bezahlers eine Hinwendung zur Biometrie aus – und zwar bankenseitig wie auch in der Akzeptanz durch die Kunden. Durch Anwendungen wie Apple Pay würden biometrische Verfahren salonfähig. John Fernandez sieht zudem Einsatzbereiche bei der Kundenidentifikation beim Vertrieb von E-Geld.

Was die Ertragsseite angeht, stehen die Rahmenbedingungen für die Interchange-Regulierung fest. Jetzt ist die Branche gefordert, ihre Geschäftsmodelle entsprechend anzupassen. Ein einheitliches Patentrezept gibt es dafür nicht. Eine Möglichkeit, alternative Einkommensquellen zu erschließen bringt Oliver Nauth mit einem stärkeren Fokus auf Kartenkredite ins Spiel, die sich mit ergänzenden Restkreditversicherungen leichter vertreiben lassen könnten.

Kundenbindung: American Express gibt seit 2012 American-Express-Payback-Karten heraus, mit denen bei jedem Bezahlvorgang Bonuspunkte gesammelt werden können. Das wirkt sich positiv auf die Einsatzhäufigkeit der Karte aus – und hilft damit auch in Sachen Akzeptanz. Bei Gutscheinkarten macht Retailo einen Trend zu E-Geld-Karten aus, die bei mehreren Akzeptanzpartnern eingesetzt werden können.

Kartenmarkt Österreich: Paysafecard war zur Jahrtausendwende der Pionier bei Prepaid-Karten für das Zahlen im Internet. Mittlerweile ist das Unternehmen in 39 Ländern tätig und hat die Produktpalette um ein E-Geld-Konto sowie eine Prepaid-Kreditkarte erweitert.

