# „Wir wollen unabdingbarer Partner bei **innovativen** Bezahllösungen werden"

**Ewaldt Judt im Gespräch mit Gerald Gruber**

**Österreich ist wie Deutschland ein Barzahler- und Debit-Markt. Dabei ist Maestro als Nachfolger des nationalen Debitsystems omnipräsent, während sich das Kreditkartengeschäft ähnlich schwierig gestaltet wie in Deutschland. Ein – schwierig zu erreichendes – Mehr an Kreditkarten ist aus Sicht von Gerald Gruber jedoch auch nicht zwingend erforderlich, um die Rentabilität zu erhalten. Wichtiger seien Zusatzleistungen, für die die Kunden zu zahlen bereit sind. Red.**

**Karten Wie viele Mastercard-Kreditkarten gab es in Österreich Ende 2014 und wie viele sollen es Ende 2015 sein?**

Zurzeit befinden sich rund 1,3 Millionen Mastercard-Karten im Markt. Ich denke aber, dass dieser Kennwert als solcher mit der zunehmenden Digitalisierung von Bezahlkarten mehr und mehr an Bedeutung verliert. Schon heute sehen wir den Anteil an sogenannten „virtuellen Karten", die nicht mehr in Form einer Plastikkarte, sondern nur mehr digital zum Beispiel auf einem Smartphone existieren, kontinuierlich steigen.

**Karten Wer sind die Issuer dieser Kreditkarten?**

Dazu muss man die Struktur des österreichischen Kreditkartenmarktes betrachten, der sich gerade von einem zweistufigen Modell, in dem alle großen Retailbanken einen Dienstleister für die Ausgabe und Abwicklung ihrer Kreditkarten nutzten, zu einem einstufigen Modell wandelt, in dem die Banken Karten direkt ausgeben.

Im ersteren Modell war und ist Pay-Life der größte Issuer. Mittlerweile geben aber Erste Bank, BAWAG PSK und Raiffeisen selber Karten aus. Dazu kommen Issuer wie Card Complete, Paysafecard, Western Union oder die European American Investment Bank.

**Gerald Gruber, Country Manager Österreich, MasterCard Europe Sprl, Wien**

**Karten Wie haben sich letztes Jahr die Transaktionen und der Umsatz der österreichischen Mastercard-Kreditkarteninhaber entwickelt und welche Entwicklung erwarten Sie 2015?**

Mastercard veröffentlicht als börsennotiertes Unternehmen diese Zahlen ausschließlich auf der Ebene des Gesamtunternehmens. Ich kann nur so viel sagen, dass wir mit der Entwicklung und dem Wachstum in Österreich durchaus zufrieden sind. Wir sehen ein solides Wachstum sowohl im Volumen als auch bei der Anzahl der Transaktionen. Dieses Wachstum wird sich nach unseren Erwartungen in den kommenden Jahren noch deutlich beschleunigen – nicht unbedingt, weil die Konsumenten mehr Geld ausgeben, sondern weil eine Verdrängung von Bargeld stattfindet, die sich mit der Einführung und Akzeptanz von neuen, innovativen Möglichkeiten zur bargeldlosen Bezahlung verstärken wird.

**Karten In Österreich als Tourismusland werden auch intensiv ausländische Mastercard-Karten eingesetzt. Wie hoch waren 2014 die Transaktionen und der Umsatz ausländischer Mastercard-Karteninhaber in Österreich? Und was erwarten Sie bei den Transaktionen und beim Umsatz dieses Jahr?**

Der Tourismus spielt mit Sicherheit eine sehr wesentliche Rolle für den Einsatz von

Kreditkarten in Österreich. In Summe kann ich sagen, dass rund die Hälfte der in Österreich getätigten Umsätze und Transaktionen mit Kreditkarten ausländischer Kartenhalter getätigt werden. Was die Entwicklung angeht, so sehen wir eine stärkere Zunahme bei außereuropäischen Konsumenten, während sich bei innereuropäischen und österreichischen Kartenhaltern die schwierigeren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen niederschlagen und etwas auf das Wachstum drücken.

**Karten Ende 2014 gab es in Österreich knapp über 3 Millionen Kreditkarten. Demgegenüber gibt es 9 Millionen Debitkarten. Welche weitere Entwicklung prognostizieren Sie für Kreditkarten? Wann erwarten Sie 6 Millionen Kreditkarten in Österreich? Und glauben Sie, dass es in Österreich einmal so viele Kreditkarten wie Debitkarten gibt?**

Österreich ist ein klassischer Debitmarkt und der Einsatz der unterschiedlichen Kartentypen ist tief im typischen Bezahlverhalten verankert – die Maestro-Karte kommt vornehmlich im Inland und bei Ausgaben des täglichen Bedarfs zum Einsatz, während die Kreditkarte im Urlaub und bei größeren Anschaffungen verwendet wird. Ich sehe trotz aller Veränderungen in der Industrie, also zum Beispiel zunehmender Digitalisierung und stärkerer Regulierung, nicht, dass sich das rasch grundlegend ändern wird.

**„Ich erwarte eine verstärkte Differenzierung der Kreditkartenprodukte, die in Österreich immer noch sehr homogen sind."**

**Karten Erwarten Sie noch Anstrengungen der Kreditkartenissuer, angesichts der bald reduzierten Domestic Interchange Fee mehr Karten mit mehr Transaktionen und mehr Umsatz zu generieren?**

Ich denke nicht, dass ein Mehr an Karten eine zwingende Strategie für Issuer ist. Eine Steigerung von Transaktionen und Volumina stellt dagegen sehr wohl einen wesentlichen Hebel zum Ausgleich der absehbaren Einbußen dar. Allerdings muss das zielgruppenorientiert erfolgen, das heißt, Issuer sind gefordert, ihre Kunden deutlich zu segmentieren und jene zu identifizieren, deren Bezahlverhalten am ehesten verändert werden kann.

**„Eine Steigerung von Transaktionen und Volumina stellt einen wesentlichen Hebel zum Ausgleich der Einbußen dar."**

**Karten Welche Möglichkeiten sehen Sie für die Kreditkartenissuer, aufgrund dieser Erlösminderung doch zu einer akzeptablen Rentabilität zu kommen? Wo könnte man Erlöse lukrieren oder Kosten senken?**

Die bereits angesprochene Segmentierung der Kundenportfolios ist aus meiner Sicht Voraussetzung. Darauf lässt sich, und das zeigen alle unsere Erfahrungen aus Märkten, die bereits durch eine solche Phase der Regulierung gegangen sind, aufbauen – einerseits mit der Reduktion von Kostenfaktoren rund um die Kreditkarte, die für bestimmte Kundengruppen nicht relevant sind, und andererseits mit Zusatzangeboten, für die Kunden durchaus bereit sind zu bezahlen.

In Summe erwarte ich eine verstärkte Differenzierung der Kreditkartenprodukte im österreichischen Markt, die heute im internationalen Vergleich immer noch sehr homogen sind. Neben höheren Kartengebühren – ebenfalls ein Effekt, der aus regulierten Märkten bereits bekannt ist – sehe ich Angebote im Bereich „Installments", also der Ratenzahlung einzelner Einkäufe gegen eine Gebühr, und „Revolving Credit", also der Teilzahlung des gesamten monatlichen Volumens inklusive entsprechender Verzinsung, als mögliche neue Ertragsbringer für Issuer.

**Karten Ist für Sie ein Szenario vorstellbar, dass Kreditkarten wie diverse andere Zahlungsverkehrsdienstleistungen zu einem – unprofitablen – Service werden, der von einer Retailbank mehr oder weniger angeboten werden muss?**

Ich denke, dass eine Retailbank ihren Kunden Kreditkartenprodukte anbieten muss, weil der Kunde das verlangt und erwartet. Ich denke aber nicht, dass Kreditkarten unprofitabel sein sollten – es gibt viele Möglichkeiten, sich als Issuer an die kommende Regulierung anzupassen. Auch das haben wir in Märkten wie Australien, den USA oder Spanien bereits gesehen.

**Karten Der Anteil des E-Commerce nimmt jedes Jahr zu. Welchen Anteil hat er zwischenzeitlich bei den Transaktionen der österreichischen Mastercard-Kreditkarten? Und bis auf welchen Anteil glauben Sie, wird der E-Commerce ansteigen?**

Der Anteil der Kreditkartentransaktionen in Österreich, die bereits in der einen oder anderen Form aus dem E-Commerce kommen, liegt bereits bei 25 bis 30 Prozent, und ich rechne hier durchaus mit einem weiteren deutlichen Anstieg über die kommenden Jahre. Getrieben wird das meines Erachtens durch einen weiteren Anstieg im klassischen E-Commerce sowie durch die zunehmende Konvergenz der Kanäle über mobile Endgeräte, die heutige PoS-Zahlungen aus einer technischen, für den Endkunden aber irrelevanten Sicht zu E-Commerce-Zahlungen machen. Ein schönes Beispiel dafür ist

Quick Mac, die mobile App einer Fast-Food-Kette, die Bestellung und Bezahlung über das Smartphone erlaubt und von Kunden auch direkt im Restaurant genutzt wird.

**Karten Aber auch mit Prepaid-Karten ist Mastercard auf dem Markt vertreten. Wie viele derartige Karten sind derzeit im Umlauf?**

**„Das Segment der wiederbeladbaren Prepaid-Karten ist in Österreich recht schwach entwickelt."**

Das Segment der wiederbeladbaren Prepaidkarten ist in Österreich im europäischen Vergleich recht schwach entwickelt – die Zahl der Karten liegt noch unter 100 000. Das hat sicherlich auch mit der hohen Durchdringung an Bankkonten und Maestro-Karten und dem daraus gelernten Bezahlverhalten zu tun.

Daneben gibt es noch unterschiedliche nur einmal beladbare Produkte, zum Beispiel Geschenkkarten, Gutscheinkarten in Einkaufszentren, Bons für den Einsatz im E-Commerce oder auch Spezialprodukte für Unternehmen und den öffentlichen Bereich. In Summe befinden sich deutlich über 500 000 solcher Karten im Umlauf.

**Karten Wo sehen Sie angesichts der zunehmenden Kartensättigung die Notwendigkeit vorausbezahlter Karten?**

Es gibt einige prototypische Anwendungsfälle, die trotz der angesprochenen hohen Durchdringung von Bankkonten und Maestro-Karten auch für österreichische Konsumenten relevant sind. Dazu zählen

- der Einsatz im E-Commerce, wenn man seine Hauptkarte nicht nutzen möchte oder keine Kreditkarte hat,
- eine Karte für Jugendliche, die eine Form von Kontrolle zum Beispiel auf Reisen ermöglicht,
- oder zur Kostenkontrolle für ausgewählte Einsatzbereiche, zum Beispiel bei Musik oder Apps.

Zwar gibt es durchaus bereits Produkte, die auf diese Segmente ausgerichtet sind, aber meist mangelt es an einer oder mehreren Stellen im Marketingmix, das heißt die Produkte sind zu kompliziert, schwer zu bekommen und zu wenig bekannt.

Darüber hinaus gibt es Einsatzmöglichkeiten im Bereich von Mobile Payment, in denen Eigenschaften des Produkts genutzt werden, um dem Konsumenten eine möglichst vielseitig einsetzbare Mobile Wallet anbieten zu können und ohne dass er eine herkömmliche Plastikkarte bekommt. Insgesamt sehe ich für Prepaidkarten noch erhebliches Potenzial im österreichischen Markt, sowohl für die klassischen Retailbanken als auch für alternative Anbieter wie zum Beispiel Mobile Network Operators.

**Karten Nun zu den Karten, mit denen Mastercard in Österreich mit Maestro omnipräsent ist, den Debitkarten. Sind Sie mit der Marktsituation zufrieden? Sehen Sie Konkurrenten am Horizont? Und was werden Sie tun, um hier weiter Ihre starke Marktstellung zu halten?**

Die Maestro-Karte ist nach dem Bargeld das beliebteste Zahlungsmittel in Österreich, und wir tun alles dafür, diese Stellung zu festigen und den Anteil von Bargeld weiter zu reduzieren – Österreich ist diesbezüglich in Europa definitiv ein Nachzügler. Dazu werten wir die Maestro-Karte und ihre Einsatzmöglichkeiten in Zusammenarbeit mit den österreichischen Banken zunehmend auf.

Das Möglichmachen von kontaktlosem Bezahlen war ein wesentlicher Schritt, die Einsetzbarkeit der Maestro-Karte im E-Commerce ist ein weiterer. Darüber hinaus haben wir letztes Jahr wieder damit begonnen, Kartenhalter mit Kampagnen

direkt anzusprechen und so die Verbindung zur Marke Maestro zu stärken.

**Karten Gut unterwegs ist Mastercard in Österreich bei der Kredit- und Debitkartenakzeptanz. Wie viele kartenakzeptierende Outlets hat Mastercard/Maestro in Österreich? Und wie viele Terminals sind dort installiert?**

Maestro- und Mastercard-Karten werden in Österreich von rund 80 000 Händlern an rund 130 000 PoS-Terminals akzeptiert.

**Karten Ein Fortschritt bei der Kartenakzeptanz ist kontaktlose Zahlung, und zwar auch ohne Cardholder Authentication unter gewissen Bedingungen. Wie viele Mastercard beziehungsweise Maestro akzeptierende Terminals sind bereits jetzt kontaktlos?**

Rund 25 Prozent der Terminals sind heute bereits NFC-fähig, unter anderem in allen großen Supermarktketten, und bis 2020 wird eine vollständige Durchdringung gegeben sein.

**Karten Unter welchen Bedingungen erfolgt die Zahlung ohne Cardholder Authentication?**

**„Rund 25 Prozent der Terminals sind heute bereits NFC-fähig."**

Bis zu einem Betrag von 25 Euro ist keine PIN-Eingabe oder Unterschrift erforderlich. Zur Erhöhung der Sicherheit ist allerdings die Anzahl der direkt hintereinander ausführbaren nicht authentifizierten Transaktionen limitiert. Wichtig ist in diesem Zusammenhang aus meiner Sicht auch, dass grundsätzlich Zahlungen in jeder Höhe kontaktlos ausgeführt werden können, das heißt, man kann auch einen Einkauf über 127 Euro mit einem einfachen „Tappen" bezahlen, muss dabei nur noch die PIN eingeben oder eben eine Unterschrift leisten.

**Karten Ist für Sie eine Erhöhung der Grenze für eine kontaktlose Zahlung ohne Cardholder Authentication vorstellbar? Wenn ja, bis zu welcher Höhe?**

Aus heutiger Sicht ist eine Erhöhung für Österreich nicht relevant. Es gibt allerdings Märkte, zum Beispiel Kanada oder UK, die nach Jahren positiver Erfahrungen mit kontaktlosem Bezahlen diese Limits schrittweise angehoben haben. Dazu bedarf es meines Erachtens dann eines Konsens unter den Issuern, die ja die Risikoträger der Transaktionen sind.

**„Ich denke, dass Apple Pay in erster Linie als Chance betrachtet wird."**

**Karten Durch Apple Pay sind mit i-Phones Mastercard-Zahlungen in den USA bereits möglich. Wann wird das auch außerhalb der USA möglich sein? Und wann in Österreich?**

Dazu kann ich seitens Mastercard keine verbindliche Aussage machen; die Entscheidung dazu liegt ganz klar bei Apple. Allerdings arbeiten wir sehr intensiv daran, das österreichische Maestro-Portfolio auf die Roadmap für Apple Pay zu bekommen und damit in absehbarer Zeit jedem österreichischen i-Phone-Benutzer mobiles Bezahlen zu ermöglichen.

**Karten Wie glücklich sind die Issuer, dass sie einen Teil ihrer Interchange Fee an Apple zahlen müssen?**

Die kommerziellen Vereinbarungen zwischen Apple und den Issuern entziehen sich meiner Kenntnis und folglich kann ich sie auch nicht kommentieren. Grundsätzlich denke ich, dass Apple Pay in erster Linie als Chance betrachtet wird – es kann mobiles Bezahlen für eine sehr relevante Kundengruppe attraktiv machen und dadurch einerseits bei der Reduktion von Bargeld helfen und andererseits eine Möglichkeit für einen bezahlten Service eröffnen.

**Karten Wie geht Mastercard vor, um Smartphone-Zahlungen mit den Smartphones anderer Hersteller wie Samsung, HTC, Sony, LG, Nokia Lumia oder Huawei zu ermöglichen, die ja den größten Marktanteil bei Smartphones haben?**

Apple war 2014 der erste Anwender von MDES, dem Mastercard Digital Enablement Service, einer Technologie, welche die Digitalisierung von Karten und das Management von Tokens – das sind Platzhalter der eigentlichen Kartennummer, die auf mobilen Endgeräten zum Einsatz kommen um die Sicherheit des Systems zu erhöhen – ermöglicht. Diese Technologie stellen wir auch anderen Partnern zur Verfügung, egal ob einem klassischen Issuer, einer Bank oder einem Handset-Hersteller. Aktuelles Beispiel ist die im Rahmen des Mobile World Congress in Barcelona Anfang März vorgestellte Kooperation mit Samsung rund um Samsung Pay.

**Karten Was hat Mastercard vor, um – neben Apple Pay – andere Mobile Wallets, in die Mastercard-Karten(daten) gespeichert werden können, zu unterstützen?**

Neben der Kooperation mit Handset-Herstellern steht sicherlich Masterpass im Zentrum unserer Strategie rund um die Konvergenz von E-Commerce, PoS und mobilem Bezahlen. Dahinter steht unsere Plattform für digitale Wallets, die es Issuern ermöglicht, ihre Portfolios einfach und kontrolliert in solche Wallets zu migrieren, ihren Kunden darüber einen zusätzlichen Service anzubieten und gleichzeitig auf Seiten der Händler für einen verbesserten Checkout-Prozess mit geringeren Ab-

bruchraten sorgt. 2015 steht der Rollout auch in Österreich an.

**Karten Kurz zusammengefasst: Wo sehen Sie Mastercard in Österreich in 5 Jahren?**

Mastercard entwickelt sich zunehmend von einem herkömmlichen Payment Scheme zu einem Technologiepartner für alle Parteien im Ökosystem des bargeldlosen Bezahlens. Dienstleistungen, die über Autorisierung, Clearing und Settlement hinausgehen, werden eine immer größere Rolle spielen. Das können klassische Beratungsleistungen oder Unterstützung im Endkundenmarketing genauso sein wie zusätzliche Betrugserkennungsmechanismen, Konfigurationsmöglichkeiten auf Transaktionsbasis oder die Unterstützung bei der Umsetzung von Mobile Wallets. Unser Ziel in den kommenden Jahren in Österreich ist es, zu einem unabkömmlichen Partner bei der Umsetzung von innovativen Bezahllösungen für Issuer, Acquirer und Händler zu werden.

**Karten Wird die bargeldlose Gesellschaft kommen? Wenn ja, wann? Wenn nein, warum nicht?**

Wir sind in Österreich so weit von „bargeldlos" entfernt – mehr als 80 Prozent aller Transaktionen am PoS passieren immer noch bar – dass es müßig ist, darüber zu diskutieren, ob und wann wir es denn sein werden.

Ich sehe auch eine 100-prozentige Verdrängung nicht als Ziel an, da die daraus entstehende Kontroverse den Blick auf das Wesentliche verstellt: Bargeld verursacht erhebliche Kosten und es sollte insbesondere vor dem Hintergrund einer angespannten wirtschaftlichen Lage im allgemeinen Interesse sein, diese Kosten so gering wie möglich zu halten. Daher unternehmen wir vieles, was zur Reduktion von Bargeld beiträgt, und unterstützen diverse Initiativen in diese Richtung.