

# Firmenkarten – ein eigener Markt mit eigenen Kräfteverhältnissen

Von Patrick W. Diemer



**Das Kartengeschäft mit Privatkunden einerseits und Unternehmen andererseits unterscheidet sich fundamental voneinander. So ist der Mehrwert einer Kartenzahlung im Firmenkartengeschäft ungleich höher – für die Unternehmen selbst, aber auch für die Kartenakzeptanten. Auch die Preisgestaltung muss deshalb eine andere sein als im Privatkundengeschäft, folgert Patrick W. Diemer. Das sei im Grünbuch der EU nicht ausreichend berücksichtigt. Nicht zuletzt verdient auch der hohe Marktanteil von American Express im Corporate-Card-Markt Beachtung. Wenn also reguliert wird, so die Forderung, dann bitte so, dass die Maßnahmen für alle Marktteilnehmer greifen und nicht nur die Vier-Parteien-Systeme betreffen. Red.**

„Ein integrierter europäischer Markt für Karten-, Internet- und mobile Zahlungen“ – unter diesem Titel hat die EU Anfang dieses Jahres ein Grünbuch vorgelegt, ein Fragebogen, der eine Wissens- und Entscheidungsbasis liefern soll, um die Kräfte und Abläufe in den europäischen Märkten zu verstehen und diese gegebenenfalls durch Vorgaben optimieren zu können. Airplus hat sich als einer der weltweit führenden Anbieter für Firmenkreditkarten an der Kommentierung des Grünbuchs beteiligt.

In seinen Antworten und Kommentaren hat das Unternehmen die Unterschiede zwischen Konsumentenkreditkarten und Firmenkreditkarten deutlich benannt, um eine qualifizierte Entscheidungsfindung durch die Gremien nach allen Kräften zu unterstützen. Im Folgenden soll kurz erläutert werden, warum es notwendig ist, Firmenkreditkarten gesondert zu betrachten.

## Corporate Cards mit anderen Zusatzfunktionen

Konsumentenkreditkarten erfüllen in erster Linie die Funktion, Zahlungen vorzunehmen. Darüber hinaus bieten sie gegebenenfalls noch die Möglichkeit, einen Revolving Credit in Anspruch zu nehmen, Einlagen attraktiv verzinsen zu lassen oder Zugang zu weiteren Bank- und Versicherungsprodukten zu gewährleisten. Diese letztgenannten Funktionen werden ausschließlich bei Konsumentenkreditkarten angeboten.

Corporate Cards hingegen bieten eine Vielzahl von Zusatzfunktionen, von denen

Unternehmen einen deutlichen wirtschaftlichen Vorteil haben, und die wiederum für Konsumenten keine Rolle spielen:

- Mittels Corporate Cards können Unternehmen ihre Ausgaben, auch wenn sie von einzelnen Personen getätigt werden, jederzeit überwachen; hoch relevant für die heutigen Compliance-Anforderungen.
- Unternehmen nutzen die angereicherten Umsatzzdaten zum Reporting, das wiederum für Verhandlungen mit Lieferanten genutzt wird.
- Für kostensparende Abrechnungsprozesse findet eine Integration der Daten in ERP-Systeme statt.
- Prozessoptimierung und damit Kosteneinsparungen lassen sich auch durch die Dateneinspielung in Reisekostenabrechnungsprogramme erzielen.
- Durch die Ausstattung von Mitarbeitern mit Corporate Cards erfüllen Unternehmen Teile ihrer Fürsorgepflichten, wie zum Beispiel Versicherungen.

## Zum Autor

**Patrick W. Diemer** ist Vorsitzender der Geschäftsführung der Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH, Neu-Isenburg.

## Erweiterte Vorteile für Akzeptanten

Corporate Cards werden im Wesentlichen für Reiseausgaben eingesetzt. Vertragsunternehmen in diesem Bereich haben

**Corporate Cards: Ein eigener Markt mit eigenen Kräfteverhältnissen**

Corporate Cards	Markt	Consumer Cards
Unternehmen, wenige Tausend	Kunden	Privatpersonen, viele Millionen
Wenige Spezialisten, in Deutschland vier bis sechs Anbieter	Anbieter	Alle Banken, Sparkassen, Volksbanken, in Deutschland etwa 2.000 Anbieter
Konzentriert auf wenige Branchen: Flug, Bahn, Hotel, Autovermietung, Reisebüro	Einsatzgebiete	Einzelhandel, Internethandel, Tankstellen und auch die Reisedienstleister
Interchange-konzentriert, kein Cross-Selling; keine Kartengebühren	Geschäftsmodell	Interchange, Guthabenzins, Revolving Credit + Cross-Selling; Kartengebühren
Zwei Verträge: Rahmenvertrag mit Unternehmen plus Kartenvertrag mit KI	Verträge	Ein Vertrag: Kartenvertrag mit KI

Quelle: Bankkarten-Forum 20. September 2012

durch den Einsatz von Firmenkarten ebenfalls direkte Vorteile:

- Der Cash-Flow wird optimiert. Zahlungen erfolgen nach wenigen Tagen.
- Das Inkasso-Risiko wird zugleich reduziert.
- Die mit dem elektronischen Zahlungsvorgang verbundenen Informationen dienen als Basis für die Durchführung von Incentive-Programmen.
- Mit der Kreditkartenakzeptanz lassen sich internationale Kundenbeziehungen und Zahlungsprozesse verbessern.

**Verbesserung der Kostensituation auf beiden Seiten hat ihren Preis**

Die Anzahl der Vertragsunternehmen im Travel-and-Entertainment-Bereich ist relativ gering. 90 Prozent der Umsätze mit den Corporate Cards von Airplus finden bei Fluggesellschaften, Bahnen, Hotels, Autovermietungen und Reisebüros statt. Diese machen nur eine kleine Teilmenge aller Akzeptanzstellen für Kreditkarten aus – sicher ein Grund dafür, dass die Gegebenheiten dieses Teilbereiches in den Fragestellungen des Grünbuchs nicht ent-

sprechend berücksichtigt wurden. Dennoch ist die wirtschaftliche Bedeutung dieses Zahlungsbereichs zu beachten – und daher ist eine genaue Darstellung

der Unterschiede dringend notwendig, wenn hier über Maßnahmen nachgedacht wird.

Firmenkreditkarten liefern Vertragsunternehmen und Unternehmen die Möglichkeit einer herausragenden Effizienz für Zahlungs- und Abrechnungsprozesse, die die Kostensituation auf beiden Seiten zu verbessern hilft. Daraus folgt: Die Leistung durch die Anbieter von Zahlungslösungen ist nicht umsonst zu haben, sie darf und muss ihren Preis haben – und genau das garantiert die Multilateral Interchange Fee (MIF) beziehungsweise das gesamte Disagio für einen elektronischen Zahlungsvorgang.

Doch gerade die Multilaterale Interchange steht in der Kritik. Allerdings wurde die Auseinandersetzung bisher nur mit den Vier-Parteien-Systemen geführt – siehe das Urteil gegen Mastercard – mit dem Ziel, hier regulierend gegen eine festgelegte Interchange vorzugehen.

Dabei wird außer Acht gelassen, dass Drei-Parteien-Systeme im Gegensatz zum Markt für Konsumentenkreditkarten im Markt für Corporate Cards durchaus präsent sind und mutmaßlich über hohe Marktanteile verfügen. Hier sind sie mindestens gleichwertige Wettbewerber und agieren über Franchising- und ähnliche Modelle bereits wie Vier-Parteien-Systeme.

Hinzu kommt, dass die bestehenden Multilateral-Interchange-Regelungen dazu beitragen, die Gleichbehandlung von Drei-Parteien und Vier-Parteien-Systemen sicherzustellen. Sollte die EU Maßnahmen ergreifen, müssen diese für alle Marktteilnehmer gleich gelten und gleich wirken, also sowohl für Drei-Parteien- als auch für Vier-Parteien-Systeme. Nur so kann verhindert werden, dass nicht ein Marktteilnehmer gegenüber anderen bevorteilt wird.

Dieser Beitrag basiert auf einem Vortrag auf dem Bankkartenforum 2012.