Debit in Österreich: Mehr **Ertrag** mit **Maestro**

Von Ewald Judt

Die Diskussion um künftige Strategien im Debitgeschäft, wie sie hierzulande im Gange ist, gibt es in Österreich nicht. Als sich die österreichische Kreditwirtschaft 1998 für die Einführung von Maestro als Debitsystem entschied, war von V-Pay noch nicht die Rede. Die Entscheidung für ein weltweites, PIN-basiertes System, hat sich nach Einschätzung von Ewald Judt für die Emittenten gelohnt: Kundenbindung, Kartennutzung und damit der Ertrag konnten verbessert werden. Red.

Österreich ist traditionell ein Debitkartenland. Heute stehen sieben Millionen Debitkarten 2,3 Millionen Kreditkarten gegenüber. Die Entwicklung geht von der österreichischen Scheckkarte über die Bankomat- und eurocheque-Karten zur Maestro Bankomat-Karte.

Nur in Gemeinschaftsprojekten sind Skaleneffekte möglich

In Österreich wurde als erste Debitkarte eine Scheckkarte genannte Scheckgarantiekarte als gemeinsames Projekt der österreichischen Banken – noch ohne Magnetstreifen – eingeführt. Gemeinsam deshalb, da Österreich ein kleines Land mit vielen Banken unterschiedlichster Ausgestaltung ist und nur so die notwendigen Skalenerträge für ein kundenorientiertes Produkt erzielbar waren.

Die Einführung der Scheckkarte erfolgte 1969 parallel mit der Etablierung der bargeldlosen Lohn- und Pensionszahlung und erlaubte einem Girokontoinhaber, garantierte Schecks zur Bargeldbeschaffung in Banken und zur bargeldlosen Zahlung bei österreichischen Handels- und Dienstleistungsunternehmen auszustellen. Diese Schecks wurden zu Beginn vorwiegend zum Bargeldbezug und zur bargeldlosen Zahlung beim Tanken verwendet.

Insbesondere infolge des zunehmenden Tourismus entschieden sich die österreichischen Banken, ihre Scheckkarte grenzüberschreitend zu gestalten und stiegen ab Ende 1979 auf die einheitlichen Medien eurocheque und eurocheque-Karte um. Diese eurocheque-Karten garantierten die den österreichischen Girokontoinhabern zur Verfügung gestellten eurocheques, die damit auch zur Bargeldbeschaffung bei Banken und zu garantierten Zahlungen bei Handels- und Dienstleistungsunternehmen in den meisten europäischen Ländern und einigen Mittelmeeranrainerstaaten verwendet werden konnten. Ende 2001 – kurz vor der Euro-Bargeldeinführung – kam es europaweit zum Phase-Out des eurocheques und der eurocheque-Karte.

Zum Autor

Dr. Ewald Judt ist Honorarprofessor der Wirtschaftsuniversität Wien und Geschäftsführer der PayLife Bank GmbH, Wien.

Bankomat-Karte neben eurocheque-Karte

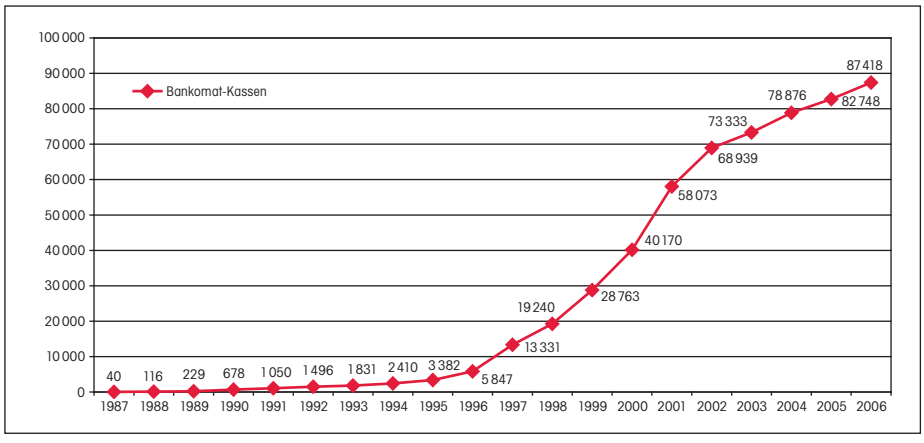
1980 wurde von den österreichischen Banken der Bankomat-Service, ein österreichweites ATM-System, mit der Bankomat-Karte als zweiter Debitkarte neben der eurocheque-Karte eingeführt. Die Bankomat-Karte enthielt einen Magnetstreifen und ermöglichte unter Verwendung einer PIN Bargeldbehebungen an jedem österreichischen Geldautomaten.

Ende 1981 wurde die zweite Generation von eurocheque-Karten mit einem Magnetstreifen versehen und mit der Bankomat-Funktion ausgestattet, was Bargeldbezüge mit einer PIN bei österreichischen Bankomat-Geldautomaten zuließ. Dies hatte zur Folge, dass sich die Anzahl der reinen Bankomat-Karten drastisch reduzierte und sich die Bankomat-Karten-Anzahl erst später wieder für eine andere Zielgruppe – jene ohne eurocheque-Karte – erhöhte. Das elektronische Zahlen mit Debitkarten und PIN wurde 1987 gestartet. In diesem Jahr wurden die ersten – in Österreich Bankomat-Kassen genannten – PoS-Terminals installiert, die diese Form des Zahlens ermöglichten.

Bereits anlässlich des Starts von Bargeldauszahlungen aus Geldausgabeautomaten (1980) und von bargeldlosen Zahlungen mit Code an PoS-Terminals (1987) haben sich die österreichischen Banken entschlossen, bei Debitkarten institutsneutral vorzugehen. In der Folge entwickelte sich um eurocheque- und Bankomat-Karten ein Domestic Debit Scheme, das von den österreichischen Banken und Europay Austria sukzessive weiterentwickelt wurde. Europay Austria war dabei Acquirer und übte mehrere Funktionen beim Issuing-Support für die kartenausgebenden Banken aus: Karten- und PIN-Ausstellung, Autorisierung, Clearing & Settlement.

Ab 1988 war es möglich, mit österreichischen eurocheque- und Bankomat-Karten auch im europäischen Ausland Bargeld aus ATMs zu beziehen. Umgekehrt wurden 1990 ausländische Debitkarten mit dem ec-Piktogramm und 1993 solche mit dem Cirrus-Logo an österreichischen Bankomaten zugelassen. Ebenso kam es bei bargeldlosen Zahlungen zu einer Ausweitung der Einsatzmöglichkeit über die Grenzen Österreichs hinaus. Seit Ende 1993 wurden die österreichischen Karten zusätzlich mit dem edc-Logo für europaweite elektronische PoS-Umsätze mit Code versehen.

Entwicklung der österreichischen Bankomat-Kassen



Umstellung auf den Chip im Jahr 1995

Ein Fortschritt des österreichischen Domestic Debit Schemes war die Umstellung von einem magnetstreifenbasierten System auf ein chipbasiertes System im Jahr 1995. Da damals kein standardisierter Chip zur Verfügung stand, wurden einerseits für die Karten ein proprietärer Chip herangezogen und andererseits alle PoS-Terminals und Geldautomaten um die entsprechende Chip-Akzeptanz ergänzt. Damit konnte das Risiko aufgrund gefälschter Karten massiv reduziert werden, da der Chip im Gegensatz zum Magnetstreifen nicht dupliziert werden kann. Der Chip auf allen Debitkarten ermöglichte auch die Einführung einer elektronischen Geldbörse.

Die Anzahl der eurocheque- und der Bankomat-Karten ist über die Jahre kontinuierlich gewachsen. Von 1969 bis 1978 stieg die Anzahl der Scheckkarten von 61 000 auf beinahe eine Million. Von 1979 bis 1997 verdreifachte sich die Anzahl der eurocheque- und Bankomat-Karten auf über drei Millionen. Damit hatten 50 Prozent der 18 bis 80-Jährigen oder 37,5 Prozent der Bevölkerung eine Debitkarte.

Dem Trend zur Globalisierung der Wirtschaft und insbesondere des Tourismus folgend, haben sich die österreichischen Banken Anfang 1998 dazu entschieden, die nächste Generation ihrer Debitkarte mit einer weltweiten PoS- und ATM-Funktion auszustatten. Wesentliche Anforderung war dabei, dass im Ausland getätigte Transaktionen auf Basis PIN/online (damals noch auf Magnetstreifenbasis) abgewickelt werden, um potenzielle Betrugsrisiken zu minimieren. Dazu sollte eine klare Markenstrategie die Nutzung beflügeln.

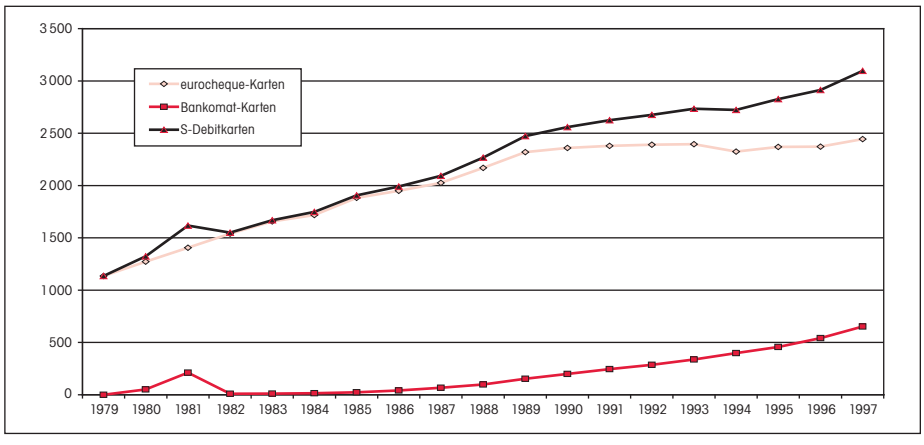
Ein Marktüberblick quer über alle am Markt befindlichen globalen Debitsysteme ergab, dass nur ein Produkt als Online-System mit PIN-Eingabe konzipiert war und damit die grundsätzliche Anforderung PIN/online erfüllte: Maestro. Damit war aber noch keine Entscheidung gefallen, ob Maestro nur für PoS-Transaktionen eingesetzt werden sollte – jenseits von Bankomat-Kasse/edc, wobei die globale ATM-Funktion von Bankomat/ec-Pictogram durch Cirrus abgedeckt worden wäre. Oder aber ob Maestro für alle PoS- und für alle ATM-Transaktionen – egal wo sie generiert werden – stehen sollte. Demgemäß wurden damals hinsichtlich des Brandings zwei Varianten für die Zahlungs- und Bargeldbezugsfunktion – eine Multi-Brand- und eine Single-Brand-Lösung – diskutiert.

Maestro als Issuing- und Akzeptanz-Brand ab Ende 1998

Die Entscheidung fiel zugunsten der Single-Brand-Lösung „one product, one brand". Gemäß den Beschlüssen der österreichischen Banken pro Maestro und pro Single-Brand-Lösung wurde Ende 1998 die Aufwertung der österreichischen eurocheque- und Bankomat-Karten zu universellen, weltweiten elektronischen Debitkarten gesetzt: Die neue Debitkartengeneration wurde mit der Maestro-Funktionalität ausgestattet und mit dem Maestro-Logo versehen.

Mit dem Anschluss der österreichischen Banken an den Trend zu weltweiten Zahlungsmitteln nicht nur im Kredit-, sondern auch im Debitkartenbereich konnten die Inhaber der Maestro-Bankomat-Karten weltweit bei allen Maestro-Akzeptanzstellen bargeldlos zahlen und weltweit Bar-

eurocheque- und Bankomat-Karten 1979 bis 1997 (in Tausend)



geld beziehen. Auf der Akzeptanzseite wurde die Auszeichnung der Vertragsunternehmen und der Geldautomaten auf das Maestro-Logo fokussiert. Binnen sechs Monaten waren die Vertragsunternehmen und die ATMs ausgezeichnet. Mit dem Umstieg auf Maestro war auch die Möglichkeit eröffnet, dass – anders als bis dahin, wo Europay Austria der einzige Acquirer für österreichische Debitkartentransaktionen war – alle Acquirer mit einer Maestro-Lizenz in Österreich tätig werden konnten.

Bis zur Migration auf Maestro war dieses Brand der österreichischen Öffentlichkeit nicht bekannt, die Marken-Awareness war bei Null. Maestro-Werbung war notwendig, um den Debitkarteninhabern die Marke näherzubringen. Daher wurde parallel mit der Einführung die Werbung gestartet. Diese Werbung war nicht nur in Österreich, sondern weltweit die erste Maestro-Werbekampagne. Ziel dieser Kampagne war es, Maestro als Marke zu etablieren und zum Inbegriff für weltweites Zahlen beziehungsweise Bargeldbeheben mit Karte und PIN zu machen. Zur Erreichung dieses Ziels mussten aber insbesondere zwei Hürden überwunden werden.

Zum einen verlangte die Verwandtschaft der Marken Maestro und Mastercard sowie die grundsätzliche Verwandtschaft zwischen Debitkarten und Kreditkarten einen werblichen Auftritt, der sich inhaltlich, in der Form und im medialen Schwerpunkt von anderen Zahlungsverkehrsprodukten abhob. Zum anderen musste den Inhabern von eurocheque- und Bankomat-Karten bewusst gemacht werden, dass ihre Karte sich zur Maestro Bankomat-Karte weiterentwickelt hat, was allerdings – wie jede Erklärung – sich der Gefahr der Behäbigkeit aussetzt, die vermieden werden musste.

Ende 2000 waren 50 Prozent Marken-Awareness erreicht

Das Ziel dieser Kampagne, 50 Prozent Marken-Awareness zu erzielen, wurde Ende 2000/Anfang 2001 erreicht: Damit hatte sich die Maestro Bankomat-Karte als Karte etabliert, mit der man nicht nur in Österreich, sondern weltweit am PoS bargeldlos zahlen und an ATMs Bargeld beziehen konnte – mit Karte und PIN.

Die Steigerung der Maestro Bankomat-Kartenanzahl nach der Migration zu Maestro erfolgte vor allem durch die Umwandlung von Bankkarten zu Maestro Bankomatkarten. Die in der Regel kostenlos ausgegebenen Bankkarten zeichneten sich dadurch aus, dass sie nur im Bankumfeld als Kontoausweiskarten und zum Beispiel bei Indoor-ATMs und Kontoauszugsdruckern eingesetzt werden konnten. Sie in kostenpflichtige Maestro Bankomat-Karten umzuwandeln bedurfte intensiver Verkaufsanstrengungen und Umstellungsincentives.

In der Folge konnten die Kunden mehr mit ihrer Karte anfangen und die kartenausgebenden Banken erzielten durch die Kartennutzung mehr Ertrag und mehr Kundenbindung. Die Folge war, dass eine weitgehende Marktsättigung erreicht wurde: Heute hat jeder Österreicher zwischen 18 und 80 eine Maestro Bankomat-Karte; dazu kommen noch eine Million Maestro Bankomat-Karten aus Zweitkontoverbindungen. Seit Erreichen der Marktsättigung werden in Zusammenarbeit der kartenausgebenden Banken und Europay Austria Promotions mit dem „Hauptziel" mehr Transaktionen am PoS durchgeführt.

Der „Banko Maestro" – das Gesicht der Karte

Nach der Maestro-Einführungswerbung und parallel mit der Vollausstattung der Österreicher mit Karten kam es zu einer Änderung des Werbeauftritts. Mit dem „Banko Maestro", einem Helferlein, das bei allen Fragen zum bargeldlosen Zahlen und zum Bargeldbezug Antworten parat hat, wurde der Maestro Bankomat-Karte ein „Charakter" gegeben.

Der mittlerweile zur Kultfigur gewordende „Banko Maestro" erläutert die Vorteile der Maestro Bankomatkarte und ihre Einsatzmöglichkeiten. Er ist auf Plakaten genauso zu finden wie in TV-Spots und an Supermarktkassen. Obgleich der Maestro erst seit 2005 aktiv ist, kennen ihn über 40 Prozent der Österreicher. Und er gefällt ihnen: sein Wert liegt mit 1,92 anhand einer fünf-stufigen Schulnotenskala signifikant über dem Testreihendurchschnitt von 2,40. Dazu kommt der zum bargeldlosen Zahlen motivierende Slogan „Man zahlt jetzt bankomatisch", der mittlerweile zu einem geflügelten Wort geworden ist.

Mehrwert Geldkarte: Quick & Cash

Erster Value-added Service der Maestro Bankomat-Karte war Quick, die österreichische Elektronische Geldbörse. Sie be-

findet sich auf allen Maestro Bankomatkarten. Mit Quick können Klein- und Kleinstbeträge – ohne PIN-Eingabe – einfach durch das Betätigen der OK-Taste bargeldlos bezahlt werden.

Um den Inhabern von Maestro Bankomat-Karten mehr Bequemlichkeit zu bieten, wenn sie sowohl Bargeld an Bankomaten beziehen als auch an Bankomaten Quick laden wollen, gibt es „Quick & Cash" in einem Zuge. Dabei ist es möglich, im Rahmen einer Transaktion nicht nur den gewünschten Bargeldbetrag zu beheben, sondern zusätzlich 50 Euro zu laden.

Mit der „Code & Load"-Funktion können Karteninhaber und Wertkartenhandybesitzer rund um die Uhr an jedem Bankomaten in Österreich einfach und schnell neues Gesprächsguthaben aufladen. Dieser Service wird von Europay Austria gemeinsam mit den am österreichischen Mobilfunkmarkt aktiven Operatoren angeboten und funktioniert mit allen österreichischen Maestro Bankomat-Karten. Dabei kommt es zu keiner Verknüpfung von Handy- und Kontodaten, womit die Anonymität der Wertkartenkunden gewahrt bleibt.

Maestro Secure-Code: sicher zahlen im Internet

Das von Mastercard International unter der Bezeichnung „Mastercard Secure-Code" entwickelte Verfahren für sichere Zahlungen im Internet steht seit 2005 allen österreichischen Inhabern von Maestro Bankomat-Karten zur Verfügung. Der Karteninhaber benötigt für die sichere Zahlung im Internet lediglich eine selbst festgelegte 16-stellige Benutzernummer sowie den Maestro Secure-Code und muss danach nur den zu zahlenden Betrag bestätigen.

Seit dem Jahr 2005 sind zudem die Chips aller Maestro Bankomat-Karten für die qualifizierte digitale Signatur vorbereitet. Um diese Funktion zu aktivieren, ist lediglich eine Registrierung bei einer der vielen A-Trust-Registrierungsstellen erforderlich. Eine digitale Signatur wirkt rechtlich wie die eigenhändige Unterschrift. Für die Nutzung benötigt der Inhaber einer Maestro Bankomat-Karte einen Chipkartenleser, der die Kommunikation zwischen Chipkarte und PC sicherstellt, sowie die entsprechende Software. Den Karteninhabern stehen unter anderem E-Government (Bürgerkartenfunktion), E-Banking (Ablöse des PIN/TAN-Systems) und E-Billing (elektronische Rechnungslegung) offen.

Der Empfehlung des EU-Rates vom 2. Dezember 2002 zur Prävention des Rauchens und für Maßnahmen zur gezielten Eindämmung des Tabakkonsums folgend, dürfen Zigaretten seit 1. Januar 2007 – auch an Zigarettenautomaten – nur mehr an Personen ausgegeben werden, die das 16. Lebensjahr vollendet haben.

Um dieses Vorhaben zu realisieren, hat Europay Austria gemeinsam mit den österreichischen Tabaktrafikanten begonnen, die Zigarettenautomaten mit einem Quick-Modul auszustatten, das die Altersprüfung ermöglicht. Damit ist es möglich, die Berechtigung, Zigaretten aus einem Automaten zu beziehen, festzustellen und im positiven Fall den Zigarettenautomaten zu entriegeln. So wurde die Maestro Bankomat-Karte Anfang 2007 für Raucher ein unentbehrliches Tool, um zu Zigaretten aus dem Automaten zu kommen.

Parallel dazu ist die Anzahl der Quick-Transaktionen gestiegen, da man an allen Zigarettenautomaten mit der auf allen Maestro Bankomat-Karten befindlichen Quick-Funktion bargeldlos zahlen kann.

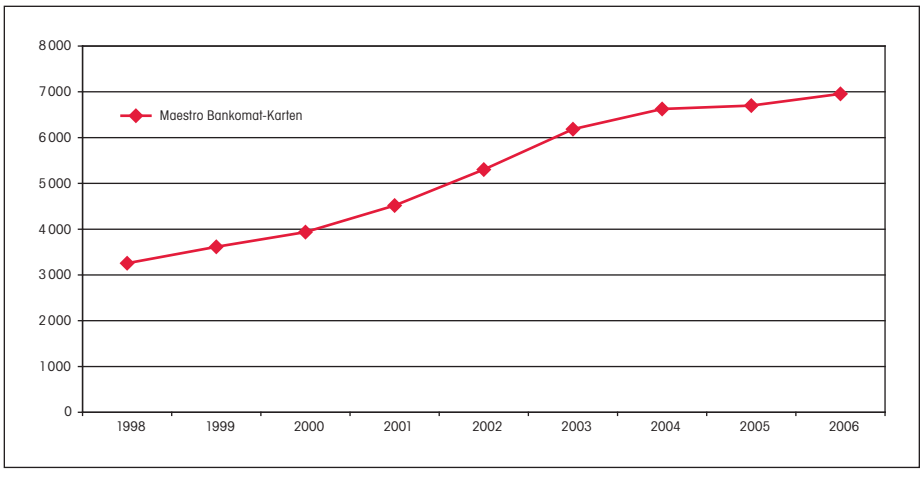
Karte für die Kundenbindung nutzen

Immer mehr Handels- und Dienstleistungsbetriebe sind interessiert, mit Stammkundenprogrammen einerseits ihre Kunden und deren Einkaufsverhalten kennenzulernen und andererseits Kunden zu Stammkunden zu machen und damit ihren Umsatz längerfristig zu sichern und zu erhöhen. Europay Austria hat interessierten Betrieben eine Reihe von Lösungsvorschlägen im Zusammenhang mit der Maestro Bankomat-Karte angeboten.

Diese Angebote von Europay Austria basieren auf dem Chip der bereits im Umlauf befindlichen Maestro Bankomat-Karten. Voraussetzung ist dabei, dass der Kunde dem Stammkundenprogramm beitritt, das Unternehmen eine Bankomat-Kasse hat und je nach Variante die Maestro Bankomat-Karte in unterschiedlicher Form herangezogen wird. Das meistgenutzte ist das Stammkundenprogramm „Friends of Merkur".

Bereits seit 1996 wurden die Vorgängerkarten der Maestro Bankomat-Karte mit dem sogenannten Paychip ausgestattet.

Entwicklung der Maestro Bankomat-Karten 1998 bis 2006 (in Tausend)



Die Maestro Bankomat-Karte trägt seit der Migration diesen Chip. Seit damals werden alle Transaktionen – sei es eine bargeldlose Zahlung, sei es ein Bargeldbezug – mit dem Chip anstelle des Magnetstreifens abgewickelt.

2003 wurde in den Chip der Maestro Bankomat-Karte zum nationalen Paychip auch die internationale EMV-Funktionalität integriert. Alle österreichischen Maestro Bankomat-Karten entsprechen somit dem höchsten Sicherheitslevel der Kartentechnologie. Im Ausland kommt mittlerweile nur dort, wo PoS-Terminals oder Geldausgabeautomaten keine EMV-Chiptechnologie implementiert haben, der Magnetstreifen als Transaktionstechnik vor.

Jeder volljährige Österreicher hat eine Bankomat-Karte

Ende 2006 waren in Österreich 6,956 Millionen Maestro Bankomat-Karten im Umlauf. Sie können heute in Österreich bei zirka 95 000 Akzeptanzstellen eingesetzt werden: bei 87 500 Bankomat-Kassen und bei 7 500 Bankomaten. Dazu kommt noch die weltweite Akzeptanz auf allen Kontinenten.

Die Beliebtheit der Karte und ihrer Nutzung zum Zahlen sowie zum Bargeldbezug steigt seit 1998 dynamisch. Die Karte wird auch immer häufiger verwendet. Wurden im Jahr 1998 die 2,9 Millionen Maestro Bankomat-Karten rund 13 mal jährlich zu Zahlungen eingesetzt, so steigerte sich die Häufigkeit der Zahlungen auf 35 mal jährlich.

Aber auch die Bargeldbezüge haben durch die gestiegene Kartenanzahl zugenommen, während die Nutzungshäufigkeit von 32 im Jahr 1998 auf 19 im Jahr 2006 zurückgegangen ist. Insgesamt werden Maestro Bankomat-Karten zurzeit 54 mal verwendet, das heißt dass jede Karte zumindest jede Woche eingesetzt wird. Für die kommenden Jahre ist ein weiterer Anstieg – insbesondere bei Zahlungstransaktionen am Point of Sale – zu erwarten.

Maestro Bankomat-Karten generierten 2006 rund 355,6 Millionen Transaktionen (davon 229,9 Millionen am PoS und 125,7 Millionen an ATMs) mit einem Volumen von 27,2 Milliarden Euro (davon 11,4 Milliarden Euro am PoS und 15,8 Milliarden Euro an ATMs), wobei der überwiegende Teil mit österreichischen Karten in Österreich gemacht wurde.

Was die Zukunft der Anzahl von Debitkarten betrifft, gilt es insbesondere neue Girokontoinhaber mehr oder weniger automatisch damit auszustatten. Das kann – wie es derzeit schon häufig geschieht – durch die Berücksichtigung einer Debitkarte im Neukonto-Package und eventuell mit speziellen Karten (wie zum Beispiel Jugendkarten) erfolgen. Im Übrigen wird Maestro künftig nicht mehr die einzige Debitkarte auf Basis PIN/online sein.

Nutzungsintensität erhöhen

Hinsichtlich der Profitabilität wird es erforderlich sein, Mehraufwendungen und Mindesterträge, die sich aus Sepa ergeben, durch mehr Transaktionen und mehr Umsatz am Point of Sale zumindest zu kompensieren und insbesondere eine Erhöhung der Anzahl der PoS-Transaktionen pro Karte und Jahr zu erreichen. Die höhere Nutzungsintensität setzt eine Verdichtung des PoS-Akzeptanzstellennetzes in bestehenden Branchen und die Erschließung neuer Branchen, die bislang ausschließlich Bargeld akzeptieren, voraus.

Die grenzüberschreitende Nutzung von Debitkarten ist derzeit nicht allzu groß. Es ist anzunehmen, dass diese zunehmen wird. So es gewünscht und wirtschaftlich sinnvoll ist, wäre ein bilaterales Routing von Transaktionen, die mit ausländischen Debitkarten in Österreich gemacht wurden, und vice versa denkbar.

Kontaktlose Zahlungen werden eine Herausforderung für Issuer und Acquirer werden. Issuer müssen für eine zweite Chiplösung (auf Karte, aber auch auf Token, in Uhr oder Handy möglich) sorgen. Acquirer müssen für kontaktlose Akzeptanz am PoS (für Kleinbeträge) zusätzlich zur kontaktbehafteten Akzeptanz sorgen.

Fraglich ist, ob es neue Formen der Cardholder Verifcation geben wird. So wie es derzeit aussieht, wird die PIN auch in den kommenden Jahren das dominante Verfahren zur Karteninhaberechtheitserkennung bleiben. Biometrische Verfahren werden sich insbesondere wegen der Kosten der Einführung derartiger Verfahren und der Notwendigkeit, dies global zu lösen, nicht durchsetzen.

Kaum Chancen für Identifikation via Biometrie

Fraglos wird Österreich ein Debitkartenland bleiben. Transaktionen je Karte und Umsatz je Karte werden am PoS weiter zunehmen. Transaktionen und Umsatz am ATM werden in absehbarer Zeit stagnieren. Dennoch wird die Kreditkartenanzahl wachsen, und à la longue wird jeder Kontoinhaber eine Debitkarte und eine Kreditkarte haben. Der Einsatz dieser Karten wird gemäß den persönlichen Präferenzen der Karteninhaber erfolgen. Und eines Tages werden die zwei Karten vielleicht zu einer Karte werden.

Der Anteil der Barzahlungen am PoS wird sich zugunsten der bargeldlosen Zahlungen sukzessive verringern. Um hier allerdings größere Fortschritte zu erzielen, muss die Elektronische Geldbörse zur Zahlung von Klein- und Kleinstbeträgen forciert werden. Und so wird es zur Less-Cash Society kommen! Und: Die bisherige Europay Austria Zahlungssysteme GmbH, die seit kurzem als PayLife Bank GmbH firmiert, wird künftig als Multibrand-Issuer und Multibrand-Acquirer die österreichischen Banken im Bereich Debit unterstützen.