

kurz gemeldet

Marktnotizen: Produkte und Unternehmen

Telekurs übernimmt Acquiring-Processing von Pay-Life

In der Jahresmitte 2010 wird die Schweizer Telekurs Card Solutions AG fünf Jahre lang das Acquiring Processing für die österreichische Pay-Life Bank GmbH übernehmen. Bis dahin läuft der Vertrag zwischen Pay-Life und First Data International. Die Migrationsphase soll schrittweise im Jahr 2010 anlaufen.

Das jährliche Auftragsvolumen beträgt rund 500 Millionen Transaktionen mit Kredit- und Debitkarten sowie der Werkkarte Quick. Mit dem Auftrag will die Telekurs die Anzahl verarbeiteter Transaktionen um 50 Prozent erhöhen. In Slowenien arbeiten Pay-Life und Telekurs bereits zusammen.

Atos verarbeitet Haspa Co-Branding

Die von der Hamburger Sparkasse gemeinsam mit dem Drogeriemarkunternehmen Iwan Budnikowski herausgegebene Budni Cash Card wird seit November 2007 von Atos Worldline verarbeitet, meldet das Processing-Unternehmen im April. Bei der Visa-Karte werden die Umsätze sofort belastet. Angesichts von 790 000 Budni-Kundenkarten ohne Zahlungsfunktion verspricht sich die Haspa für das Visa Co-Branding ein großes Potenzial.

Equens, Iberpay und Seceti: bilateraler Zahlungsaustausch

Anfang April dieses Jahres haben die Zahlungsverkehrsdienstleister Equens, Iberpay und Seceti die ersten Sepa-Transaktionen direkt ausgetauscht. Diese basieren auf dem Interoperability Framework der EACHA (European Automated Clearing House Association). Im Oktober 2007 hatten

die drei Unternehmen zusammen mit Stet und Vocalink angekündigt, Interoperabilität zwischen ihren Systemen herzustellen.

Kartenzahlung im Katasteramt

In den Katasterämtern in Schleswig-Holstein können die Bürger seit April Dienstleistungen wie Auskünfte, Auszüge aus dem Liegenschaftskataster, Kartenmaterial und Luftbilder per electronic cash bezahlen. Die Terminals des Typs Artema Hybrid stammen von der Easycash GmbH, Ratingen.

Metro Cash & Carry akzeptiert Visa

Die 60 deutschen Märkte des Selbstbedienungsgroßhandels Metro Cash & Carry akzeptieren seit Anfang April 2008 Kreditkartenzahlungen mit Visa. Die Akzeptanz dieser Karten soll vor allem die gewerblichen Einzelhändler aus Gastronomie und Einzelhandel ansprechen.

Elektronische Gesundheitskarte: Knackpunkt PIN

Die in sieben Regionen durchgeführten Tests zur elektronischen Gesundheitskarte haben Probleme mit der sechsstelligen Geheimnummer aufgezeigt: Nicht alle Patienten sind in der Lage, sie einzugeben beziehungsweise sich die Nummer überhaupt zu merken, wie die Gematik Gesellschaft für Telematikanwendungen der Gesundheitskarte GmbH, Berlin, mitteilt. Als Lösungsvorschlag dient neben dem Auswählen einer individuellen PIN die Autorisierung der Ärzte zur Eingabe der Nummer.

Kreditkarte mit Krankentransport

In Zusammenarbeit mit dem Arbeiter-Samariter-Bund Österreich gibt die Card Complete Service Bank AG, Wien, seit April eine ASBÖ-Visa-Karte heraus. Zu den Zusatzleistungen zählen 25 Prozent Rabatt auf alle privaten Krankentransporte des Arbeiter-Samariter-Bundes im Inland und 50 Prozent Preisnachlass auf die Anschaltgebühr des Heimnotrufs in Wien. Zusätzlich erhalten Karteninhaber Preisnachlässe bei einer Reihe von Dienstleistern im Einzelhandel.



Ein ähnliches Produkt ist in Deutschland mit der Johanniter Card der SEB-Bank AG, Frankfurt am Main, am Markt, die übrigens das erste Co-Branding der Bank ist. Bei der Johanniter Card fließt ein Drittel der Jahresgebühr Hilfsprojekten der Organisation zu.

Karstadt Mastercard wird fünf

Die Karstadt Mastercard wird in diesem Jahr fünf Jahre alt. Derzeit hat die Karstadt-Quelle Bank, Neu-Isenburg, rund 800 000 Karten am Markt. Der Geburtstag wird zu einer Neukundengewinnungsaktion genutzt. Im Aktionszeitraum bis Ende Mai erhalten Neukunden ein Startguthaben von zehn Euro und einmalig zehn Prozent Sofortrabatt bei Karstadt am Tag der Beantragung.

Degussa Bank emittiert Mastercard-Firmenkarten

Die Degussa Bank emittiert seit Ende März Corporate Cards. Dabei hat sich die Bank für das Multinational-Card-Programm von Mastercard einschließlich der zugehörigen Reporting- und Analyselösungen entschieden.

Paysafecard bei dm

Die Drogeriemarktkette dm ist neuer Vertriebspartner des Prepaid-Karten-Anbieters Paysafecard AG, Wien. Die Zahl der Verkaufsstellen für das Zahlungsmittel fürs Internet erhöht sich damit auf 105 000.

Best Western ist neuer Partner bei Happy Digits

Der Happy-Digits-Betreiber CAP Customer Advantage Program GmbH, Köln, hat einen neuen Partner für sein Bonusprogramm gefunden. Teilnehmer von Happy Digits können zukünftig in rund 4 200 Best-Western-Hotels weltweit Punkte sammeln. Für jeden Aufenthalt in einem Hotel der Kette erhält der Karteninhaber 250 Digits. Zudem können die Bonuspunkte gegen Travel-Card-Hotelgutscheine eingetauscht werden.

Linda-Apotheken verlängern Kooperation mit Payback

Die 1 400 Linda-Apotheken werden ihre Partnerschaft mit dem Bonusprogramm Payback langfristig fortsetzen. Die vor drei Jahren vereinbarte Kooperation wurde nun unbefristet verlängert.

E-Ticketsystem der Deutschen Bahn im Testbetrieb

Die Deutsche Bahn AG und Vodafone haben mit 200 Testnutzern das E-Ticket-System Touch & Travel gestartet. Der Feld-

versuch wird in einem Teilnetz der Berliner S-Bahn, im Potsdamer Nahverkehr und auf der ICE-Strecke Berlin-Hannover durchgeführt. Der Reisende kann sich über das System zu Beginn seiner Fahrt mit dem Handy an- und nach Erreichen des Reisezieles wieder abmelden. Dazu wurden alle Bahnhöfe und Haltestellen mit sogenannten Touchpoints ausgestattet.

Nach der Fahrt werden die Strecke und der Fahrpreis berechnet und der Kunde erhält eine Abrechnung. Touch & Travel soll eine bundesweite Lösung für das E-Ticket werden, die allen Verkehrsunternehmen offen steht.

Anbieter von Firmenkundenkarten initiieren Netzwerk

Zu einem globalen Netzwerk, der Zenix Card Alliance, haben sich verschiedene Anbieter von Firmenkunden-Kreditkarten zusammengeschlossen. Die Partnerbanken Royal Bank of Scotland, Société Générale, Nordea, HDFC und die United Overseas Bank bieten zukünftig Zahlungslösungen für Mitarbeiter multinationaler Unternehmen in 25 Ländern an.

Neue Geschäftsführung bei Telecash

Die Geschäftsführung der Telecash GmbH & Co. KG in Bad Vilbel haben Thomas Haarmann und Klaus Schöpflin übernommen. Haarmann verantwortete vorher als Bereichsleiter das Produkt- und Marktmanagement bei Telecash, er soll das Unternehmen zukünftig vermehrt auf der Kundenseite vertreten. Schöpflin war als Executive Director für die Bereiche Unternehmensplanung, Projektmanagement, Logistik und Einkauf zuständig und wird verstärkt für das operative Geschäft zuständig sein.

Die bisherige Geschäftsführerin Helga Dahncke wird zum 1. Mai 2008 CEO bei der Swiss One Finance, einem neuen Un-

ternehmensbereiches der schweizerischen Aduno-Gruppe, der auf Konsumfinanzierung spezialisiert ist.

Sagem Orga mit neuem Vorsitz der Geschäftsführung

Philippe d'Andréa hat zum 1. April 2008 den Vorsitz der Geschäftsführung bei der Sagem Orga GmbH übernommen. Er tritt damit die Nachfolge von Patrick Samier an, der das Unternehmen zweieinhalb Jahre leitete und nun innerhalb des Safran-Konzerns eine neue Aufgabe wahrnimmt. D'Andréa ist seit 1998 im Chipkartenbereich für Sagem Orga tätig und seit 2005 als Chief Operations Officer für die weltweiten Aktivitäten der Gesellschaft verantwortlich.

Vorstandsvorsitz der Initiative Geldkarte neu besetzt

Die diesjährige Hauptversammlung der Initiative Geldkarte e. V., hat Ingo Limburg zum neuen Vorstandsvorsitzenden ernannt. Er löst Volker Koppe damit nach knapp dreijähriger Amtszeit ab. Limburg ist seit Beginn des Jahres 2007 Marketingleiter für die Geldkarte bei der Euro Kartensysteme GmbH, Frankfurt am Main. Zuvor betreute er den Bereich Sicherheitsmanagement für Zahlungskarten der Euro Kartensysteme. Als Vorstände wurden Arne Meil, Thales E-Transactions GmbH, und Peter Ehrl, Ernst Kühner OHG, im Amt bestätigt.

Visa Europe mit neuem Slogan

Im April dieses Jahres hat Visa Europe in Deutschland eine neue Werbekampagne gestartet. Sie läuft unter dem Claim „Visa. Und das Leben läuft leichter“, der den Slogan „Liebe jeden Tag“ ablöst. Im Mittelpunkt der Maßnahmen in Printmedien und im Fernsehen steht nicht mehr der Einsatz der Karte in alltäglichen, sondern in außergewöhnlichen Situationen.