

Für eine Welt ohne Ablaufdatum – mit Digitalisierung zu mehr Nachhaltigkeit

Von Peter Bakenecker



Deshalb hat sich Mastercard anspruchsvolle Ziele gesetzt und eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, die wichtige Bereiche wie Klimaschutz, Biodiversität, Energieeinsparungen und Müllvermeidung umfasst.

Wirtschaftlicher Erfolg fußt auf dem Erhalt der Lebensgrundlagen

Wir müssen den Wandel selbst vorantreiben und mutig mit Innovationen auf die Herausforderungen des Klimawandels reagieren. Und Tempo ist gefragt. Daher beschleunigen wir unsere Aktivitäten gegen den Klimawandel und nutzen die Kraft unseres Partnernetzwerks.

Als Technologienetzwerk mit drei Milliarden Karteninhabern weltweit und 80 Millionen angeschlossenen Händlern ist es Mastercard eine Verpflichtung, Technologien für ein bewussteres, gerechteres Leben einzusetzen und einen Beitrag für eine nachhaltige Zukunft zu leisten. Dabei wollen wir auch unsere Partner dazu einladen, mit uns gemeinsam etwas zu bewegen. Wirtschaftlicher Erfolg, der Erhalt einer gesunden Umwelt und die sozialen Bedürfnisse der Menschen dürfen nicht im Widerspruch zueinanderstehen. Sondern ganz im Gegenteil: Wirtschaftlicher Erfolg fußt

Als weltweites Technologienetzwerk kann Mastercard eine Menge zu einer nachhaltigen Zukunft beitragen, ist sich Peter Bakenecker sicher – und damit auch zum künftigen wirtschaftlichen Erfolg. Dabei geht es um finanzielle Inklusion und die Bekämpfung des Hungers, aber nicht zuletzt auch um mehr Ökologie im eigenen Kerngeschäft, etwa durch die Förderung der Emission umweltfreundlicherer Karten oder einen CO₂-Rechner, der Karteninhaber den mit ihren Einkäufen verursachten ökologischen Fußabdruck deutlich macht. Ein neues Sustainability Lab soll demnächst erforschen, wie neue Technologien eingesetzt werden können, um ökologische Herausforderungen zu bewältigen. Red.

Das Thema Nachhaltigkeit spielt in der modernen Gesellschaft eine überaus wichtige Rolle und hat sich in den letzten Jahren zu einem wesentlichen Faktor bei der Entscheidungsfindung – insbesondere beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen – entwickelt.

Unter dem Motto „doing well by doing good“ engagiert sich Mastercard schon seit vielen Jahren für Nachhaltigkeit und Inklusion. Angetrieben von der Idee, dass jeder Mensch im Zeitalter der Digitalisierung von Technologien profitieren sollte, setzen wir auf den Aufbau einer integrativen, nachhaltigen digitalen Wirtschaft. Wir wollen eine Zukunft, in der Natur und Klima geschützt werden, weniger Menschen Not leiden und die Gesellschaft zusammenhält. Der Dreiklang aus ökonomischer, ökologischer und sozialer

Nachhaltigkeit ist fest mit der Geschäftsstrategie von Mastercard verankert und wesentlicher Bestandteil der Unternehmens-DNA.

Welchen Beitrag kann ein Technologieunternehmen zu Nachhaltigkeit leisten? Als Technologieunternehmen in einem stark wachsenden Markt, so mag man meinen, ist der Handlungsspielraum für einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz begrenzt. In einem Dienstleistungsunternehmen werden keine Produkte hergestellt, kommen keine Rohstoffe zum Einsatz und es werden auch keine Waren und Güter von A nach B transportiert.

Doch ich bin überzeugt, dass jedes Unternehmen maßgeblich zu einer sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit beitragen kann.



Peter Bakenecker, Division President Central Europe, Mastercard Representative Office Germany, Frankfurt am Main

auf dem Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen. Ob in der Wirtschaft oder in der Gesellschaft: Die Digitalisierung durchdringt und verändert nahezu jeden Aspekt unseres Lebens. Auch im Finanzbereich werden technologische Lösungen stärker genutzt als je zuvor. Insbesondere die Digitalisierung und die starke Verbreitung von Smartphones ermöglichen eine schnelle gesellschaftliche Durchdringung technologischer Innovationen, die in der Vergangenheit noch Jahrzehnte gedauert hat.

Aufbau eines nachhaltigen digitalen Ökosystems

Digitale Lösungen können dazu beitragen, die Chancen der Nachhaltigkeit zu nutzen. Ressourceneffizienz und Innovationsfähigkeit auf dem Weg zur Klimaneutralität sind Basis langfristigen Erfolgs. Neben der Technologieführerschaft kommt es auch zunehmend auf den Mut an, neue Wege zu gehen und innovative Lösungen zu entwickeln, die den Wandel hin zu einer nachhaltigeren digitalen Wirtschaft ermöglichen und beschleunigen.

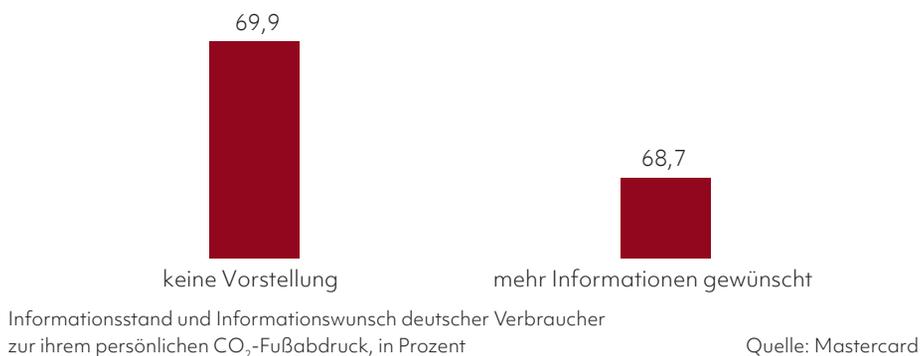
Wir sind überzeugt, dass durch die Zusammenarbeit mit unseren Partnern die Klimaschutzbemühungen verstärkt werden können. Daher arbeitet Mastercard eng mit den Kunden – den Banken und Sparkassen – zusammen und unterstützt sie dabei, die Nachfrage der Verbraucher nach nachhaltigeren Produkten zu befriedigen und ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele zu erfüllen. Aber es braucht auch mehr internationale Zusammenarbeit, um sicherzustellen, dass neue digitale Technologien nicht nur wenigen, sondern möglichst vielen zugutekommen.

Global denken, lokal handeln

Nachhaltigkeit kennt keine Grenzen. Während globale Probleme, globale Lösungen brauchen, verlangen auch viele regionale Gegebenheiten nach Lösungen vor Ort. Als Netzwerk sind wir in der Lage Wirtschaft, Gesellschaft und Technologie zu verbinden und gemeinsam etwas zu bewegen – sowohl auf globaler als auch auf lokaler Ebene.

Nicht nur Banken oder Händler, sondern auch zahlreiche Technologieunternehmen, Start-Ups, Verwaltungen,

Abbildung 1: Hohes Interesse am persönlichen CO₂-Fußabdruck



NGOs, Transportunternehmen, klassische Industrieunternehmen und viele mehr gehören zu den Partnern, die sich gemeinsam ökologisch, ökonomisch und auch sozial engagieren. Mastercard sieht sich als Bindeglied zwischen diesen Partnern und ergreift nicht nur Maßnahmen innerhalb des Unternehmens, sondern setzt sich auch für die Reduzierung der CO₂-Emissionen in den Lieferketten ein.

Finanzielle Inklusion eröffnet Chancen

Innovative digitale Technologien haben die Finanzwelt in den letzten Jahren revolutioniert. Dabei hat sich vor allem die Art und Weise, wie die Menschen bezahlen verändert und vereinfacht. Jüngsten Daten der Weltbank zufolge gibt es immer noch rund 1,7 Milliarden Menschen weltweit ohne Zugang zu Finanzdienstleistungen, aber 1,1 Milliarden von ihnen besitzen ein Mobiltelefon. 500 Millionen Menschen konnten wir bereits erfolgreich in die digitale Wirtschaft bringen, aber wir müssen die Agenda der finanziellen Inklusion weiter vorantreiben.

Denn finanzielle Inklusion bedeutet gesteigerte Wirtschaftsleistung und in vielen Teilen der Welt wird so erst der Zugang zu wichtigen Gütern wie sauberem Wasser, Bildung oder die Etablierung eines funktionierenden Gesundheitswesens ermöglicht. Daher wollen wir bis zum Jahr 2025 weitere eine Milliarde Menschen und 50 Millionen Kleinunternehmen in die digitale Wirtschaft integrieren und so Wege aus der Armut eröffnen.

Das bedeutet: Haushalte und Kleinunternehmen erhalten Zugang zu Fi-

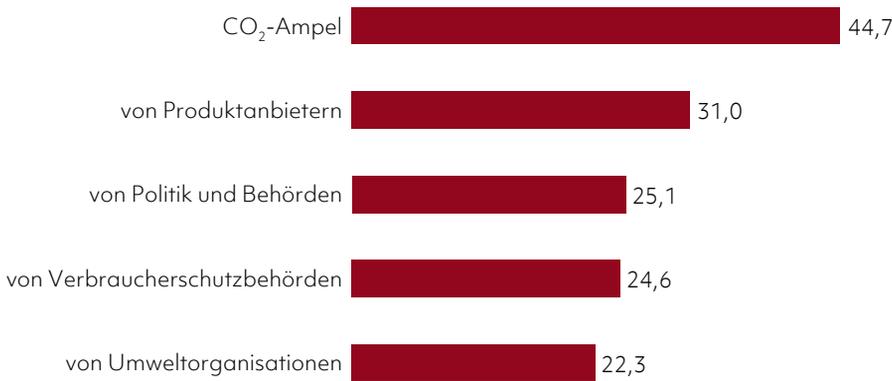
nanzdienstleistungen und zum Zahlungsverkehr. Diese Services sind die Voraussetzung dafür, dass die Menschen Rücklagen schaffen, investieren, Geld überweisen und Risiken absichern können. Kleinunternehmen erhalten das notwendige Kapital, um Jobs, Einkommen und Lebensperspektiven zu schaffen. Die Zusammenarbeit mit Banken, Fintechs und Zahlungsdienstleistern kann dabei helfen, finanzielle Hilfsleistungen schnell und effektiv zu verteilen. Daher wird finanzielle Inklusion auch als Schlüsselfaktor zur Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) eingestuft.

Soziales Ungleichgewicht – für bessere Bedingungen sorgen

Die Mastercard Foundation setzt sich für eine Welt ein, in der jeder die Möglichkeit hat, zu lernen und sich zu entfalten. Der Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung junger Menschen in Afrika, wo wir derzeit mit mehr als 245 Partnern in 33 Ländern zusammenarbeiten. Durch Stipendien und innovative Schulungsmodelle verbessern wir den Zugang zu Bildung und Qualifizierung. In Zusammenarbeit mit Finanzdienstleistern entwickeln und testen wir neue Geschäftsmodelle und Produkte, um die Bedürfnisse der finanziell Ausgegrenzten zu erfüllen.

Das UN World Food Programme unterstützen wir nicht nur, um den Hunger auf der Welt zu mindern, sondern weil wiederum komplexe Prozesse in Gang gesetzt werden. Eine regelmäßige Schulmahlzeit geht weit über den Tellerrand hinaus und fördert Bildung, Gesundheit und Ernährung. In Verbindung mit der lokalen Landwirtschaft können zusätzliche wirtschaftliche und

Abbildung 2: CO₂-Ampel soll Klarheit schaffen



Wie sich Verbraucher wünschen, Informationen zu ihrem persönlichen CO₂-Fußabdruck zu erhalten, in Prozent; Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Mastercard

soziale Vorteile für die Familien der Schulkinder und ihrer Gemeinden erzielt werden. Diese Kooperation ermöglicht es Partnern und jedem Verbraucher, einen Beitrag im Kampf gegen Hunger und Armut zu leisten.

CO₂-Rechner macht ökologischen Fußabdruck sichtbar

Umweltschutz ist wohl die größte Herausforderung für das kommende Jahrzehnt. Wir alle können mit kleinen und großen Veränderungen nicht nur den eigenen CO₂-Fußabdruck reduzieren, sondern auch bewusster konsumieren und so ein klares Statement für Nachhaltigkeit setzen. Viele sind sich dessen bewusst, wissen aber noch nicht genau, was sie tun und wo sie anfangen sollen. In einer aktuellen Studie der GfK sagen 70 Prozent der Befragten, dass sie ihren persönlichen CO₂-Fußabdruck nicht kennen. Gleichzeitig geben 69 Prozent an, dass sie sich mehr Informationen zu ihrem persönlichen CO₂-Fußabdruck wünschen.

Mastercard hilft Konsumenten mit Künstlicher Intelligenz, den Umwelteinfluss ihrer Ausgaben zu verstehen und anzupassen. In Zusammenarbeit mit dem schwedischen Fintech Doconomy wurde ein CO₂-Rechner entwickelt. Damit verschaffen sich Verbraucher eine Übersicht über CO₂-Emissionen, die durch ihre Einkäufe in allen Ausgabenkategorien entstehen. Banken können den CO₂-Rechner per API in ihre mobilen Apps oder die eigene Webseite integrieren und so ein nachhaltiges Denken und Handeln ihrer Kunden fördern.

Oder die Priceless Planet Coalition, die Mastercard 2020 gegründet hat, um mit Unternehmen, Finanzinstituten, Verbrauchern, Städten und anderen Organisationen zusammenzuarbeiten und den Klimawandel zu bekämpfen. Mittlerweile sind mehr als 65 Partner weltweit in der Priceless Planet Coalition vereint, deren Ziel die Wiederaufforstung von 100 Millionen Bäumen bis 2025 ist – in Zusammenarbeit mit den Forstexperten von namhaften Umweltschutzorganisationen. Aber Mastercard unterstützt auch Organisationen wie Everwave. Sie reinigen Flüsse in Europa und verringern die Verschmutzung der Ozeane durch Plastikmüll. Bis zu 20 Tonnen am Tag schafft das Müllschiff.

Ökologie – auch bei Karten ein Thema

Umweltbewusster Leben kann auch schon bei der Wahl der Kreditkarte beginnen. Daher hat Mastercard die „Greener Payments Partnership“ ins Leben gerufen, die es Banken ermöglicht, Karten aus umweltfreundlichen Materialien ins Portfolio aufzunehmen. Wir stellen den Kartenherausgebern ein Verzeichnis mit umweltfreundlichen Kartenmaterialien und den entsprechenden Herstellern zur Verfügung. Der Erstgebrauch von Polyvinylchlorid (PVC) soll in allen Karten reduziert und alternative Materialien erforscht werden. Schon heute bieten mehr als hundert Finanzinstitute in über 30 Ländern Karten aus recycelbarem Material an.

Auch in Städten spielt eine nachhaltige Entwicklung eine wichtige Rolle. Das

weltweite Netzwerk „City Possible“ bringt Verantwortliche von Städten, Gemeinden, Forschungseinrichtungen und Unternehmen zusammen, um den Austausch rund um Digitalisierung und inklusive Urbanisierung zu erleichtern. Im Fokus der Partnerschaftsinitiative steht der Aufbau integrativer und nachhaltiger Städte, indem der Zugang zu städtischen Dienstleistungen verbessert, städtische Mobilitätslösungen erweitert und datengestützte Entscheidungen ermöglicht werden. So können alle Beteiligten gemeinsam an Zukunftsthemen arbeiten und innovative Lösungen für lebenswerte Städte und Kommunen mitentwickeln.

Neues Sustainability Innovation Lab

Auch in Zukunft wird Mastercard in neue Technologien und Ressourcen investieren, um den Wandel in der Payment-Branche weiter voranzutreiben. In Kürze wird ein neues „Sustainability Innovation Lab“ in Stockholm eröffnet, welches Dreh- und Angelpunkt unserer globalen Nachhaltigkeitsaktivitäten werden soll.

Das Sustainability Lab wird sich auf Lösungen für einen nachhaltigen Konsum und nachhaltige Wertschöpfungsketten konzentrieren und den Ausbau umweltfreundlicher digitaler Produkte und Lösungen vorantreiben. Im Fokus der Forschung steht die Frage, auf welche Weise Technologien wie 5G, Quantum und Künstliche Intelligenz eingesetzt werden können, um ökologische Herausforderungen zu bewältigen.

Wir alle möchten in einer lebenswerten Umwelt leben und diese bewahren. Nachhaltiges Wirtschaften heißt: Soziale, ökologische und ökonomische Belange müssen immer wieder neu gegeneinander abgewogen und in ein vernünftiges Verhältnis gebracht werden. Wer heutzutage eine Vorreiterrolle einnehmen möchte, muss sich mit den Themen Umweltverantwortung und Nachhaltigkeit befassen. Die Wirtschaft hat eine große Verantwortung für den Klimaschutz, aber auch riesige Hebel und enorme Potenziale. Mit der richtigen Strategie können Unternehmen die Transformation vorantreiben und sich selbst und alle anderen zukunftssicher machen. ■