

Maestro: ein Erfolgsmodell nicht nur für die Alpenländer

Von Christian Stolz

In Österreich und der Schweiz befindet sich Mastercard in einer beneidenswerten Lage: In beiden Märkten wurde das nationale Debitsystem durch Maestro abgelöst, wenn auch in der Schweiz daneben noch Karten der Postfinance in Umlauf sind. Namentlich Österreich gilt der Kartenorganisation deshalb als Musterland. Das gilt für den Ausbau des Akzeptanznetzes und die Nutzung von Maestro als Bonuskarte im Handel ebenso wie für die Chipmigration oder die Umsetzung des Secure Code, wo Österreich mit Spanien und Großbritannien zu den Vorreitern in Europa zählt. In der Schweiz dagegen sieht der Autor noch Steigerungspotenzial – nicht zuletzt beim Thema Innovationen. Und Innovationen seien letztlich der Treiber für die Akzeptanz. Daran will Mastercard auch in anderen Märkten anknüpfen. Red.

Sicher, in manchen Branchen sind sie Vorreiter, die Nachbarn Deutschlands im Süden: Die Schweizer mit ihrer Uhren-, Schokoladen- und Käsetradition, und die Österreicher in Sachen Kultur, Wintersport und guter Küche. Und auch die Fußball-europameisterschaft Euro08 ist noch in guter Erinnerung: Beide Alpenländer konnten sich präsentieren und gemeinsam mit Besuchern aus aller Welt das Fußballfest

zu einem Erlebnis werden lassen. Im Technologiebereich, speziell was Zahlungssysteme betrifft, würde man dagegen eher nicht sofort auf sie setzen, wenn es um Innovation und „early movers“ in Sachen Modernität geht.

Österreich ist das Land der Debitkarte

Bei Debitkarten-Systemen wie Maestro sind sie es dennoch: Speziell Österreich gilt als „das Land der Debitkarte“ schlechthin und nahezu jeder Österreicher besitzt mindestens eine Maestro-Karte. Das Debitsystem von Mastercard überzeugt hier mit höchsten Sicherheitsstandards und bietet zusätzliche innovative Vorteile – auch wenn vielleicht noch nicht alle Österreicher es bislang unter dem Namen „Maestro“ kennen.

Der Blick über die Grenze nach Österreich zeigt ein Bild, wie es sich die Manager von Debit- und Kreditkartenfirmen sonst nur erträumen können: Mit Maestro hat Mastercard aufgrund einer überzeugenden „value proposition“ eine starke Position

inne. Neben Maestro hat sich bislang kein anderes Debitkarten-System in Österreich etabliert.

Von Anfang an war die Maestro-Karte nicht nur zur Bargeldabhebung am Geldautomaten, sondern als landesweite Debitkarte gedacht. Die Österreicher sprechen im Übrigen nicht von „Geldausgabautomat“, sondern vom „Bankomat“. Infolge dessen ist auch der Begriff „Maestro-Karte“ in Österreich bislang im Alltag weniger verbreitet. Bekannt ist die Karte vielmehr als „Bankomatkarte“ – auch wenn man damit nicht nur Bargeld abheben will, sondern die Karte im Geschäft zum bargeldlosen Bezahlen einsetzen möchte.

Und das ist der zentrale Punkt: Die Karte ist in den Köpfen – und in den Brieftaschen – der Konsumenten präsent und im täglichen Gebrauch nicht mehr wegzudenken. Laut einer GfK-Studie im Auftrag der Pay-Life Bank ist die Zahlungskarte für die meisten Menschen sogar wichtiger als das Handy, das TV, der MP3-Player und sogar als der Terminkalender. Mehr als 60 Prozent der Befragten verlassen das Haus demnach nie ohne Zahlungskarte. Gefragt, was wäre, wenn es plötzlich keine Zahlungskarten für bargeldloses Zahlen mehr gäbe, betrachtete dies die Untersuchungsgruppe als einen Rückschritt in die Vergangenheit und eine äußerst große Umstellung sowie Einschränkung im Alltag.

Zum Autor

Christian Stolz ist General Manager Österreich und Schweiz bei Mastercard Europe, Wien und Zürich

Worauf Mastercard mit gutem Grund immer wieder verweist, ist die schon heute bestehende Sepa-Compliance von Maestro. Sepa – die Single Euro Payments Area – strebt die Schaffung eines europaweit einheitlichen Zahlungsraums an. Sepa umfasst dabei die Staaten der Europäischen Union sowie Island, Norwegen, die Schweiz und Liechtenstein.

Das wichtigste Ziel ist es, bargeldlose Zahlungen innerhalb der Teilnehmerländer so zu standardisieren, dass es für die Bankkunden keine Unterschiede zwischen nationalen und grenzüberschreitenden Zahlungen mehr gibt. Verstärkt wird diese Bestrebung durch die Payment Services Directive (PSD), mit welcher der rechtliche Rahmen für den paneuropäischen Zahlungsverkehr gestärkt wird. Konkret bedeutet dies, dass Unternehmen und Konsumenten, unabhängig vom Ort, ihre Zahlungen so einfach und kostengünstig wie im Heimatland abwickeln können.

Sepa-Compliance in den Alltag übersetzt

Mit der vorwiegend nationalen Ausrichtung von Kartensystemen, die es in vielen Ländern gibt, lässt sich Sepa im Kartenmarkt nicht umsetzen. Vielmehr erfordert Sepa üblicherweise die Ablösung nationaler durch internationale Kartensysteme, die Kooperation nationaler mit internationalen Kartensystemen bei grenzüberschreitendem Einsatz (sogenanntes „Co-Branding“) oder auch die Ausdehnung der Geschäftsaktivitäten nationaler Kartensysteme durch eigene Expansion oder Allianzen mit anderen nationalen Kartensystemen.

Dieses Ziel setzt insbesondere eine weitgehende technische Standardisierung voraus, um Interoperabilität auf allen Ebenen zu gewährleisten, das heißt zwischen Karteninhaber und Terminal, Karte und Terminal, Terminal zu Acquirer sowie Acquirer und Kartenherausgeber. Dabei ist klar: Viele Konsumenten kennen nicht die Bedeutung von Sepa – und das ist auch

nicht nötig. Schließlich geht es um den konkreten Nutzen, den Sepa bietet und den Maestro jedem Karteninhaber erschließt. Es ist entscheidend, dass dies bei den Kartennutzern ankommt.

Die Vorteile gleicher Vorgänge bei Bargeldabhebung und Zahlung am PoS quer durch die Sepa-Region – und damit praktisch quer durch Europa – sind ein schlagendes Argument. Dazu leistet Maestro seinen klaren Beitrag: Wir übersetzen damit Sepa in den Alltag der Konsumenten und machen ihnen die Annehmlichkeit und Vorteile dieses so entscheidenden Fortschritts optimal zugänglich.

Mastercard unterstützt daher selbstverständlich Sepa und begrüßt den Wettbewerb und die wirtschaftlichen Vorteile, die sie in die Eurozone und die Europäische Union bringt. Der Handel wiederum profitiert von der starken Marke Maestro und großen Zahl von Maestro-Karteninhabern und damit potenziellen Käufern. In Europa sind mehr als 300 Millionen, weltweit sogar mehr als 600 Millionen Maestro-Karten im Umlauf. Die Kartennutzer profitieren wiederum von den über sieben Millionen Akzeptanzstellen in Europa und weltweit sogar über elf Millionen Händlern, die Maestro akzeptieren.

In Österreich durchgehend mit Chip

Mit klaren Sicherheitsmerkmalen bietet jede Maestro-Karte nicht nur eine höchst bequeme, sondern auch eine überaus zuverlässige Methode, Zahlungen ohne lästiges Bargeld abzuwickeln: Dazu zählt auch die Chip-Technologie, die in Österreich durchgehend bei jeder Maestro-Karte verwendet wird. Karten mit modernen Chips sind länderübergreifend einsetzbar und bieten zugleich verschiedenen Anbietern in verschiedenen Ländern die nötige Flexibilität, um maßgeschneiderte Leistungen und Vorteile realisieren zu können.

Die eingesetzten Terminals am PoS unterstützen durchgehend alle Möglichkeiten.

Auf der Karte wird definiert, welche davon tatsächlich vom Inhaber genutzt werden. Die Identifizierung mittels PIN-Code verbindet Sicherheit mit der Bequemlichkeit, sich bloß eine vier- bis sechsstelligen Zahlen merken zu müssen.

Vorreiter bei Secure Code

Und mit Mastercard Secure Code wird auch das Bezahlen im Internet sicherer denn je: Denn nur mit dem persönlichen Code kann der Zahlungsvorgang autorisiert werden; zudem erhält der Inhaber eine detaillierte und standardisierte Information über den Bestellvorgang und alle relevanten Daten. Secure Code macht darüber hinaus E-Banking-Vorgänge ebenso sicher und einfach.

Mastercard bietet damit für die modernsten Zahlungsvorgänge von heute und morgen eine Lösung, die zukunftssicher und für jeden Konsumenten leicht zu handhaben ist. Österreich ist neben Spanien und Großbritannien eines der drei Länder, in welchen der Sicherheitsstandard Secure Code bereits etabliert ist – und damit einmal mehr einer der Vorreiter in Europa. Für die Schweiz sind intensive Diskussionen für die Vorbereitung bereits im Laufen.

Aus Händlersicht ist Secure Code ebenfalls eine äußerst praktische Sache: Die häufigen Reklamationen von Kunden, die eine Zahlung verweigern, weil sie (angeblich oder tatsächlich) keine Bestellung aufgegeben haben, gehören damit der Vergangenheit an. Kosten, die mit diesen Reklamationen bis hin zu Rücksendungen, Rechtsstreitigkeiten und Inkassokosten verbunden sind, werden vermieden.

Auch die Synchronisierung von Bestellungs- und Zahlungszeitpunkt ist für den Händler ein wesentlicher Aspekt. Und: Ein praktisch weltweit gleich zugängliches und gleich zu nutzendes Zahlungssystem ist eine wichtige Voraussetzung, um die eigenen Waren und Services auch tat-

sächlich auf einem weltweiten Markt erfolgreich anbieten zu können.

Dass Sicherheit in Sachen bargeldloser Zahlungsverkehr ein wesentliches Anliegen der Konsumenten ist, zeigen nicht zuletzt aktuelle Umfragen: So bevorzugen grundsätzlich acht von zehn Konsumenten in Europa Karten als Zahlungsmittel gegenüber Bargeld, und zwei Drittel fühlen sich mit Karten deutlich sicherer als mit Bargeld. Kein Wunder, wenn man die Gefahren durch Diebstahl, Verlust und Betrug bedenkt und sich die damit verbundenen Mühen und Kosten vor Augen führt – abgesehen vom persönlichen Ärger, der sich nicht beziffern lässt.

Das Handling von Bargeld ist übrigens aus gutem Grund auch etwas, das Banken und Handel gerne loswerden. Schätzungen besagen, dass allein Europas Banken

durch alle mit der Verwendung von Bargeld verbundenen Ausgaben eine Kostenlast von 32 Milliarden Euro pro Jahr zu tragen haben. Auch hier sind wiederum neben den unvermeidlichen laufenden Kosten auch Folgekosten für Diebstahl oder Schwund sowie entsprechende Versicherungen zu tragen. Mit jedem Prozentpunkt, um den die Nutzung bargeldloser Zahlungsmittel ansteigt, sinkt diese Kostenlast, die letztlich alle gemeinsam als Konsumenten zu tragen haben.

Fit für E-Government und Co

Der Chip auf jeder Maestro-Karte eröffnet noch eine weitere Dimension in der Kartennutzung: Denn damit ist die Karte bereits fit für die Aufbringung einer digitalen Signatur. Die wiederum ist Voraussetzung und Schlüssel zu digitalen Zukunftsan-

wendungen wie E-Government – bis hin zum stark diskutierten E-Voting (das heißt die digitale Stimmabgabe bei Wahlen).

Aber auch im alltäglichen Wirtschaftsleben nutzen viele Anwender bereits die Möglichkeit, Belege aller Art wie etwa Rechnungen oder Steuererklärungen mit ihrer digitalen Unterschrift zu signieren. Viele Behörden und Institutionen bieten Services für die bequeme Nutzung vom eigenen PC aus an – etwa die Anforderung von Reisepass und anderen Dokumenten, die Einsichtnahme in persönliche Daten der Sozialversicherung (zum Beispiel Pensionskonto oder Übersicht über in Anspruch genommene medizinische Leistungen).

Die Aktivierung der digitalen Signatur auf der Maestro-Karte wird in Österreich durch staatlich autorisierte Zertifizierungsdienste-

Stellenanzeige

Für den Deutschen Genossenschafts-Verlag eG suchen wir den (m/w)

Bereichsleiter Cards

Unternehmen

Der Deutsche Genossenschafts-Verlag eG ist als Medien-, Handels- und Systemhaus ein zentraler Partner und Dienstleister der Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie des genossenschaftlichen Verbundes. Mit seinen innovativen, zielgruppenorientierten Produkten und Serviceleistungen realisiert er im Mitglieder- und Kundengeschäft ein Gesamtumsatzvolumen von rund 170 Mio. EUR. Der Sitz in der hessischen Landeshauptstadt bietet eine ausgesprochen attraktive Infrastruktur.

Aufgabe

Im Zuge des Wechsels des heutigen Stelleninhabers in den Vorstand des DG VERLAGES, wird die Position des Bereichsleiters Cards vakant. Als Stelleninhaber verantworten Sie einen wirtschaftlich gewichtigen sowie prozessual und technisch anspruchsvollen Geschäftsbereich mit hohem Innovationspotenzial. Die Leistungskompetenz Ihres Bereiches besteht nicht nur in der sicheren Produktion der genossenschaftlichen Kartenfamilie mit entsprechenden Serviceleistungen, sondern auch in der Entwicklung und Umsetzung zukunfts- und kundenorientierter Kartenlösungen.

Profil

Als attraktiver Kandidat für diese Vakanz verfügen Sie über ausgeprägte Managementkompetenzen, die Sie im Rahmen mehrjähriger Führungserfahrungen, idealerweise innerhalb des genossenschaftlichen Verbundes, erfolgreich eingesetzt haben. Eine fundierte, betriebswirtschaftliche Qualifikation sowie fachliche und technische Kenntnisse des kartengestützten Zahlungsverkehrmarktes bilden die Basis sowohl für die Gremienvertretung des DG VERLAGES als auch die Führung der fachlich versierten 90 Mitarbeiter in Ihrem Bereich.

Durch Ihr unternehmerisches Denken und Handeln gelingt es Ihnen, Dienstleistungsorientierung bei gleichzeitiger Standardisierung und Prozessoptimierung für Ihre Kunden erlebbar zu machen.

Ansprechpartner

Wenn es Sie reizt, diesen zukunftsorientierten Geschäftsbereich weiterhin erfolgreich zu gestalten, dann sollten Sie sich bewerben. Für Vorabinformationen steht Ihnen Herr Joachim Kehr (joachim.kehr@gpconsult.de) unter Tel.: 0 69/69 78 -125 gerne zur Verfügung. Ihre Bewerbung richten Sie bitte an:

GenoPersonalConsult GmbH · Wilhelm-Haas-Platz · 63263 Neu-Isenburg



GenoPersonalConsult GmbH

Anbieter vorgenommen; viele bieten dies kostenlos an.

Maestro als Loyalty Card

Kundenkarten-Systeme zur Bindung von Stammkunden sind auch aus dem Handel in Österreich nicht mehr wegzudenken: Praktisch alle größeren Ketten, sowohl im Food- als auch im Non-Food-Bereich haben ihre Loyalty-Programme, die letztlich auf Kartentechnologie beruhen. Weit verbreitet sind hier vor allem Magnetstreifen-Karten. Mit Maestro bietet Mastercard alle Features einer modernen Chipkarte. Und Österreichs größter Handelsriese, die lokale Rewe-Zweiggruppe, setzt Maestro bei seinen Loyalitätsprogrammen mittlerweile ein. Dazu zählen die Lebensmittelketten Billa und Merkur ebenso wie die Drogeriemärkte von Bipa.

Warum Maestro gerade in Österreich eine so hohe Durchdringung und Akzeptanz hat, kann auf vielerlei Weise erklärt werden.

■ Zum einen kommt die Eigenart der Debitkarte dem Naturell des Österreichers besonders entgegen: Im Gegensatz zur Kreditkarte wird bei der Zahlung mit einer Debitkarte ja das Konto des Inhabers mit dem Tag der Zahlung belastet. Natürlich verwenden viele Österreicher auch gerne Kreditkarten – oft auch parallel zu ihrer Maestro-Karte – doch unterm Strich bleibt der Eindruck, dass zwischen Bodensee und Neusiedlersee die Debitkarte eine besondere Stellung innehat.

■ Zum anderen hängt es aber auch mit der Eigenschaft und Stellung von Mastercard-Produkten als Innovationstreiber des bargeldlosen Zahlens zusammen. Insbesondere ist es in Österreich den Lizenznehmern von Mastercard, wie etwa der Pay-Life Bank gelungen, die Zahl der ausgegebenen Karten, die Zahl der Akzeptanzstellen und die Nutzungsfrequenz der Karten gleichmäßig zu steigern. Die Herausforderung ist in jedem Markt die glei-

che: Bleibt einer der Werte zurück, wird dies auch die beiden anderen negativ beeinflussen. Gelingt hingegen – wie in Österreich – eine gleichmäßige Entwicklung in allen drei Bereichen, stärkt dies die Stellung am Markt nachhaltig.

Ihre Marktstellung in Sachen Debit- und Kreditkarte unterstreicht die Kartenorganisation seit vergangenem Jahr mit einer eigenen Repräsentanz in Wien. Aufgrund der neuen Marktsituation – die früheren klaren Bindungen der Karten ausgebenden Banken an einzelne Kreditkartenunternehmen sind aufgehoben, jede Bank kann im Prinzip Karten verschiedenster Anbieter ausgeben – bestehen neue Herausforderungen, die genutzt werden sollen, um neue Geschäftspotenziale zu entwickeln.

In der Schweiz noch Potenzial

In der Schweiz hat Maestro 2005 die Funktion des lokalen ec-Karten-Systems übernommen. Mit dem Wechsel zu Maestro hat sich eine große Mehrzahl der Schweizer Banken für eine weltweit bekannte Debitkarte entschieden. Neben dem Maestro-Debitkartensystem gibt es momentan noch die Debitkarte der Schweizerischen Postfinance. Maestro ist allerdings bei weitem am stärksten verbreitet und im Handel verankert.

Dennoch gibt es ebenso in der Schweiz noch Innovations- und Steigerungspotenzial. So möchte Mastercard auch in der Schweiz neue Vorteile für Maestro einführen, von denen Kunden wie auch der Handel profitieren können. Als Beispiel sei der Einsatz von Maestro-Karten zum Einkauf im Internet genannt, der in Österreich schon seit langem möglich ist.

Durch das Vorantreiben von Innovationen auf der Kartenseite sollen Kunden ihre Maestro-Karten auch in der Schweiz häufiger einsetzen, was auch im Sinne des Handels wäre. Aber schon heute profitieren natürlich auch die Händler in der

Schweiz ebenso wie die Händler in Österreich von der starken Marke und großen Zahl der Maestro-Karteninhaber, die als Einwohner, Geschäftsreisende oder Touristen ihre Karten als Zahlungsmittel einsetzen.

Innovationen sind Treiber der Akzeptanz

Dies gilt im Übrigen auch für Deutschland, wobei sich dieser Markt durch das Vorhandensein unterschiedlicher Debitkartensysteme von Österreich und der Schweiz unterscheidet. Hier ist die Situation daher natürlich viel herausfordernder für Mastercard.

Gleichzeitig bietet Mastercard auch hier die einzige Sepa-konforme Lösung an, die nicht nur auf Europa beschränkt ist. Entsprechend liegt auch in diesem Markt die Chance darin, das Produkt Maestro als innovatives Zahlungsverkehrsmittel voranzutreiben und hierdurch die weiteren Potenziale, die es den Konsumenten, Banken und Handel bietet, zu erschließen.

In Deutschland gibt es erst wenige reine Maestro-Karten. Allerdings sind nahezu alle der rund 90 Millionen deutschen Debitkarten ebenfalls mit Maestro ausgestattet und können daher auch wieder von den in Österreich und der Schweiz bereitgestellten Akzeptanznetzen profitieren.

Insbesondere in Österreich hat sich gezeigt, dass Innovation sowie zusätzliche Funktionen ein zentraler Treiber für die Akzeptanz von Maestro sind und waren. Hieran können auch andere Märkte anknüpfen und von diesen Erkenntnissen profitieren. Unabhängig von der Anzahl der Wettbewerber und anderer Debitkartensysteme haben alle drei deutschsprachigen Märkte in Kontinentaleuropa eines gemeinsam: Noch immer ist die Nutzung von Bargeld gegenüber Kartenzahlungen sehr hoch, jedoch mit einem klaren Trend hin zur Kartenzahlung. ■