

20 Jahre Airplus

sb ■ In den dreißiger Jahren kamen amerikanische Fluggesellschaften auf die Idee, ein Kundenbindungsprogramm zu schaffen. 15 Prozent Rabatt bei 500 Dollar Guthaben sollten Unternehmenskunden auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten binden und die Umsätze sichern. Als Produkt der Air Transport Association kam 1936 als „Air Travel Plan“ die erste (Papp-)Karte auf den Markt. Zwölf Jahre später wurde daraus unter Beteiligung internationaler Fluggesellschaften der „Universal Air Travel Plan“. Die noch heute sogenannten „UATP“-Karten (und nicht der erst aus dem Jahr 1950 stammende Diners Club) sind damit die ersten Kreditkarten überhaupt. Alle UATP-Karten beginnen daher mit der Ziffer eins.



Die Geschichte der Lufthansa-Tochter Lufthansa Airplus Service-Karten GmbH, Neulsenburg, die seit 2002 am Markt nur noch als Airplus auftritt, ist mit dem UATP-Netzwerk eng verbunden. Der Airplus Company Account ist Teil der UATP-Lösung und zugleich das erfolgreichste Abrechnungskonto im Rahmen des Netzwerks. Airplus ist Issuer von „Reisestellenkarten“ für British Airways, Continental Airlines und Lufthansa und steht für annähernd 60 Prozent des gesamten UATP-Abrechnungsumsatzes.

Erstes Kartendoppel am deutschen Markt

Gegründet wurde das Unternehmen 1989 und ging mit zunächst 20 Mitarbeitern an den Start. Seit 1990 werden UATP-Karten

herausgegeben. Die ursprüngliche Zahlungslösung für Flugtickets wurde seitdem systematisch für die gesamte Abrechnung und Optimierung von Geschäftsreisekosten weiterentwickelt. Durch die Anbindung weiterer Leistungserbringer an das System sind längst nicht mehr nur Flugbuchungen möglich, sondern Unternehmen können auch Bahntickets, Autovermietungen, Hotels und die Servicegebühren der Reisebüros mit einer Karte managen.

Seit 1994 ist Airplus auch im Acquiring tätig: zuerst für Visa, seit 1999 auch Mastercard. 2002 wurde das Geschäftsfeld unter der Marke Acceptance neu positioniert. Zur Fußball-WM 2006 wurde Acceptance exklusiver Partner der Fifa. Ende 2008 wies man 20 500 Vertragspartner aus.

Um Geschäftsreisende auch mit einer Zahlungslösung für unterwegs zu versorgen, gab das Unternehmen seit 1992 als Co-Branding mit Deutscher Bank und Dresdner Bank Eurocards heraus, seit 1993 gemeinsam mit der Bayerischen Landesbank Visa – und war damit der erste Herausgeber eines echten Kartendoppels am deutschen Markt. 1999 wurde mit der Emission eines neuen Corporate-Card-Doppels in Zusammenarbeit mit der Bayerischen Landesbank die Konzentration auf das B2B-Geschäft unterstrichen. Seit Ende 2007 tritt Airplus als Financial Institution unter der Aufsicht der BaFin ohne Bankpartner selbst als Issuer auf. 2008 hatte man

1,048 Millionen Karten am Markt, darunter 514 000 Corporate Cards und 42 000 Reisestellenkarten. In der Kooperation mit der Lufthansa ist Airplus der einzige Anbieter einer Firmenkreditkarte mit Miles & More-Sammelfunktion.

Im Heimatmarkt unangefochtener Marktführer

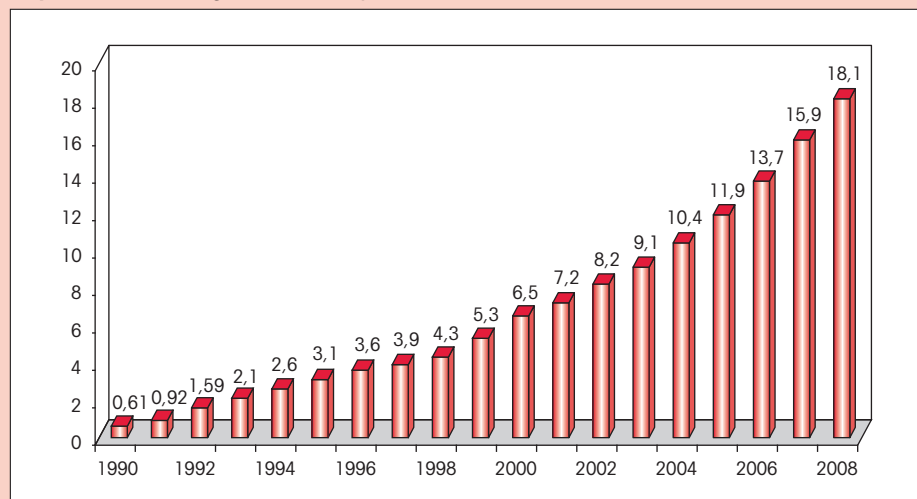
Die physische Karte wird für den Travel-Management-Spezialisten freilich immer unwichtiger. Immer stärker wird das Leistungsspektrum von Software-Modulen zur Auswertung und Optimierung von Reisekosten dominiert. Seit 1995 hat das Unternehmen eine Software für Flugbuchungen im Angebot, seit 1996 auch für die Auswertung des Kreditkartendoppels. Und die IT-Lösungen werden ständig weiterentwickelt. Weltweit setzen mehr als 2 000 Unternehmen bei der Analyse und Steuerung ihrer Reisebudgets auf die Online-Lösung von Airplus.

Gleichwohl trägt sich das Software-Geschäft noch nicht selbst. Die Ertragsstruktur ist deshalb nach wie vor von der Interchange dominiert, die „deutlich über 50 Prozent“ der Gesamterträge ausmacht, wengleich ein immer geringerer Anteil des Abrechnungsumsatzes tatsächlich auch über die physisch vorgelegte sogenannte „Walking Card“ abgerechnet wird. Da die Interchange für Corporate Cards bislang nicht ins Visier der Regulatoren geraten ist, fühlt man sich in dieser Nische recht wohl.

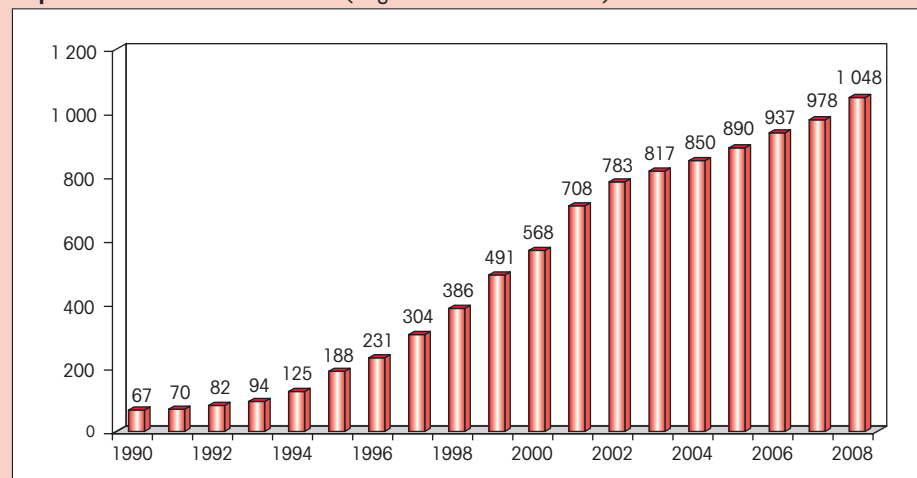
Trotz der im Zuge der Wirtschaftskrise derzeit deutlich spürbaren Rückgänge im Abrechnungsumsatz gilt der Geschäftsreisemarkt lang-



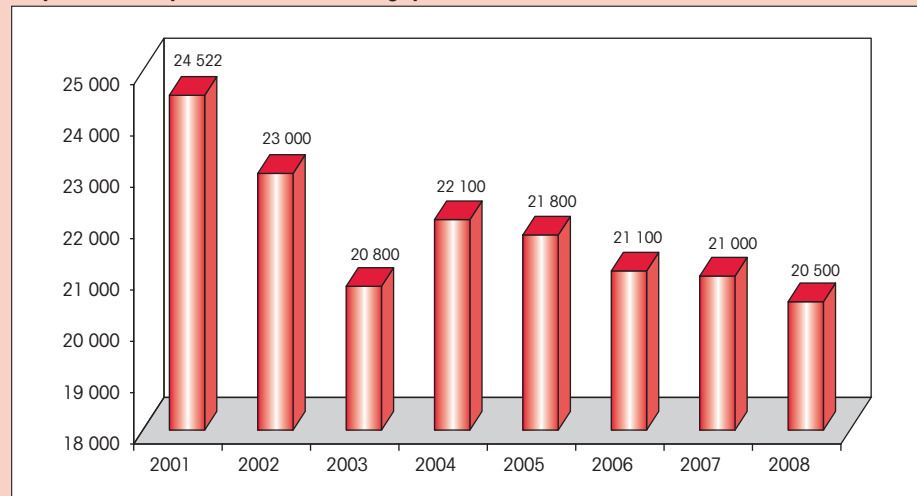
Airplus-Abrechnungsumsatz (Angaben in Milliarden Euro)



Airplus: Gesamtzahlen Karten (Angaben in Tausend Stück)



Airplus als Acquirer: Anzahl Vertragspartner



fristig als ein Wachstumsmarkt, der auch durch Videokonferenzen nur wenig beeinflusst wird. In diesem Markt will Airplus – in Deutschland Marktführer mit einem Marktanteil von rund 67 Prozent – in zwei Jahren auch europaweit den Rivalen American Express überholen und die Nummer eins werden. Mittlerweile wird laut Unternehmensangaben etwa jede dritte Geschäftsreise in Westeuropa über Airplus abgerechnet. Weltweit hat das Unternehmen mehr als 32 000 Firmenkunden.

In 30 Ländern am Markt

Bis 2012 wird als Ziel angegeben, weltweit „präferierter Anbieter beim globalen Payment und Reporting im Geschäftsreise-Management“ zu werden. Die Internationalisierung wird denn auch immer weiter vorangetrieben: 2002 gründete Airplus Tochtergesellschaften in den USA und Großbritannien, im Jahr darauf in der Schweiz und Hongkong. Nach einer Partnerschaft mit der China Merchants Bank im Jahr 2006 und mit Air China im Jahr 2008 folgte 2008 auch die Gründung einer Tochtergesellschaft in Shanghai.

Insgesamt ist Airplus über Kooperationen in über 30 Märkten aktiv. Jüngstes Projekt ist die Emission einer eigenen Corporate Card in Großbritannien. 2008 trugen die globalen Märkte ein rundes Drittel zum Wachstum des Abrechnungsumsatzes bei.

Jüngstes Geschäftsfeld ist die Abrechnung der LKW-Maut. Auch hier bietet man unter der Marke „Road Account“ seit Februar 2007 eine Bezahlösung an, inklusive einer unternehmensspezifischen Aufschlüsselung der Mautkosten.

Auch der Klimaschutzdiskussion hat man sich gestellt: Seit 2007 können Unternehmen Klimaschutzbeiträge automatisch abrechnen und verwalten.