

Weiter am Ball bleiben!

Von Javier Perez ■ Sepa ist nun bereits seit einem Jahr Realität. Dies ist ein willkommener Anlass, um ein erstes Resümee zu ziehen, wie sich die Dinge in den letzten zwölf Monaten entwickelt haben und zu schauen, welche Aufgaben vor uns liegen. In einer Studie hat Mastercard unter anderem die Entwicklung in den Grenzregionen, beispielsweise zwischen Deutschland und den Benelux-Staaten, betrachtet. Dabei ist ein klarer Trend zu erkennen, dass Sepa zum Zusammenwachsen dieser Regionen beiträgt. So hat allein hierzulande von 2005 bis 2007 die Zahl der grenzüberschreitenden Zahlungen mit Debitkarten um 103 Prozent zugenommen. In anderen europäischen Märkten ist ein ähnlicher Trend zu beobachten, die Zuwächse reichen hier von 17 bis zu 56 Prozent.

Aber Sepa hat nicht nur eine wirtschaftliche Dimension, indem es etwa dazu beiträgt die Transaktionskosten für grenzüberschreitende Überweisungen zu reduzieren. Sepa vereinfacht den täglichen Einkauf vieler Millionen Europäer und sogar das Arbeiten auf der einen und das Leben auf der anderen Seite der Grenze. Sepa trägt damit nicht nur zur Entwicklung eines einheitlichen europäischen Marktes bei, sondern ist wichtiger Bestandteil der europäischen Integration.

Darüber hinaus kaufen immer mehr Menschen weltweit ein. Allein im letzten Jahr nutzten Europäer Mastercard-Debitkarten in 200 Ländern rund um den Globus. Dabei verzeichneten Märkte wie Marokko, Australien und die USA ein überproportionales Wachstum, wobei hier durchaus das attraktive Wechselkursverhältnis zwischen Euro und US-Dollar eine Rolle gespielt haben dürfte. Das bedeutet, dass Sepa nicht allein in Europa von Bedeu-

tung ist. Sepa hat eine viel größere Relevanz, da auch unser Leben zunehmend „globaler“ wird.

Für den Einzelhändler ist Sepa gleichbedeutend mit einer wachsenden Zahl von Anbietern, sowohl auf Bankenseite als auch im Dienstleistungsbereich. Gab es in Österreich vor Jahren nur zwei Anbieter im Zahlungsverkehr, so sind es nun neun. In Portugal kamen zwei Wettbewerber hinzu und erhöhten die Zahl der Dienstleister von ehemals einem auf drei, in Belgien stieg die Auswahl auf acht. Dieser Zuwachs ist ein eindeutiger Beleg, dass Sepa die ursprüngliche Absicht erfüllt: Wettbewerb zu beleben zum Vorteil aller Beteiligten, der Kunden, der Händler, der Banken und der Acquirer.

Vorteile aktiver kommunizieren

Trotzdem: In vielen Ländern ist Sepa den wenigsten Verbrauchern ein Begriff, oder das Verständnis, warum Sepa auch für sie von Bedeutung ist, kaum ausgeprägt. Diejenigen, die die Vorteile und Vorzüge von Sepa voll erkennen, sind im Wesentlichen Konsumenten und Händler, die reisen oder in einer Grenzregion leben. Dabei wird Sepa der kompletten Eurozone nutzen, da ein sich intensivierender Wettbewerb die Transaktionskosten im Zahlungsverkehr um Milliarden Euro verringern wird.

Der Schlüssel zum besseren Verständnis von Sepa liegt in der aktiven Kommunikation der Vorteile. Was den durchschnittlichen Verbraucher interessiert, sind nicht die Details, sondern die Möglichkeit, dass er von seinem Konto überall mit einer Karte zahlen kann und wie viel ihn dies kostet: „any place, any card“. Unternehmen haben zunehmend ein Interesse da-

ran, sich über die steigende Zahl an Banken und Dienstleister zu informieren, die auf dem Markt für Zahlungsverkehr miteinander konkurrieren. Sepa trägt zur Effizienz und Vereinfachung bei: Denn mit Sepa ist es nicht länger notwendig in den verschiedenen Ländern, wo die Unternehmen tätig sind, unterschiedliche Bankverbindungen zu unterhalten.

Regierungen in der Verantwortung

Es war die Wirtschaft, die den Impuls für Sepa gab. Die Regierungen sind nun ebenfalls in der Verantwortung und gewährleisten die ordnungsgemäße Umsetzung und Funktion. In dieser Hinsicht müssen enorme Herausforderungen bewältigt werden, dazu gehören unter anderem die Interchange und wie ein funktionierendes und werthaltiges Zahlungssystem erhalten werden kann. Doch zuallererst muss der politische Wille zur Umsetzung von Sepa gegeben sein.

Für uns wäre es ermutigend und sinnvoll, zugleich von den zuständigen Regierungsvertretern zu hören, dass Sepa unterstützt, es im verabschiedeten Zeitrahmen umgesetzt und das Momentum aufrechterhalten wird, indem eine flächendeckende Implementierung erfolgt, anstelle einzelner Märkte und Länder nacheinander. Und da wir im Informationszeitalter leben, ist es absolut notwendig, von den Entscheidungsträgern auf nationaler Ebene zu erfahren, wie sie das Bewusstsein für neue Zahlungsservices unterstützen und Vertrauen herstellen wollen. In einem schwachen globalen Wirtschaftsumfeld ist Sepa eine von derzeit wenigen guten Nachrichten, aber nur wenn wir weiter am Ball bleiben.

Javier Perez ist Präsident von Mastercard Europe