

Bankmanagement-Glossar

Was ist Maestro?

Von Ewald Judt und Claudia Klausegger

■ Maestro ist eine Debitkartenfunktion, bei der es nach bargeldlosen Zahlungen an POS-Terminals oder Bargeldbezügen an Geldausgabeautomaten zu einer direkten Belastung des Girokontos kommt. Von der Abwicklung her waren und sind Maestro-Transaktionen online und mit PIN möglich. Mit dem EMV-Chip können auch Offline-Transaktionen durchgeführt werden, wenn dies von der kartenausgebenden Bank so festgelegt wird. Maestro kann vom Ursprung her auf die in Europa entwickelte und ab 1968 ausgegebene eurocheque-Karte zurückgeführt werden. Zusammen mit einem eurocheque ermöglichte diese Karte Bargeldbezüge in Banken und später auch bargeldlose Zahlungen.

Weiterentwickeltes Maestro löste eurocheque-Karte ab

Mit dem Aufkommen der Geldausgabeautomaten wurde die eurocheque-Karte als Garantiekarte für eurocheques zuerst national und ab 1984 mit dem ec-Logo versehen und in den meisten europäischen Ländern als Bedienungsmedium für die Automaten herangezogen. Der nächste Schritt zur Weiterentwicklung der eurocheque-Karte erfolgte 1988 mit dem edc-Logo als europäische POS-Funktion. Nach der Fusion von Eurocard International mit eurocheque International zu Europay International (das zwischenzeitlich von Mastercard International übernommen wurde), sind die beiden Funktionen zu Maestro zusammengeführt worden. Die Marke ist seit 1993 eine globale Debitfunktion für ATM- und POS-Nutzung.

Der auf Papier beruhende eurocheque wurde im Jahr 2001 wegen Nutzungs-

rückgang eingestellt. Die Maestro-Funktion ist heute auf Millionen Debitkarten von Banken auf allen Kontinenten. Die Kartenausgabe durch Banken in aller Welt erfolgt entweder in der Form, dass im Debitbereich Maestro das alleinige Brand für den Einsatz der Karte ist (Single-Brand Solution) oder Maestro ein Brand neben einem zweiten – meist nationalen – Brand ist. Im letzteren Fall kommt Maestro nur bei grenzüberschreitenden Transaktionen zum Tragen (Co-Brand Solution).

Heute ist das Verhältnis der Karten mit und ohne ein zweites Brand weltweit ausgewogen. Das gilt auch für Europa, wo es einerseits Länder wie zum Beispiel Großbritannien, die Schweiz und Österreich mit einer Single-Brand Solution gibt. In anderen Ländern wie beispielsweise Deutschland (mit ec-cash beziehungsweise Girocard), die Niederlande (mit PIN) und Belgien (mit Bancontact/Mr. Cash) existieren Co-Brand Solutions. Dort kommt zusätzlich ein politischer Aspekt zum Tragen: Nationale Transaktionen erfolgen unter der Governance des jeweiligen Domestic Schemes und werden damit auch finanziell eigenständig abgewickelt.

Für den Karteninhaber zählen einfache Handhabung und Sicherheit

Karten mit Maestro-Debitfunktion entsprechen heute weitgehend den Konsumentenwünschen für ein derartiges Produkt: Die Akzeptanz am POS und an Geldautomaten rund um die Uhr sowie weltweit gibt dem Karteninhaber große Flexibilität bei Verfügungen über sein Girokonto. Durch die grundsätzliche Konzeption der Maestro-Debitfunktion als Online-System mit PIN werden Risiken minimiert.

Der Karteninhaber kann eine einfache und eingelernte Prozedur überall praktizieren. Dazu kommt, dass die Nutzung der Maestro-Debitfunktion durch die Karteninhaber für sie in der Regel günstiger ist als mögliche Alternativen.

Seit ihrer Etablierung hat die Maestro-Funktion einen rasanten Aufschwung genommen:

■ Die Anzahl der Karten mit Maestro-Funktion hat sich seit damals von 20 Millionen (1993) auf 664 Millionen (2007), davon 307 Millionen in Europa, erhöht.

■ Die Anzahl der Maestro-POS-Akzeptanzstellen wuchs von knapp 0,3 Millionen (1993) auf über 10,7 Millionen (2007), davon 6,5 Millionen in Europa.

■ Die Anzahl der Geldausgabeautomaten mit Maestro-Akzeptanz ist seit damals von rund 163 000 (1993) auf über 1,4 Millionen (2007), davon 436 000 in Europa, angestiegen.

Parallel dazu haben sich die Anzahl der Transaktionen und deren Geldvolumen erhöht. Interessanterweise hat Visa International auf die Debit-Herausforderung von Mastercard International durch Maestro lange Zeit lediglich mit Visa Electron – einem Online-Debitprodukt auf Unterschriftsbasis bei PoS-Zahlungen – reagiert und erst im Zusammenhang mit Sepa V-Pay entwickelt: eine Online-PIN-Debitkarte. V-Pay wird in den kommenden Jahren eine Herausforderung für Maestro sein.

Dr. Ewald Judt ist Honorarprofessor der Wirtschaftsuniversität Wien und Geschäftsführer der PayLife Bank GmbH; ewald.judt@paylife.at/www.paylife.at. Dr. Claudia Klausegger ist Assistenzprofessorin am Institut für Marketing-Management der Wirtschaftsuniversität Wien; claudia.klausegger@wu-wien.ac.at.