

ProChip

Gemeinsam für den Chip im Alltag

**Ich bezahle so: Die neue Marke girogo – Studie Kontaktlos: Bereit für die Zukunft
Mehr Studentenausweis geht nicht – Die elektronische Geldbörse und das Mobiltelefon**





so gut

kann bezahlen

aussehen



**BEZAHLEN SIE BETRÄGE BIS 20 € VIEL SCHNELLER
UND LEICHTER KONTAKTLOS MIT GIROGO!**

Einfach Bank- oder Sparkassenkarte mit girogo kurz ans Kassenterminal halten, fertig!
Ohne Stecken, ohne PIN, ohne Unterschrift. Das spart Zeit, ist absolut sicher und die
Kramerei nach Kleingeld hat auch ein Ende.



girogo ist eine Marke der Banken und Sparkassen. Mehr unter www.girogo.de



Ich bezahle so.

Editorial



Sehr geehrte Damen und Herren,

lassen Sie mich direkt mit einer sehr guten Neuigkeit beginnen: Wir werden immer mobiler – und das Bezahlen auch. Das ist auch notwendig. Denn insbesondere kleinere Besorgungen kosten bislang überdurchschnittlich viel Zeit. In der Mittagspause oder nach Feierabend sind die Warteschlangen überall lang. Da die meisten Umsätze im Einzelhandel (rund 94 %) mit Beträgen unter 20 Euro generiert werden, müssen gerade diese Bezahlvorgänge kürzer werden.

Mit der neuen Marke girogo und dem Pilotprojekt der Deutschen Kreditwirtschaft im Großraum Hannover ist dies nun geschehen. Kunden können dort seit April in zahlreichen Geschäften kontaktlos, also im Vorbeigehen, bezahlen. Dies reduziert den gesamten Vorgang auf eine Sekunde. Wie schnell und unkompliziert das Aufladen des Prepaid-Chips auf Ihrer Bank- oder Sparkassenkarte und das Bezahlen selbst funktioniert, mehr Informationen zum Pilotprojekt sowie ein ausführliches Interview mit dem Gesamtprojektleiter Dieter Hovemeyer über die technischen Feinheiten von girogo und Wolfgang Mücher, Vorstand EDEKA Minden-Hannover, als Stellvertreter der Partnerunternehmen aus dem Einzelhandel, lesen Sie ab Seite 16.

Aber nicht nur in unserem Alltag wird das Bezahlen revolutioniert, sondern zunehmend auch bei Großveranstaltungen. Denn mit der Bewältigung einer Vielzahl von kleinen Bezahlvorgängen in kurzer Zeit stehen diese vor

einer besonderen logistischen Herausforderung. So ist das kontaktlose Bezahlen nach den positiven Erfahrungen in der BayArena in Leverkusen und der Coface-Arena des 1. FSV Mainz 05 (siehe hierzu auch Seite 22), bald auch im Stadion des VfL Wolfsburg sowie beim 1. FC Ingolstadt 04 möglich. Auf Seite 24 erfahren Sie von Thomas Röttgermann, Geschäftsführer der VfL Wolfsburg Fußball GmbH, was er von der kommenden VfL-Karte erwartet.

Mehr über die Bedeutung der GeldKarte für den reibungslosen Ablauf einer gesunden und abwechslungsreichen Schulverpflegung erfahren Sie auf Seite 38. Im Zuge von Ganztagschulen werden in vielen Schulen Mensen eingerichtet, die auf bargeldlose Bezahlvorgänge angewiesen sind. Wie die gemeinsame Mittagspause und das Essen angenommen werden, wollten wir von den Schülern selbst wissen. Die Ergebnisse zeigt unsere repräsentative Studie. Ich wünsche Ihnen wie immer eine spannende Lektüre und freue mich auf Ihre Anregungen und Kommentare.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ingo Limburg'.

Ingo Limburg
Vorstandsvorsitzender Initiative GeldKarte e.V.

Inhalt

		„Ein Schritt in die richtige Zukunft“	Seite 16
		Interview mit Dieter Hovemeyer (DH), Gesamtprojektleiter Pilotprojekt girogo, und Wolfgang Mücher (WM), Vorstand EDEKA Minden-Hannover	
		Studie Kontaktlos: Bereit für die Zukunft	Seite 20
		Kontaktloses Bezahlen an der Kasse liegt voll im Trend	
		König Fußball als Innovationstreiber	Seite 22
		GeldKarte-Konzentrator meistert logistische Herausforderungen bei Großveranstaltungen – so nun auch bei Mainz 05	
		VfL Wolfsburg – immer 1. Liga	Seite 24
		Interview mit Thomas Röttgermann, Geschäftsführer VfL Wolfsburg Fußball GmbH	
		Mit der GeldKarte schneller zu Würstchen & Co.	Seite 26
		Was Fans von ihrer Stadionkarte erwarten können	
		Die elektronische Geldbörse und das Mobiltelefon	Seite 28
		Mobile Bezahlverfahren und ihre Zukunft Gastbeitrag von PD Dr. Key Pousttchi und Laura Becker	
		Unsere Zukunftsstrategie: Das Geld folgt dem Menschen	Seite 30
		Gemeinsam mit der GeldKarte für eine bessere Bildungsförderung Gastbeitrag von Uwe Schummer, MdB	
Der Chip	Seite 6		
So funktioniert's			
Innovation & Zukunft			
GeldKarte – vom Trend zur Umsetzung	Seite 8		
Ich bezahle so: Die neue Marke girogo	Seite 10		
Kontaktloses Bezahlen hat einen neuen Namen			
girogo: Eine Pilotregion geht an den Start	Seite 14		
Die Deutsche Kreditwirtschaft revolutioniert das Bezahlen und startet großräumig			



Ich bezahle so: Die neue Marke girogo

Kontaktloses Bezahlen
hat einen neuen Namen

Seite 10



König Fußball als Innovationsbetreiber

GeldKarte-Konzentrator
meistert logistische
Herausforderungen bei
Großveranstaltungen –
so nun auch bei Mainz 05

Seite 22



Unsere Zukunftsstrategie: das Geld folgt dem Menschen

Gemeinsam mit der GeldKarte für eine bessere Bildungs-
Förderung. Gastbeitrag von Uwe Schummer, MdB

Seite 30

Projekte & Aktuelles

- Mehr Studentenausweis geht nicht** Seite 32
Einführung der GeldKarte in den universitären Alltag
- Drei auf einen Streich!** Seite 34
Erfolgsstory in Plochingen: Unterstützt von der Kommune führt die Volksbank an drei Schulen die GeldKarte ein
- Der Einsatz hat sich gelohnt** Seite 36
GeldKarte macht deutschlandweit Schule
- Mehr als nur ein Ort zum Essen!** Seite 38
Studie Schulverpflegung zeigt Bedeutung der Mensa als Gemeinschaftsort
- Modernes Parken** Seite 40
Bargeldloses Bezahlen entwickelt sich positiv
Gastbeitrag von Gerhard Trost-Heutmekers, Geschäftsführer Bundesverband Parken e.V.
- In guter Gesellschaft** Seite 42
Wie die GeldKarte in Jena Stigmatisierung und Ausgrenzung vorbeugt
- Neuigkeiten rund um den Chip** Seite 44
- Gute Karten – Chiptechnologie im Aufwind** Seite 48
Die Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte zeigte Innovationen für eine digitale Zukunft

Firmenportraits

- Zusammen stark** Seite 50
Die Neuzugänge der Initiative GeldKarte
- Hintergründe**
- Herausforderungen annehmen!** Seite 54
Der Einsatz der GeldKarte in Städten und Gemeinden als elektronische Lösung für die Umsetzung politischer Herausforderungen
- Stiller Alarm!** Seite 56
Neues Geldwäschegesetz tritt in Kraft – ein Hintergrundbericht
- In eigener Sache**
- Impressum** Seite 47
- Initiative GeldKarte e.V.** Seite 58
Vernetzt für den Chip im Alltag



Mehr Studentenausweis geht nicht

Einführung der GeldKarte in den universitären Alltag

Seite 32



Modernes Parken

Bargeldloses Bezahlen entwickelt sich positiv
Gastbeitrag von Gerhard Trost-Heutmekers, Geschäftsführer Bundesverband Parken e.V.

Seite 40

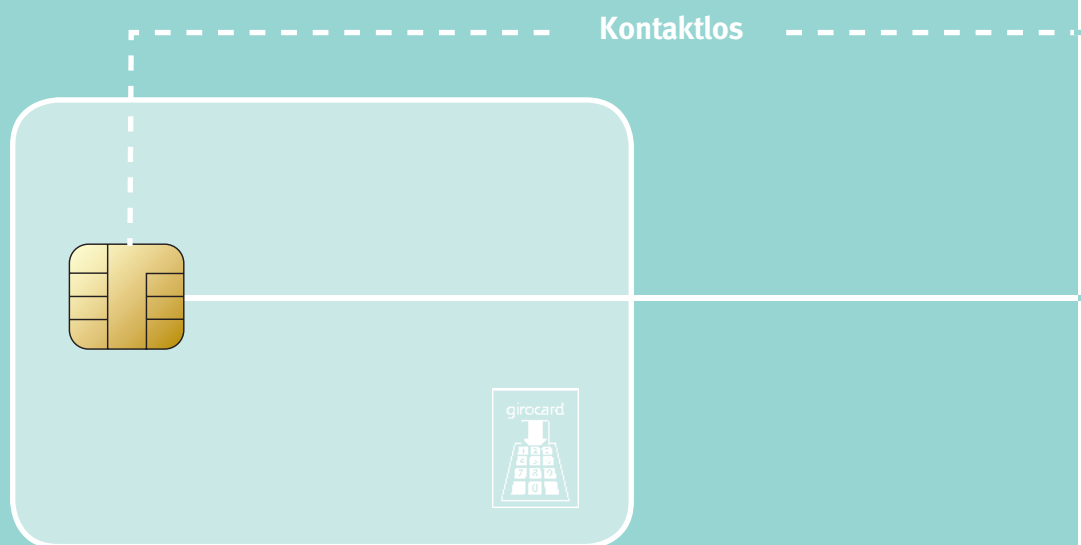


In guter Gesellschaft

Wie die GeldKarte in Jena Stigmatisierung und Ausgrenzung vorbeugt

Seite 42

Der Chip



Die GeldKarte

Über 89 Millionen Bankkarten in Deutschland haben den Chip bereits integriert. Das entspricht rund 96 Prozent aller ausgegebenen girocard- oder Kundenkarten der Banken bzw. Sparkassen.



Bargeldloses Zahlungsmittel

Lademöglichkeiten an nahezu allen Geldautomaten der Banken und Sparkassen in ganz Deutschland sowie im Internet

Zum Bezahlen Karte einschieben, Geld wird abgebucht – fertig! Ohne PIN und Unterschrift

Anwendungen: Fahrkartenautomaten, Parkscheinautomaten, Zigarettenautomaten, Snackautomaten, Internet, Kantinen, Eventstätten

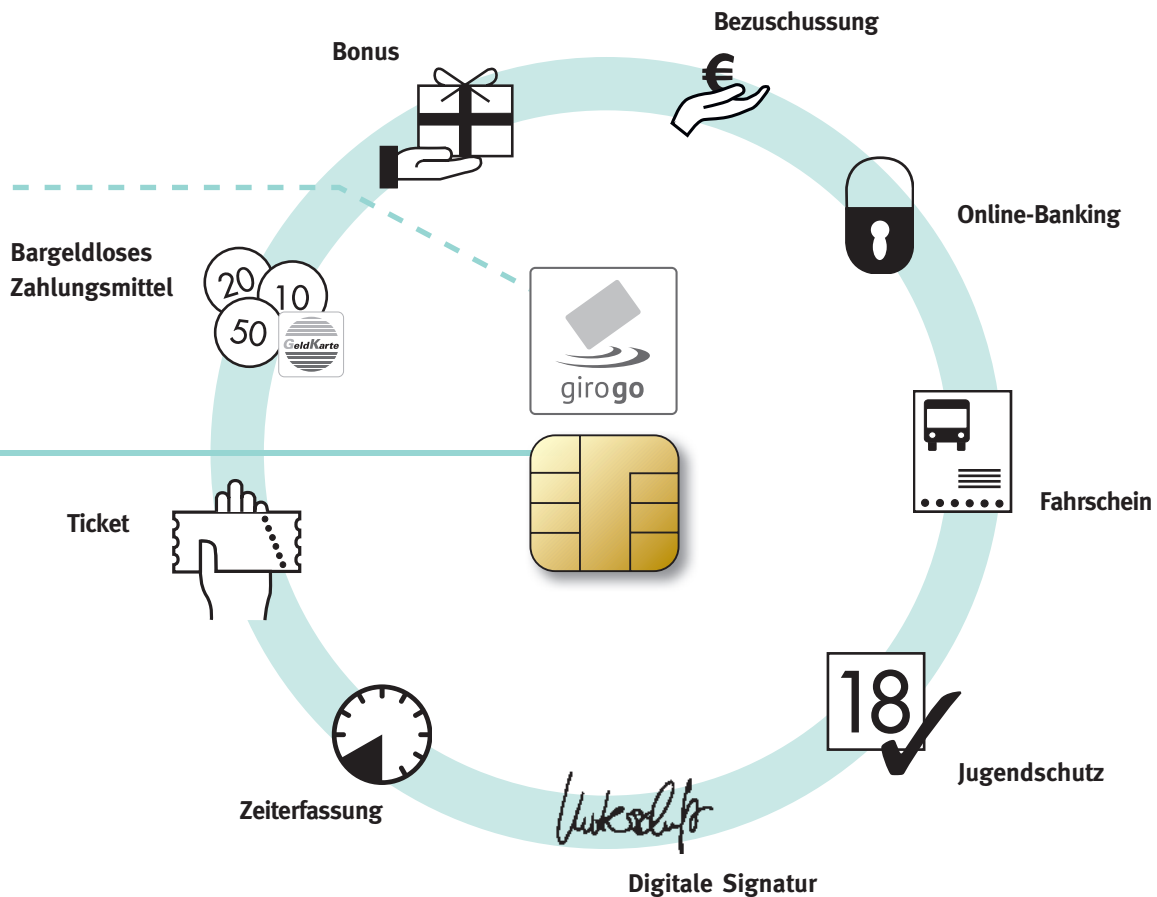
Rund 600.000 Akzeptanzstellen in ganz Deutschland und im Internet



girogo

girogo ist der neue kontaktlose Übertragungsweg zur elektronischen Geldbörse und vielen anderen Zusatzanwendungen

Alle Funktionen auf einen Blick



Zeiterfassung

Identifizieren und Zugang von Firmenmitarbeitern
Elektronische Zeiterfassung mittels Kartenlesegerät



Bonuspunkte

Speicherung von „Punkten“ im Einzelhandel
oder am Automaten
Einlösung bei anderen Akzeptanzstellen
Anwendungen: CityCards, Pfandrücknahmesysteme



Sicheres Online-Banking

Basierend auf dem HBCI- bzw. FinTS-
Standard (Financial Transaction Services)
I. d. R. separate, kontungebundene GeldKarte
Alternative Nutzung der kontungebundenen
Karte zur Generierung transaktionsabhängiger
TAN-Nummern



Elektronische Ticket/Fahrschein

Speicherung von Fahrkarten, Eintrittskarten,
Berechtigungen
Elektronische Entwertung mittels Kartenlesegerät



Anwendungen: öffentlicher Personennahverkehr,
Parkhäuser, Sport- und Kulturveranstaltungen



Bezuschussung

Diskrete und sichere Subventionen für
sozial schwache Kinder und Bürger
Speicherung von Gutscheinen und Wertpunkten
Anwendungen: Schulverpflegung,
kommunale Sozialkarte



Jugendschutz

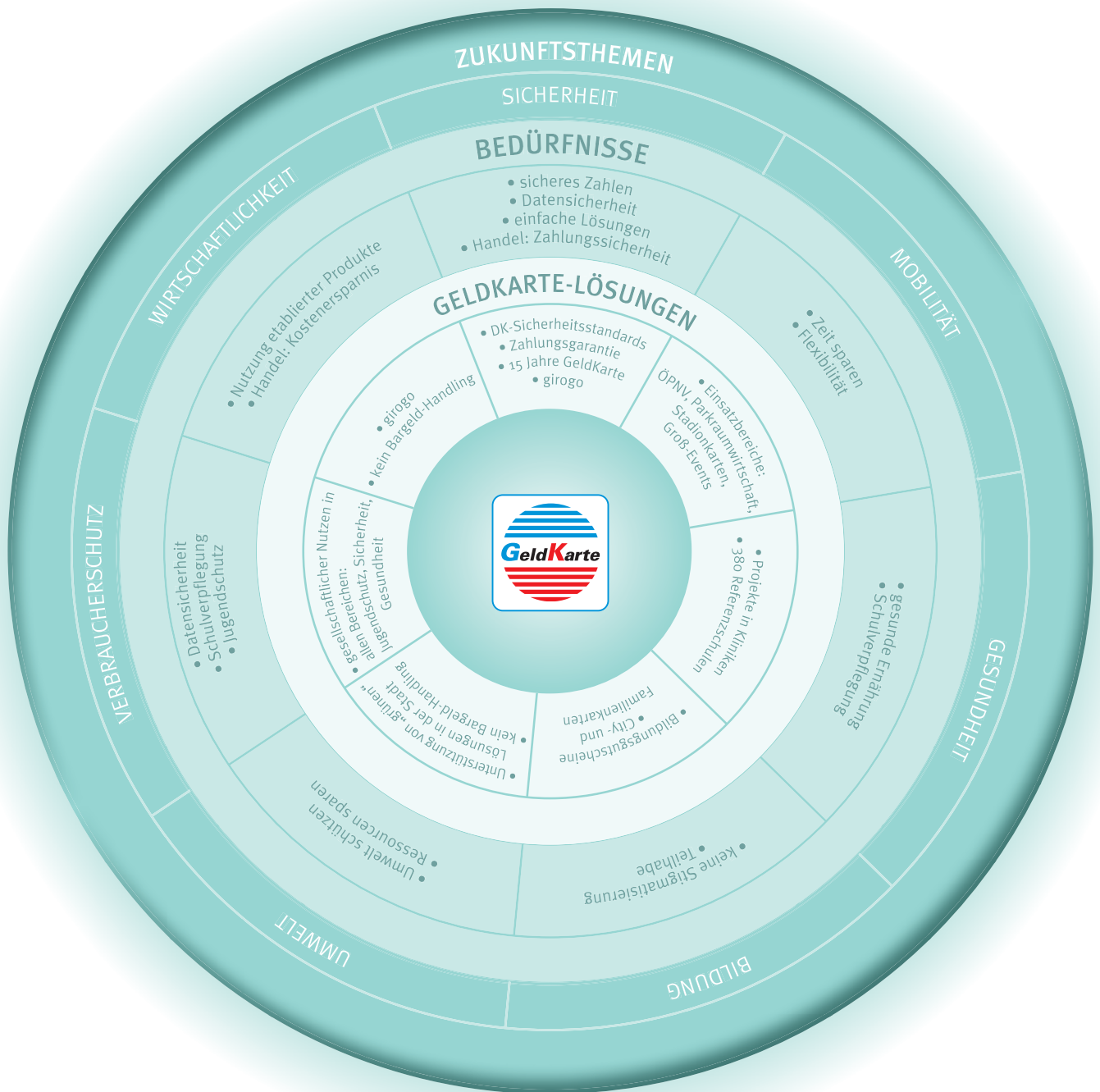
Alterscheck 16 oder 18 per
Jugendschutzmerkmal im Chip
Sicheres Auslesen mit Hilfe
von Sicherheitsmodulen
Anonymität des Karteninhabers
Anwendungen: Zigarettenautomaten,
Erwachsenen-Inhalte im Internet, Solarium



Digitale Signatur

Übertragung der eigenhändigen
Unterschrift auf elektronische Medien
Identifizierung und Authentifizierung
des Signierenden
I. d. R. auf einer separaten,
kontungebundenen GeldKarte
Anwendungen: eGovernment,
elektronisches Beschaffungswesen

GeldKarte – vom Trend zur Umsetzung



Ein Chipkartenleser, viele Möglichkeiten.

Neu: Elektronisch unterschreiben mit dem neuen Personalausweis.



BM2B.de



reddot design award
winner 2009

Heute und in Zukunft – Das Internet bietet Ihnen mehr Möglichkeiten mit dem **cyberJack® RFID komfort**:

- Verträge elektronisch unterschreiben (eSign)
- Behördengänge online erledigen (eSign)
- Alter für Angebote ab 18 Jahren nachweisen (eID)
- Elektronische Gesundheitskarte auslesen (eGK)
- Sicheres Online-Banking (HBCI)

Der **cyberJack® RFID komfort** ist der erste Leser, der die eSign-Funktion des neuen Personalausweises (nPA) unterstützt.

Jetzt informieren und online bestellen:
www.reiner-sct.com

REINERSCT 



Ich bezahle so: Die neue Marke girogo

Kontaktloses Bezahlen hat einen neuen Namen

Die „to go“-Kultur prägt unseren Alltag: Coffee and Snacks to go soweit das Auge reicht. Jedoch: Die Zeit, die man mit dem Getränk auf der Hand einspart, wird meist mit dem Warten an der Kasse oder Kramen nach dem passenden Kleingeld vergeudet. Das wird sich ab sofort ändern: Denn die Deutsche Kreditwirtschaft ermöglicht nun unter der Marke girogo das kontaktlose Bezahlen im Einzelhandel – also Bezahlen „to go“, im Vorbeigehen. Mit girogo wird unser Alltag revolutioniert.

Anpfiff im Stadion

Den Anpfiff für das kontaktlose Bezahlen gab es bereits im Jahr 2009 im Fußballstadion von Bayer 04 Leverkusen. Schnell zeigte sich: Mit der neuen, bequemen Art des Bezahlens können die Fans ihren Aufenthalt im Stadion mehr genießen. Es wird mehr Umsatz generiert und das Personal ist weniger im Stress. Deswegen gibt es das kontaktlose Bezahlen in der Fußball-Bundesliga seit letztem Jahr ebenfalls bei Mainz 05 und ab der Saison 2012/2013 beim VfL Wolfsburg und in der zweiten Bundesliga beim 1. FC Ingolstadt 04. Auch bei Musikveranstaltungen wie dem Hurricane Festival in Scheeßel konnten die Rockfans mit ihrer Festivalcard kontaktlos bezahlen.

A Star is born

Die Deutsche Kreditwirtschaft entschied sich aufgrund der guten Erfahrungen nun dazu, eine neue gemeinsame Marke für die Funktion des kontaktlosen Bezahlens zu entwickeln und das kontaktlose Bezahlen großflächig verfügbar zu machen. Denn was im Stadion oder auf dem Festival funktioniert, eignet sich auch für alle anderen Bezahlvorgänge unter 20 Euro z.B. im Einzelhandel. Dort machen Kleinbetragszahlungen den Hauptanteil mit rund 94% aus. Die Herausforderung, die sich für die Deutsche Kreditwirtschaft damit gestellt hat: Starke Partner an Bord holen und eine Kampagne schaffen, die die Funktionalität und die Sicherheit des Bezahlensystems auf einen Blick anschaulich macht. Das nationale Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit rund um die neue Marke girogo wurde in die Verantwortung der EURO Kartensysteme GmbH gelegt.

Der Zukunft einen Namen geben

Für den Namen hat sich der Naming-Experte Werner Brandl ans Werk gemacht. Dabei leitet sich „giro“ aus der Dachmarke girocard ab und „go“ steht dafür, dass mit ihr im Vorbeigehen bezahlt werden kann: „Wir testen jedes Wort eingehend, von der sprachlichen Analyse bis hin zur Marktforschung, bevor daraus der Name für ein Produkt werden kann“, erläutert er. Das Ergebnis wird dem aufwendigen Kreativeprozess gerecht: „Insgesamt wirkt der Name sympathisch und aktiv, zeitgemäß, und er ist zukunftssicher“, so Brandl.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Das girogo-Logo soll die Leichtigkeit des neuen Bezahlverfahrens symbolisieren. „Da das primäre Feature die ‚Kontaktlosigkeit‘ ist, und nicht, wie man leicht denken könnte, die Funk-Technologie, verzichteten wir auf abgegriffene Funkwellenmetaphern. So entstand die Idee, durch eine leichte Bewegung mit der Karte eine Welle auf einer glatten Wasseroberfläche auszulösen“, berichtet Martin Schuster, Diplom-Designer und Creative Director der Frankfurter Agentur MESO Web Scapes. Herausgekommen ist eine dynamische Bildmarke, kombiniert mit den Farben des bekannten girocard Logos. Vertraut und gleichzeitig neu – wie die Bezahlfunktion girogo.



girogo erleben: leicht, lässig und sicher

Name und Logo wurden in eine umfangreiche Kampagne eingebettet, entworfen von brandmission, Kreativagentur für Kommunikation und Design. „Mit girogo macht man an der Kasse eine gute Figur“, erklärt Damir Tomas von brandmission die Idee. Die Supermarktkasse wird zum zentralen Ort des Geschehens, dargestellt auf einer Monitorwand, dem sogenannten „interaktiven Schaufenster“. Ein Breakdancer legt eine beeindruckende Showeinlage hin und bezahlt nebenbei lässig mit girogo. Eine Tänzerin tanzt elegant an der Kasse vorbei und bezahlt – sozusagen im Vorbeitanzen. Der Clou: Durch die Bewegungen des Zuschauers vor der Monitorwand wird die Akteurin in Bewegung gesetzt. Die Idee, dass Bezahlen mit girogo lässig und entspannt abläuft, lässt sich neben Werbespots, Plakaten oder Videowalls auch als Event umsetzen. So wird eine Gruppe von Breakdancern am 1.–2.06.2012 und 29.–30.06.2012 in der Niki-de-Saint-Phalle-Promenade, direkt unter der Haupthalle im Hauptbahnhof Hannover, am 15.–16.06.2012 in den Schloss Arkaden in Braunschweig und am 22.–23.06.2012 in der City-Galerie in Wolfsburg auftreten und girogo spielerisch in ihre Choreographie aufnehmen. Ein Zuschauer magnet. In Hannover wird es zu dem Event auch einen girogo-Shop geben, wo Besucher u. a. das kontaktlose Bezahlen testen können.

Für den Zuschauer soll deutlich werden, dass sich girogo seinen Bedürfnissen anpasst. Schnell, bequem und vor allem: sicher. Hinter girogo steht die Deutsche Kreditwirtschaft als der vertrauensvolle Partner beim Abwickeln von Finanztransaktionen. So können Kunden und Händler gleichzeitig auf die Sicherheit des kontaktlosen Bezahls mit girogo-Funktion vertrauen. „girogo – ich bezahle so.“ – ohne Einschränkungen. ■

Für girogo im Einsatz:

Koordination: EURO Kartensysteme GmbH
www.eurokartensysteme.de

Kampagne: brandmission
www.brandmission.de

PR: relatio PR GmbH
www.relatio-pr.de

Promotion: Dammann Marketing
www.dammann-marketing.de

Namensentwicklung: Werner Brandl
www.wernerbrandl.de

Logo: MESO Web Scapes
www.meso.net



Ich bezahle so.

so cool

kann bezahlen sein

BEZAHLEN SIE BETRÄGE BIS 20 € VIEL SCHNELLER UND LEICHTER KONTAKTLOS MIT GIROGO!

Einfach Bank- oder Sparkassenkarte mit girogo kurz ans Kassenterminal halten, fertig! Ohne Stecken, ohne PIN, ohne Unterschrift. Das spart Zeit, ist absolut sicher und die Kramerei nach Kleingeld hat auch ein Ende.

girogo ist eine Marke der Banken und Sparkassen.
Mehr unter www.girogo.de



Ich bezahle so.



girogo: Eine Pilotregion geht an den Start!

Die Deutsche Kreditwirtschaft revolutioniert das Bezahlen und startet großräumig

Es ist so weit: Für die gemeinsame Marke rund um das kontaktlose Bezahlen sind Logo und Kampagne entwickelt. Die Kommunikation kann beginnen. Nun startete die Deutsche Kreditwirtschaft Mitte April 2012 das größte Pilotprojekt Europas zum kontaktlosen Bezahlen und macht girogo der breiten Öffentlichkeit zugänglich. In der Pilotregion Großraum Hannover, erweitert um die Städte Braunschweig und Wolfsburg, können über 1,3 Millionen Kunden ab sofort bei ausgewählten Partnern Beträge bis 20 Euro bequem und schnell mit girogo begleichen: Einfach Karte an das Bezahlterminal halten. Fertig. In weniger als einer Sekunde. Das herkömmliche Stecken der Karte sowie die Eingabe einer PIN entfallen. Die Wartezeiten an der Kasse verkürzen sich.

Viele Händler sind von den Vorteilen von girogo überzeugt und bieten diesen Service ihren Kunden an. So z.B. der Lebensmitteleinzelhändler EDEKA, die dm Drogeriemärkte, die Tankstellen Esso, star, Jet und hem sowie die Systemgastronomie McDonalds, die Brezelbäckerei Ditsch, der Sanitärbetreiber Sanifair, die Douglas Parfümerien, außerdem auch die zur Douglas Holding gehörenden Filialen von Thalia, Christ, AppelrathCüpper und Hüssel. Weitere Händler werden folgen.

So profitieren die Händler

Händler setzen mit girogo auf ein modernes Bezahlverfahren im Sinne der Verbraucher und positionieren sich als Unternehmen am Puls der Zeit. Denn girogo ist um bis zu 25 Prozent schneller als herkömmliche Kartenzahlverfahren und doppelt so schnell wie Bargeld. Das erhöht nicht nur den Durchsatz an der Kasse, sondern verkürzt gleichermaßen die Wartezeit der Kunden. Die kontaktlose Bezahlweise der Deutschen Kreditwirtschaft baut auf eine bereits breit vorhandene Infrastruktur auf. Denn nahezu jeder Kunde hat bereits eine Bank- oder Sparkassenkarte in der Tasche und vertraut diesem Bezahlmedium.

Zudem ist mit der Änderung der Entgeltstruktur der Deutschen Kreditwirtschaft das Bezahlen über die elektronische Geldbörse noch günstiger und wirtschaftlicher für den Handel geworden. Zugleich entsteht zusätzliches Einsparpotenzial durch reduziertes Bargeldhandling.

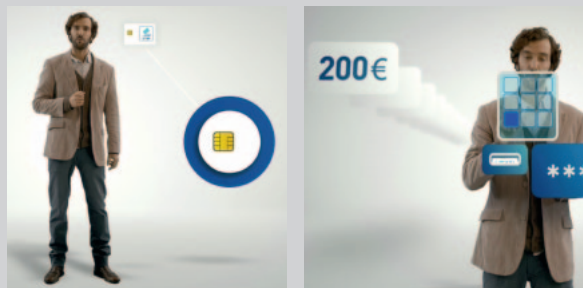
Und die Kunden?

Kinderleichte Handhabung, kein Kramen nach Kleingeld, weniger Wartezeit an der Kasse. Für Kunden liegen die Vorteile des Bezahls mit girogo auf der Hand. Nur dem Personal an der Kasse „Hallo“ und „Auf Wiedersehen“ in einem Atemzug zu sagen, könnte zukünftig eine Herausforderung darstellen. ■





Laden:



Vor dem Bezahlen wird Guthaben auf den Prepaid-Chip auf der Bank- oder Sparkassenkarte geladen. Dies ist an Geldautomaten oder speziellen Ladeterminals möglich. SparkassenCards mit girogo-Funktion können zusätzlich im teilnehmenden Einzelhandel gegen Lade-Abo und auch gegen Konto mit PIN-Eingabe um einen festgelegten Betrag geladen werden.

Bezahlen:



Einfach an das Bezahlterminal der Kasse eines girogo-Akzeptanzpartners die aufgeladene Bank- oder Sparkassenkarte halten. In weniger als einer Sekunde wird der Betrag vom Guthaben abgebucht. Ein akustisches Signal bzw. ein optischer Hinweis bestätigt, dass die Zahlung erfolgt ist.

Den Info-Trailer „girogo in 107 Sekunden“ finden Sie unter www.girogo.de.





Wolfgang Mücher,
Vorstand EDEKA Minden-Hannover



Dieter Hovemeyer,
Gesamtprojektleiter Pilotprojekt girogo

„Ein Schritt in die richtige Zukunft“

Interview mit Dieter Hovemeyer (DH), Gesamtprojektleiter Pilotprojekt girogo, und Wolfgang Mücher (WM), Vorstand EDEKA Minden-Hannover

Herr Hovemeyer, Sie sind der Gesamtprojektleiter des Pilotprojekts girogo der Deutschen Kreditwirtschaft im Großraum Hannover und den Städten Braunschweig und Wolfsburg. Erlauben Sie zu Beginn unseres Gesprächs die Frage: Wieso gerade Sie? Was prädestiniert Sie für diese Aufgabe?

DH: Ich selber als Diplom-Informatiker komme aus der Smartcard-Industrie und habe schon 1990 die ersten Projekte im Bereich einer Vorläuferversion der GeldKarte, der sogenannten MFC, gemacht.

Sie sind also quasi ein GeldKarte-Pionier?

DH: (lacht) Jaja, das kann man so sagen. MFC war für die damalige Zeit ein sehr innovatives Produkt mit relativ vielen Anwendungen auf der Karte selber.

Wie hat man sich nun den Aufbau und die Realisierung des Großprojekts girogo vorzustellen. Wie sieht die technische Abwicklung aus?

DH: Grundsätzlich handelt es sich bei der Pilotregion um eine Flächenregion. Wir mussten es schaffen, mit verschiedenen Handelspartnern Vereinbarungen zu treffen, um die Akzeptanz sicherzustellen. Es gab im Rahmen des Projekts einen ersten Ansprechpartner beim Handel, das war die EDEKA. Natürlich kamen im Laufe des Projekts weitere Partner hinzu. Es war wichtig, die sogenannte kritische Masse zu erreichen, damit die Akzeptanz sichergestellt ist. Das haben wir geschafft. Technisch sind die neuen Funktionalitäten, sprich Services, insbesondere das Laden am Point of Sale zu nennen. Das sind neue Entwicklungen, die auch Auswirkungen haben auf den Netzbetrieb, an den die Terminals angeschlossen sind, aber auch auf die Hintergrundsysteme, sprich die Ladezentralen

oder Kopfstellen der entsprechenden kreditwirtschaftlichen Verbände.

Herr Mücher, was hat die EDEKA dazu bewegt, als erstes Handelsunternehmen dieses hochkomplexe Pilotprojekt zu unterstützen?

WM: Als EDEKA stehen wir für hervorragende Lebensmittel und für Servicequalität. Für uns als Marktführer ist es deshalb das Ziel, technologische Neuerungen, von deren Durchsetzung wir überzeugt sind, frühzeitig aufzunehmen und sie im Interesse unserer Kunden umzusetzen. Das gilt für das Pilotprojekt girogo in besonderem Maße, denn damit gestalten wir den Bezahlvorgang für den Kunden zukünftig einfacher und schneller.

Nochmals zu den technischen Herausforderungen des Projekts: Wer spielt hier genau mit wem zusammen? Welche Besonderheiten gibt es?

DH: Es ist eine recht komplexe Angelegenheit, da viele Stellen miteinander arbeiten müssen. Sie müssen ineinander verzahnt sein, so dass das Projekt von der zeitlichen und technischen Umsetzung sauber durchgeführt werden kann. Im Detail heißt das: Man hat einerseits die Institute, die vor Ort die Händler betreuen bzw. die Karten herausgeben. Auf der anderen Seite hat man die Entwicklung und Bereitstellung der Terminals. Dann müssen die Terminals für die bestimmten Services ggf. an den Kassensystemen, also an den Schnittstellen angepasst werden. Das bedeutet, dass sich der Terminalhersteller z.B. bilateral mit den Kassensoftwareherstellern zusammensetzen muss. Die Terminals selber sind im Zahlungsverkehrsverbund über Netzbetreiber angeschlossen. Da gibt es auch wieder mehrere für die einzelnen Handelspartner. Der jeweilige Netzbetreiber muss diese Funktionalität spezifikationskonform bereitstellen sowie die Anbindung an die entsprechenden Autorisierungszentralen für den Bezahlvorgang und an die Ladezentralen für den Ladevorgang.

Wie reibungslos ist die Integration bei EDEKA erfolgt?

WM: Die teilnehmenden EDEKA-Märkte waren bereits mit moderner Infrastruktur ausgestattet, wir konnten daher die Anbindung an die bestehenden Kassensysteme in kurzer Zeit umsetzen und die Kassenplätze so mit den notwendigen Lesegeräten aufrüsten.

Herr Hovemeyer, wie sahen Ihre Aufgaben konkret aus und welche Erfahrungen als Projektleiter haben Sie gemacht?

DH: Das Pilotprojekt girogo ist ein Gemeinschaftsprojekt aller Verbände der Deutschen Kreditwirtschaft. Das bedeutet, dass es von allen Verbänden unterstützt und getragen wird. Ob und wie weit die einzelnen Verbände alle Neuerungen mittragen, also entsprechende Karten herausgeben oder die neuen Services unterstützen, entscheidet jeder Verband eigenständig. Wir haben dafür gesorgt, dass allen Vorstellungen von der technischen Seite entsprochen werden konnte.

Es konnten große und bekannte Handelsunternehmen für das Projekt gewonnen werden. Wie sah und sieht konkret die Zusammenarbeit mit diesen Partnern aus?

DH: Es gibt bestimmte technische Anforderungen, die von den Handelspartnern umgesetzt werden mussten: Die in ihrer Verantwortung liegende Kassensoftware und die Integration der neuen POS-Terminals in diese Software. Das ist das Wesentliche dabei. Alles andere wird über den Netzbetrieb geregelt. Der erste Handelspartner war, wie bereits gesagt, die EDEKA. Dazu sind weitere Handelspartner gekommen, die durch die Deutsche Kreditwirtschaft akquiriert worden sind. Mit diesen fanden natürlich gerade im Rahmen der Integration in das Pilotvorhaben Abstimmungsgespräche über technische und zeitliche Umsetzung sowie die erforderlichen Tests und Qualitätssicherungsmaßnahmen statt, damit für die Deutsche Kreditwirtschaft die Funktionalität sichergestellt wird.

Herr Mücher, wie empfanden Sie die Zusammenarbeit?

WM: Ich empfinde die Zusammenarbeit als sehr gut! Das gilt aber auch für meine Kollegen aus den Fachbereichen, die die Zusammenarbeit mit den Projektpartnern als sehr positiv beschreiben. Ohne diese reibungslosen Abstimmungen wäre die erfolgreiche Umsetzung des Projekts nicht gelungen.

Am 17. April war der offizielle Start. Was ist danach passiert?

DH: Gestartet sind wir am 17. April mit sogenannten Pilotinstallationen. Das betraf eine Auswahl bestimmter Filialen unserer Partner. Jeder Handelspartner musste dann

dafür sorgen, dass bis Ende Mai in der gesamten Pilotregion die neuen Systeme in seinen Filialen installiert sind.

Wie sah dieses stufenweise Roll-out bei EDEKA aus? Wo war die Pilotinstallation und warum?

WM: Zu Beginn waren es im Stadtgebiet Hannover vor allem frequenzstarke Standorte unserer verschiedenen EDEKA-Vertriebsformate – EDEKA-Supermärkte, E center, Marktkauf und NP. Bis Ende Mai kommen dann Schritt für Schritt alle teilnehmenden Märkte in der Pilotregion dazu.

Gibt es begleitende Informationskampagnen? Wie wird der Handel unterstützt?

DH: Natürlich. Die EURO Kartensysteme GmbH ist hier als Gemeinschaftsunternehmen der Deutschen Kreditwirtschaft natürlich seit Anfang an mit im Boot und erarbeitet neue Kommunikationsmaßnahmen für alle Zielgruppen. Der Handel und die technischen Dienstleister werden seit Anfang des Jahres mit Informationsmaterialien versorgt. Die Endkundenkommunikation wird voraussichtlich Ende Mai/Anfang Juni starten. Wir unterstützen natürlich weiter in der technischen Umsetzung.

Herr Mücher, glauben Sie, Ihre Kunden von girogo überzeugen zu können?

WM: Aber ja! Schauen Sie: Heute hat schon jeder eine Scheckkarte in der Geldbörse, das Zahlen per Karte ist ein gelernter Vorgang, dem man vertraut. Die Akzeptanz ist, anders als bei alternativen bargeldlosen Zahlungsmitteln und deren Techniken, hoch. Die Partner dieses Pilotprojekts sind groß, leistungsstark und dem Verbraucher bekannt. Unser Kunde bekommt mit girogo eine Lösung von seiner Bank und seinem Einzelhändler. Ich bin optimistisch, dass unsere Kunden die Vorteile schon nach kurzer Zeit nutzen und schätzen werden. Nach unserer Erfahrung stört viele Verbraucher der Umgang mit Kleingeld. Unsere Kunden profitieren beim kontaktlosen Bezahlen im EDEKA-Markt jetzt auch durch deutlich kürzere Wartezeiten an der Kasse. Das ist natürlich gerade für Verbraucher mit kleinem Einkauf interessant, die sich zum Beispiel in den Pausen oder vor der Arbeit mit Snacks und Getränken versorgen möchten.

Wenn ein Handelsunternehmen sich jetzt entschließt das Pilotprojekt zu unterstützen. Ist das noch möglich?

DH: Das ist jederzeit möglich! Weitere Handelspartner können jederzeit in das Pilotprojekt einsteigen. Es gibt bestimmte Voraussetzungen dafür. Das hatte ich vorhin schon erwähnt. Sie müssen die technischen Voraussetzungen erfüllen bzw. auch spezifikationskonform sein.

Zum Abschluss hätten wir gerne eine persönliche Einschätzung von Ihnen: Wie sehen Sie nach Ihren Erfahrungen aus dem Pilotprojekt die Zukunft von girogo?

DH: Für den Endkunden sehe ich das sehr positiv. Nun gut, ich bin nun auch ein bisschen technikaffin dabei (lacht). Im Ernst: Ich finde die Verfahren, die jetzt aufgesetzt werden, bieten einen hohen Komfort für den Kunden selber. Man hat ein einfaches Verfahren, um Kleingeldbeträge zu bezahlen. Es ist ein Schritt in die Zukunft und ich glaube auch in die richtige Zukunft. Was ich persönlich sehr begrüße, sind die erweiterten Services, die am Point of Sale angeboten werden. Das heißt ich habe überall Ladestationen verfügbar. Das heißt für den Handel aber auch, dass ich durch dieses kontaktlose Bezahlvorgang einen schnellen Zahlvorgang habe. Ich glaube, dass es auch für den Handel vorteilhaft ist diese Infrastruktur des Ladens mit anzubieten und sich so Markt Vorteile zu sichern.

Sieht dies der Handel ebenso? Gibt es weitere Vorteile für den Handel?

WM: Wir sehen den wachsenden Wunsch der Kunden nach einfachen, schnellen und sicheren Zahlungssystemen. Vor diesem Hintergrund ist girogo eine interessante Erweiterung des heutigen Angebots und noch dazu hat es gute Zukunftsaussichten. Für den Handel sehen wir mit dem kontaktlosen Bezahlen perspektivisch auch die Chance, den Aufwand für die Bereitstellung und das Handling von Bargeld zu minimieren.

Herr Hovemeyer, Herr Mücher, wir danken Ihnen für dieses Gespräch!



Studie Kontaktlos: Bereit für die Zukunft

Kontaktloses Bezahlen an der Kasse liegt voll im Trend

Denken Sie einmal an Ihr perfektes Einkaufserlebnis. Was kommt Ihnen dabei in den Sinn? Ein neuer Lieblingspullover? Entspannt durch die Stadt bummeln? Mit Freunden durch die Geschäfte ziehen und anschließend gemütlich einen Cappuccino in einem netten Straßencafé genießen? Bestimmt sind lange Schlangen an der Kasse das Letzte, woran Sie gedacht hätten. Für Kunden von Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken im Großraum Hannover ist das auch nicht mehr nötig. Sie können seit Mitte April 2012 bei ausgewählten Handelspartnern mit girogo-Funktion quasi im Vorbeigehen zahlen.

Doch sind die Verbraucher für diese neue Art zu zahlen auch offen? Ja! Das ergibt eine repräsentative Online-Befragung von EARS-andEYES, bei der im Januar im Auftrag der EURO Kartensysteme GmbH 1.040 Bundesbürger zwischen 18 und 59 Jahren nach ihrer Meinung zum kontaktlosen Bezahlen befragt wurden.

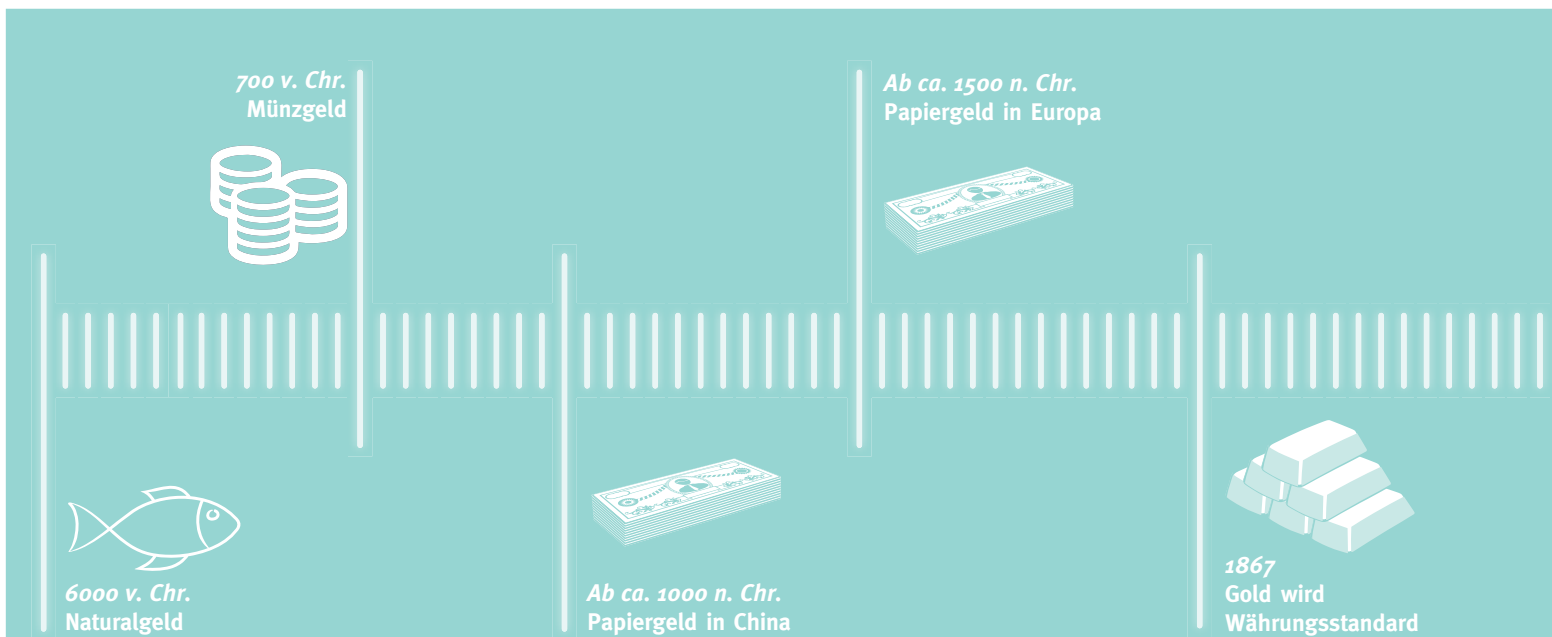
Kontaktloses Bezahlen kommt an

43 Prozent der Befragten können sich gut vorstellen kontaktlos zu bezahlen. Für die restlichen 57 Prozent ist es unter bestimmten Umständen denkbar. Bevorzugtes Medium ist hierbei klar die girocard. Für 58 Prozent ist es denkbar, mit ihr im Vorbeigehen zu zahlen. 38 Prozent bevorzugen die

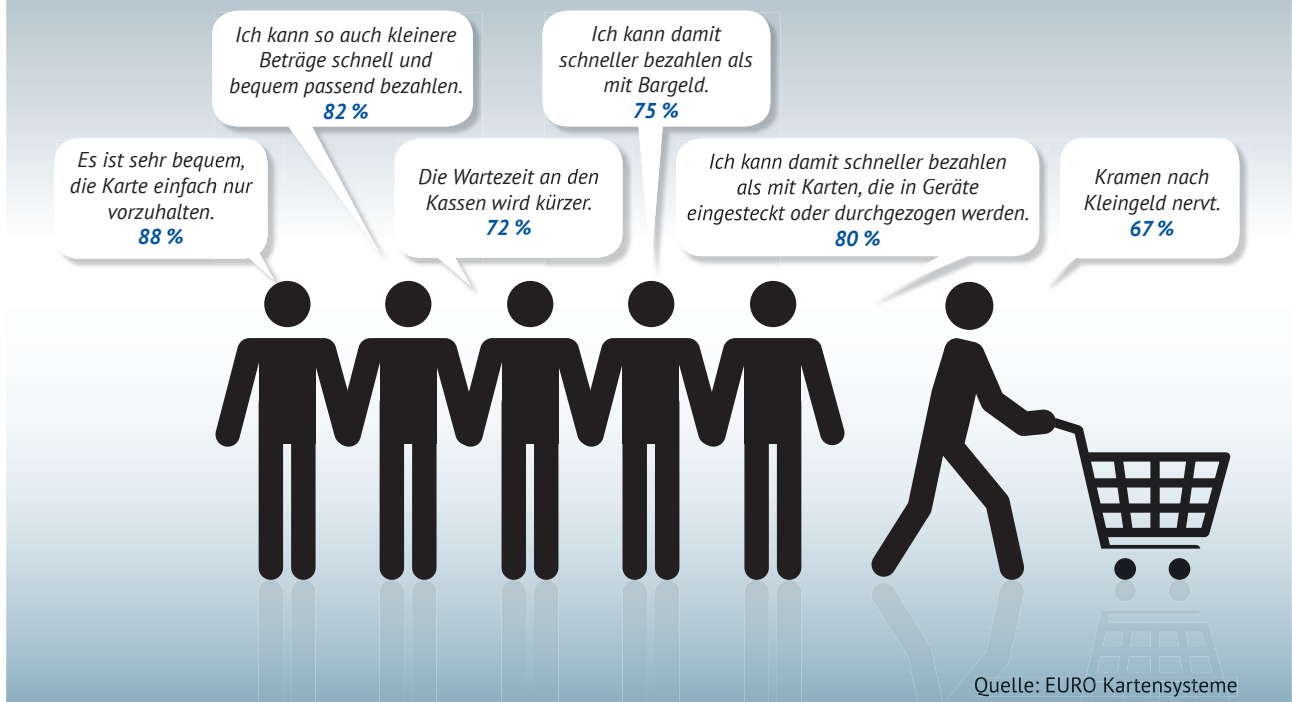
girocard sogar eindeutig gegenüber anderen kontaktlosen Bezahlmedien. Entscheidend ist für Verbraucher die Sicherheit: Rund drei Viertel der Befragten halten das kontaktlose Bezahlen mit der Bank- oder Sparkassenkarte für sicher. Kein Wunder, ist doch die Abwicklung von Finanztransaktionen die Kernkompetenz der Deutschen Kreditwirtschaft.

An die Kasse, fertig, los!

Mit girogo bietet die Deutsche Kreditwirtschaft das kontaktlose Bezahlen für eine breite Öffentlichkeit an. Kunden der Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken im Raum der Pilotregion erhalten die neuen Karten mit girogo-Funktion ohne zusätzliche Kosten automatisch im Rahmen des normalen Kartenaustauschs. Sie können die Funktion ohne weiteren Aufwand nutzen. Einfach Guthaben auf den Chip laden und los. Besonders schätzen Verbraucher dabei die Alltagstauglichkeit des kontaktlosen Bezahlers. Neun von zehn Befragten finden kontaktloses Bezahlen bequem. Für drei Viertel ist entscheidend, dass sie kontaktlos schneller bezahlen können als mit Bargeld oder herkömmlicher Kartenzahlung. Beinahe ebenso viele (72 Prozent) betrachten dabei auch das große Ganze: Sie freut es, dass sich die Warteschlangen an der Kasse insgesamt verkürzen.



Was gefällt Verbrauchern am kontaktlosen Bezahlen?

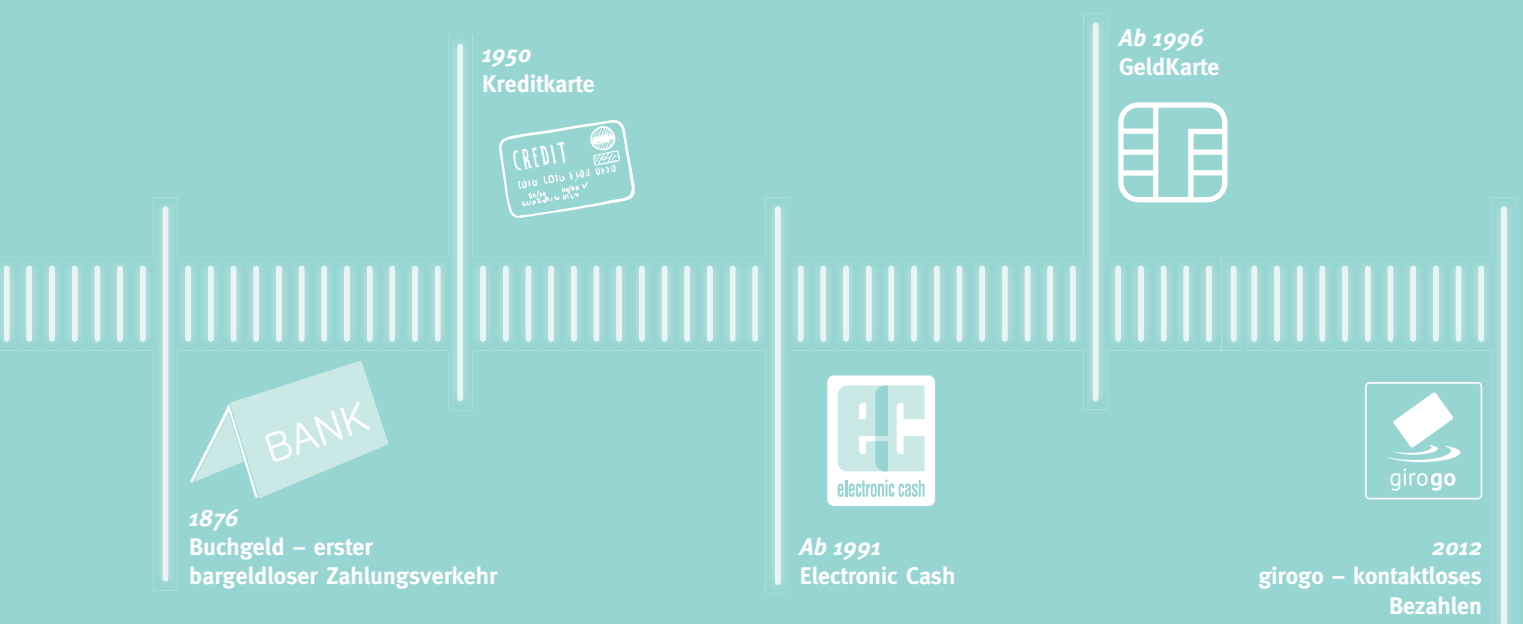


Wo Verbraucher im Vorbeigehen zahlen möchten

Wo sie kontaktlos bezahlen möchten, wissen die Verbraucher ganz genau. Das fängt bereits auf dem Weg zum Einkaufen an: Wer mit dem Auto fährt, greift häufig auf einen kostenpflichtigen Parkplatz zurück. 58 Prozent möchten die Gebühren dafür kontaktlos begleichen. In gleicher Weise

wollen 54 Prozent kleinere Einkäufe an der Tankstelle bezahlen. 55 Prozent legen im Öffentlichen Personennahverkehr Wert auf Bezahlen im Vorbeigehen. Einmal angekommen sehen die Verbraucher Vorteile des berührungslosen Bezahlers auch beim Shopping im Allgemeinen (42 Prozent) und im Lebensmitteleinzelhandel (37 Prozent).

Quelle: www.planet-wissen.de



König Fußball als Innovationstreiber

GeldKarte-Konzentrator meistert logistische Herausforderungen bei Großveranstaltungen – so nun auch bei Mainz 05

Seit der vergangenen Saison setzt der Fußball-Bundesligist 1. FSV Mainz 05 mit der 05er FanKarte auf eine moderne Lösung – auf die GeldKarte mit Kontaktlos-Technologie. Diese wird in der neuen Coface-Arena seit August 2011 zum Bezahlen und als elektronisches Ticket eingesetzt. Mit der 05er FanKarte können die Fans im Stadion deutlich schneller bezahlen. Im Hintergrund sorgt das moderne Serversystem des GeldKarte-Konzentrators für eine sichere und schnelle Abwicklung der vielen tausend Transaktionen, die an einem Heimspieltag abgewickelt werden müssen.

Die Anhänger der Tuchel-Truppe haben das System bereits gut angenommen: Durchschnittlich werden während der Heimspiele in der Coface-Arena über 8.500 Fankarten oder GeldKarte-Chips der eigenen girocard mit Guthaben geladen. Auch die Geschäftsführung des Vereins ist guter Dinge. „Die sehr gute Resonanz unserer Fans und die reibungslose Zusammenarbeit mit allen Projektbeteiligten zeigen uns, dass die Einführung der 05er FanKarte die richtige Entscheidung war. Wir können durch das neue System einen verbesserten und damit kundenfreundlicheren Service bieten“, freut sich Christopher Blümlein, Geschäftsführer Finanzen & Controlling des 1. FSV Mainz 05, über die erfolgreiche Implementierung des Systems.

Hightech im Hintergrund

Gerade dann, wenn viele Menschen gleichzeitig Essen und Getränke mit der GeldKarte bezahlen wollen, muss es schnell gehen. Eine Lösung für solche logistischen Herausforderungen

bietet das neue Serversystem des Konzentrators. Mit dem Konzentrator werden Ladungen und Zahlungen blitzschnell zentral verwaltet und weiterverarbeitet. Entwickelt und umgesetzt wurde diese Lösung erstmals 2009 für die BayArena in Leverkusen. Die BayArena-Card, die ebenfalls auf Basis der GeldKarte kontaktlos funktioniert und der erste Pilot für die kontaktlose GeldKarte-Technologie war, dient neben Kleingeldersatz und Eintrittsticket auch als Mitgliedsausweis und Dauerkarte. Besucher kommen nun schneller in das Stadion und bezahlen quasi im Vorbeigehen an den Gastronomie-Ständen und Merchandising-Shops. Die durchschnittliche Dauer von Bestell- und Bezahlvorgängen beträgt in der Regel nur zwischen vier und zehn Sekunden. An 21 Spieltagen der Saison 2009/2010 wurden mehr als 100.000 GeldKarte-Ladungen vorgenommen, die die BayArena mit Hilfe der Konzentrator-Lösung abwickelte.

Fair Play mit offenem Bezahlsystem

Ein besonderes Plus des Bezahlsystems auf GeldKarte-Basis ist das sogenannte offene Kassensystem. Das bedeutet, dass Gelegenheitsgäste der Arenen in Leverkusen und Mainz keine Extra-Karte kaufen müssen, um Bier und Würstchen im Stadion genießen zu können. Sie nutzen zum Bezahlen einfach den GeldKarte-Chip auf ihrer girocard. Dieses offene System verhindert zudem, dass für den Fußballbesuch geladenes Geld ungenutzt bleibt: Das Geld kann an allen Akzeptanzstellen der GeldKarte außerhalb des Stadions ausgegeben werden. Die Fans schätzen die GeldKarte im Stadion daher als besonders „faïres“ System. ■

Technischer Einwurf: schnell, einfach, sicher – der GeldKarte-Konzentrator

Der Konzentrator bündelt all die unterschiedlichen Transaktionen mit der GeldKarte und führt die verschiedenen Lade- und Bezahlstationen zusammen. Egal, ob die Bezahlung am Automaten oder dem Kassensystem eines Imbiss-Stands erfolgt, der Konzentrator sammelt die Transaktionen aller Kassen und übermittelt die Daten an die Händlervidenzzentrale, die schließlich den entsprechenden Betrag dem Konto des Betreibers gutschreibt. Analog funktioniert dieses Verfahren auch für die Aufladungen, die die Besucher im Stadion vornehmen. So sind an den Konzentrator in der BayArena nicht nur alle Bezahlterminals und Vending-Automaten, sondern auch die 120 mobilen und stationären Ladestationen sowie über eine Netzwerkverbindung das Internetterminal und die Ladeterminaleinheits (kurz LTBE) angeschlossen. Über die LTBE werden die gesammelten Ladebeträge,

die die Besucher per Bargeld an Ladeterminaleinheiten oder zuvor per Kreditkarte über das Internet bezahlen, an ein Verrechnungskonto weitergegeben. Auf dieses Verrechnungskonto hat der Betreiber als sogenannter GeldKarte-Agent vorab einen entsprechenden Betrag eingezahlt. Dieses Gesamtvolumen kann er nun auf die Karten seiner Besucher aufladen.

Alle Kommunikationsstrecken sind hinsichtlich Vertraulichkeit und Authentizität abgesichert. Auf Fehler im Zusammenspiel mit Ladestationen oder GeldKarten kann der Konzentrator reagieren und abgebrochene Ladetransaktionen wiederholen. Auch als Kontrollsystem dient der Konzentrator: Er ermöglicht eine einfache Verwaltung der Pfandkarten sowie die Durchführung von Recherchen und flexiblen Statistiken.



VfL Wolfsburg – immer 1. Liga

Interview mit Thomas Röttgermann, Geschäftsführer VfL Wolfsburg Fußball GmbH

Herr Röttgermann, Sie werden zum Start der Rückrunde der Bundesliga-Saison 2012/2013 das kontaktlose Bezahlen im Stadion des VfL Wolfsburg anbieten. Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

Als VfL Wolfsburg und Tochterunternehmen der Volkswagen AG sind wir zunächst einmal immer für Innovationen aufgeschlossen. Wir versuchen, technische Neuerungen direkt bei uns im Stadion umzusetzen. Gerade das Catering wird durch die bargeldlose Abwicklung des Zahlungsverkehrs sehr viel kundenorientierter, indem Wartezeiten am Kiosk verkürzt werden. Ich denke, das kontaktlose Bezahlen ist ein sehr gutes Angebot für unsere Fans und für unsere Kunden.

In diesem Jahr startet das große Pilotprojekt für girogo. Inwiefern hat Sie dies in Ihrer Entscheidung beeinflusst?

Das Projekt hat uns sehr beeinflusst, da auf diesem Weg die breite Akzeptanz der elektronischen Geldbörse und dabei eben insbesondere das kontaktlose Bezahlen mit girogo gefördert wird. Dadurch können Berührungssängste, die es möglicherweise bei einem solchen System gibt, reduziert werden. Dies erleichtert uns die Information unserer Kunden und Fans.

Werden Sie sich an dem Projekt beteiligen?

Selbstverständlich. Im Rahmen unseres Kooperationsvertrages mit der EURO Kartensysteme GmbH werden wir uns, beispielsweise durch gemeinsame Veranstaltungen, in das Pilotprojekt girogo integrieren.

Was erwarten Sie von dem groß angelegten Pilotprojekt?

Die GeldKarte war in der Vergangenheit für viele Kunden nicht das Zahlungsmittel per se. Wir sind daher daran interessiert, dass sich die Akzeptanz und die Bekanntheit der GeldKarte weiter erhöht. Wir gehen davon aus, dass das Pilotprojekt rund um girogo dazu beiträgt, die großen Vorteile des kontaktlosen Bezahlers in den Köpfen der Menschen zu verankern: Die GeldKarte stellt ein sehr bequemes und vor allem ein sehr risikoarmes Zahlungsmittel dar. Die kontaktlose Bezahlweise mit girogo wird diese Punkte eben nochmals ganz stark unterstreichen.

Was erwarten Sie konkret von der kommenden Saison? Auf die Fan-Karte und auf die Fußballer bezogen natürlich.

Die Fan-Karte, die wir VfL-Karte nennen werden, ermächtigt nicht nur zum Bezahlen im Stadion, sondern ist gleichzeitig Mitglieds- und Dauerkarte für unsere Kundenclubs. D.h. wir erleichtern unseren Kunden eine Vielzahl administrativer Vorgänge, was einen größeren Komfort bedeutet. Von unseren Spielern erwarten wir prinzipiell immer die bestmögliche Leistung, die sie abrufen können. Ich bin zuversichtlich, dass wir mit dieser Einstellung auch in der kommenden Saison erfolgreich sein werden.

Denken Sie, dass die Fans künftig mehr konsumieren? Mit welchen weiteren Vorteilen rechnen Sie?

Ziel ist es in erster Linie nicht, dass der einzelne Fan mehr konsumiert. Es geht um den größeren Komfort, der sich für ihn bietet. Auch ein perfekt organisiertes Catering kann Wartezeiten nicht gänzlich vermeiden. Doch durch das kontaktlose Bezahlen werden diese verkürzt, so dass unsere Fans öfter die Möglichkeit haben, ihre gewünschten Produkte zu erhalten, ohne etwas vom Spiel zu verpassen. Unser Ziel ist es, den Spielbesuch für unsere Fans und Kunden so bequem wie möglich zu gestalten.

Was können die Fans mit ihrer Karte alles machen?

Wie Sie wissen, ist der VfL Wolfsburg kein eingetragener Verein, sondern als GmbH organisiert. Wir bieten unseren Fans deswegen keine klassischen Mitgliedschaften, sondern Kundenclubs an, die nach unterschiedlichen Zielgruppen geordnet sind. Damit gehen für Kinder, für Jugendliche und für Erwachsene unterschiedliche Mitgliedervorteile einher, die ebenso auf der VfL-Karte gespeichert sind. Dauerkarten-Kunden erhalten mit ihrer VfL-Karte also Zugang zum Stadion, können von dem kontaktlosen Bezahlen mit girogo und zudem von den Vorteilen, die eine Mitgliedschaft im VfL Wolfsburg mitbringt, Gebrauch machen. Und dies alles mit nur einer einzigen Karte.

Bezahlen die Spieler des VfL Wolfsburg zukünftig auch mit der VfL-Karte?

Ob sie ihre Karte einsetzen, kann ich Ihnen natürlich nicht beantworten. Sie werden aber mit einer VfL-Karte ausgestat-



Thomas Röttgermann

tet. Am Spieltag selber sind die Spieler natürlich in erster Linie dazu aufgefordert zu spielen, anstatt zu verzehren. Selbstverständlich spricht nichts dagegen, dass auch die Spieler mit ihrer VfL-Karte kontaktlos bezahlen.

Können Sie schon Aussagen zum Design der Fan-Karte treffen?

Es wird Sie nicht überraschen, dass wir uns farblich auf Grün verständigt haben. Auf der Karte wird zudem ein Stadion zu sehen sein sowie die Logos unserer beteiligten Partner.

Haben Sie sich im Vorfeld mit anderen Vereinen ausgetauscht, die die Kontaktlos-Technologie des GeldKarte-Systems schon etabliert haben?

Selbstverständlich. Ein solches Projekt kann nicht umgesetzt werden, ohne vorher unterschiedliche Bezahlssysteme und deren Akzeptanz verglichen zu haben. Um Vor- und Nachteile rechtzeitig zu erkennen, sind wir in engem Kontakt mit Leverkusen und Mainz, die ihre Erfahrungen mit uns geteilt haben. So fand z.B. ein intensiver Austausch über die optimale Anzahl der Ladestationen und die beste Abdeckung statt. Ich glaube, wir wären schlecht beraten, wenn wir von den Erfahrungen der anderen Vereine nicht Gebrauch machen würden.

Bezogen auf das kontaktlose Bezahlen, können Sie schon ein erstes Stimmungsbild der Fans aus anderen Stadien wiedergeben?

Wir haben positive Rückmeldungen aus Leverkusen und Mainz bekommen. Der große Vorteil des offenen Zahlungssystems der GeldKarte oder jetzt eben von girogo ist offensichtlich: Restliches Geldguthaben muss nicht auf der Karte verbleiben, sondern kann von den Fans an vielen Akzeptanzstellen außerhalb des Stadions eingesetzt werden. Dies ist ein entscheidender Vorteil, damit auch nicht der Eindruck entsteht, der Verein wolle mit einem geschlossenen System die sogenannten „Schlummergroschen“ der Fans einbehalten. Dies ist nicht der Fall. Es ist uns sehr wichtig zu betonen, dass es hier um einen besseren Komfort für die Fans geht, und um nichts anderes.

Wie informieren Sie Ihre Fans über das neue kontaktlose Bezahlen?

Wir stehen in einem dauerhaften Dialog mit unseren Fans. So haben wir ihnen schon in der Evaluationsphase die zur Auswahl stehenden Bezahlssysteme vorgestellt. Da haben wir gemerkt, dass die größte Akzeptanz zweifelsfrei dem GeldKarte-System zukommt. Die Kampagne, die konkret unsere VfL-Karte bekannt machen soll, wird noch folgen. Diese wird in der Hinrunde der nächsten Saison mit verschiedenen Medien und unter Einbeziehung verschiedener Gruppen erfolgen. Wir werden darin genauestens informieren, wie die Fans das kontaktlose Bezahlen einsetzen können.

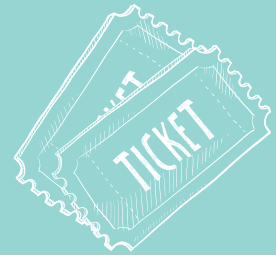
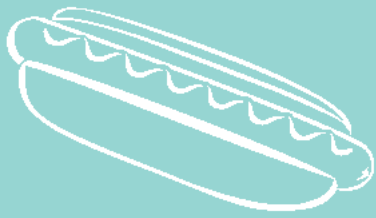
Welche Vorbereitungen müssen Sie noch treffen, um im nächsten Jahr das kontaktlose Payment anbieten zu können?

Wir sind wunderbar im Zeitplan. Eine Vielzahl technischer Voraussetzungen muss erfüllt sein: Die Kassensysteme müssen reibungslos funktionieren, die dahinter liegende Software muss darauf abgestimmt sein, die Verkabelung muss vorliegen – dies alles wird zum Start der Rückrunde gegeben sein.

Gibt es im Stadion des VfL Wolfsburgs technische Neuerungen, die die anderen Stadien nicht anbieten?

Die größte Innovation besteht natürlich in erster Linie in dem offenen System der GeldKarte. Die Kontaktlos-Funktion girogo ist außerdem ein entscheidender Vorteil für alle Bezahlvorgänge. Zudem konnten wir, mithilfe der Erfahrungen aus Mainz und Leverkusen, die neuesten Erkenntnisse im Umgang mit der GeldKarte umsetzen. So haben wir ein optimales Paket für unsere Kunden entwickelt. Neben Altbewährtem denken wir beispielsweise u.a. über das Laden der Fan-Karten mit Mobiltelefonen mit NFC nach.

Herr Röttgermann, wir danken Ihnen für dieses Gespräch! ■



Mit der GeldKarte schneller zu Würstchen und Co.

Was Fans von ihrer Stadionkarte erwarten können

In Deutschlands Fußballstadien neigt sich das Zeitalter des Bargelds seinem Ende zu: Bereits zwölf der 18 Erstligisten nutzen Stadionkarten zur Bezahlung von Snacks, Getränken, Fanartikeln & Co. Seit dem 1. Spieltag der laufenden Saison gehören auch die Fans von Mainz 05 zu den Kartenzahlern. In der neu gebauten Coface-Arena setzen die 05er wie Vizemeister Bayer 04 Leverkusen auf das offene System der GeldKarte.

Stadionkarten erleichtern die Abläufe sowohl für Fans als auch für den Stadionbetreiber. Im Schnitt sind es über 40.000 Zuschauer, die innerhalb kürzester Zeit im Bundesliga-Stadion eintreffen und dort Getränke und Speisen direkt vor dem Spiel und während der Halbzeitpause konsumieren möchten. Das ist für jeden Verein eine logistische Herausforderung. Mit Stadionkarten lassen sich Bezahlvorgänge wesentlich schneller abwickeln und die Fans werden schneller bedient.

Elektronische Bezahlsysteme sind bei Fans beliebt

Dass elektronische Bezahlsysteme bei den Fans gut ankommen, zeigen die Online-Umfragen von EARSandEYES unter deutschlandweit 408 Fußballfans sowie die zeitgleich im Auftrag der EURO Kartensysteme GmbH durchgeführte Befragung von 296 Bayer 04-Fans. Insgesamt zeigten die Umfragen, dass rund drei Viertel der befragten Fußballfans (74 Prozent) beim Besuch des letzten Auswärtsspiels eine Stadionkarte verwendet haben. Dabei schätzten 69 Prozent das schnelle, unkomplizierte Bezahlen und 64 Prozent finden das Aufladen einfach.

Offene vs. geschlossene Systeme

Doch Stadionkarte ist nicht gleich Stadionkarte. Während offene Systeme viel Flexibilität und umfangreiche Einsatzmöglichkeiten erlauben, können die Fans ihre Karte bei geschlossenen Systemen nur im eigenen Stadion einsetzen. Hier wünschen sich viele Fans Verbesserungen: Über die Hälfte (57 Prozent) bevorzugt ein offenes System, mit dem sie auch außerhalb des Stadions bezahlen können. Fast drei Viertel der Befragten (73 Prozent) wünschen sich ein einheitliches System für alle Stadien. Immerhin 38 Prozent der Stadionbesucher haben zwischen zwei und vier Stadionkarten im Geldbeutel. Wollen die Fans ihre Karte nach dem Spiel zurückgeben oder das Guthaben auf der Karte entladen, müssen sie oft lange Wartezeiten von bis zu 20 Minuten in Kauf nehmen. Für 47 Prozent ist das ein Grund die Karte zu behalten. Das Restguthaben verbleibt dann bei geschlossenen Systemen als Schlummergraschen

auf der Karte und kann erst beim nächsten Spiel im gleichen Stadion wieder eingesetzt werden oder es verfällt, weil der Kartenbesitzer nicht mehr in das Stadion kommt. Kein Wunder, dass insgesamt nur 48 Prozent der Befragten mit ihrer Stadionkarte zufrieden sind.

Die GeldKarte punktet bei Bayer 04

Ganz anders sieht es da bei den Fans von Bayer 04 Leverkusen aus. Das bestätigt auch die Befragung der Werksself-Anhänger. 83 Prozent der Bayer-Fans sind mit ihrer BayArena-Card sehr zufrieden. Das sind 35 Prozentpunkte mehr als im Vergleich mit den Stadionkarten-Benutzern deutschlandweit. Sieben von zehn Bayer 04-Fans finden zudem praktisch, dass sie ihr Guthaben auch außerhalb des Stadions einsetzen können, so zum Beispiel im öffentlichen Nahverkehr oder an Parkautomaten.

Fans aller Vereine profitieren

Das offene System der GeldKarte birgt auch Vorteile für Fans anderer Vereine: Der goldene Chip ist auf 96 Prozent aller girocards bereits integriert. Gäste können so die geladene GeldKarte ihrer Bankkarte in den Stadien von Bayer 04 Leverkusen und Mainz 05 nutzen. Sie müssen keine extra Stadionkarte erwerben und lange Wartezeiten beim Zurückgeben in Kauf nehmen. Dennoch kommen sie in den Genuss schneller und sicherer Bezahlung mit Karte.

Kostenersparnis und Verbundenheit der Fans

Und auch der Verein profitiert: Das teure Bargeldhandling entfällt bei Zahlung mit GeldKarte. Der Verwaltungsaufwand sinkt, weil deutlich weniger Gastkarten ausgegeben und (weniger) wieder zurückgenommen werden müssen. Ebenso müssen weniger Karten entladen werden, weil die Nutzer ihr geladenes Guthaben auch außerhalb des Stadions aufbrauchen können. Das alles senkt die Kosten und erhöht die Wirtschaftlichkeit des Vereins. Zusätzliches Plus: Bei der Befragung gaben 63 Prozent an, dass sie die BayArena-Card auf Basis der GeldKarte mit dem Verein verbinde und ein schönes Souvenir sei. ■



Die elektronische Geldbörse und das Mobiltelefon

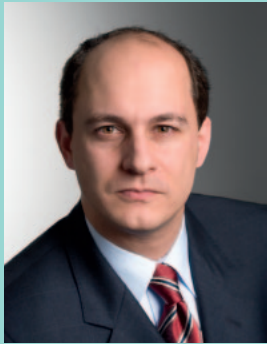
Mobile Zahlverfahren und ihre Zukunft. Ein Gastbeitrag von PD Dr. Key Pousttchi und Laura Becker, Universität Augsburg

1996 wurde in Deutschland die GeldKarte eingeführt, 1997 ihr international erstes Pendant mit kontaktloser Technologie, die Octopus Card in Hongkong. Waren die Zahlungen mit dieser Karte zunächst auf den ÖPNV beschränkt, verbreitete sich die Akzeptanz zügig auch in andere Bereiche, vor allem den stationären Handel. Die Deutsche Kreditwirtschaft führt erstmals 2012 unter der Marke girogo eine kontaktlose Karte in Deutschland ein. Vorreiter sind hier die Sparkassen, die nach einem Großversuch im Raum Hannover sukzessive alle 45 Millionen Karten ihrer Kunden mit kontaktloser Technologie ausstatten wollen. Von der Einführung von girogo erwartet der Markt neben der flächendeckenden Verbreitung kontaktloser Karten beim Konsumenten insbesondere auch die Entwicklung der kontaktlosen Infrastruktur im stationären Handel. Aber was kommt nach der kontaktlosen Karte?

Bezahlverfahren auf Basis des Mobiltelefons (Mobile Payment) sind seit etwa 12 Jahren im Markt verfügbar, konnten sich aber bislang nicht durchsetzen. Der Grund lag jedoch nicht in grundsätzlicher Ablehnung durch die Endkunden oder in mangelnder Reife der Technologie, wie vielfach behauptet. Das Problem ist vielmehr, dass mobile

Bezahlverfahren bisher weder ganzheitlich entwickelt noch am Bedarf des Kunden orientiert oder wirklich konsequent von den Marktteilnehmern eingeführt worden wären. Dabei gelten im Jahr 2012 andere Regeln als noch im Jahr 2005. Reine Bezahlverfahren, deren wesentlicher Mehrwert nur in der Abwicklung der Bezahltransaktion besteht und die auf transaktionsabhängigen direkten Erlösen beruhen, bieten weder für Endkunden noch für Einzelhändler ausreichende Nutzungsanreize.

Die Endkunden, so sind sich die Forscher einig, warten seit vielen Jahren auf ein geeignetes M-Payment. Allein, trotz zahlreicher Versuche von Mobilfunkanbietern, Banken und spezialisierten M-Payment-Anbietern mangelte es bisher am konsequenten Ansatz. Doch aktuell findet sich der deutsche Markt mit sich radikal ändernden Voraussetzungen konfrontiert. Player wie PayPal und Google Wallet drängen, ausgestattet mit massiver internationaler Marktmacht, in den europäischen Payment-Markt und schaffen damit erstmals einen hohen Innovationsdruck für die deutschen Marktteilnehmer. Auch Firmen wie Apple, Facebook und Amazon stehen mit eigenen Lösungen in den Startlöchern. Dabei geht es diesen Anbietern gar nicht in erster Linie um Mobile Payment,



Biografie Dr. Key Pousttchi

Studium der Wirtschafts- und Organisationswissenschaften mit dem Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik an der Universität der Bundeswehr München

Seit 2011 Leitung der Forschungsgruppe wi-mobile am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Systems Engineering der Universität Augsburg

Mitglied von Standardisierungsgremien und Wirtschaftsforen im Bereich Mobile Payment, u. a. im Auftrag des BMWi Leiter des National Roundtable M-Payment der deutschen Mobilfunkanbieter und Banken



Biografie Laura Becker

Studium der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Produktion und Logistik, Wirtschaftsinformatik und Datenanalyse und Statistik an der Universität Augsburg

Verantwortlich für Studien und Konzepte im Bereich Mobile Financial Services, Mobile Payment in Developing Countries, mobil-integrierte Geschäftsprozesse, RFID/NFC

sondern im Endeffekt um nichts weniger als die zentrale Kundenbeziehung – in allen Bereichen des täglichen Lebens.

Soziale Netzwerke etwa versuchen bereits heute immer stärker, die Nutzer in ihren geschlossenen Systemen zu halten und ihre Lebens- und Konsumgewohnheiten zu beeinflussen. Auch Studien, die Amazon als den Einzelhändler mit dem höchsten Kundenvertrauen in Deutschland sehen, oder die Eröffnung erster Ladengeschäfte durch ebay und Google in England lassen aufhorchen. Da ist die Schaffung eines eigenen Bezahlsystems nichts weiter als der nächste logische Schritt zur vollkommenen Customer Ownership.

Die Folgen für den stationären Handel und die traditionellen Anbieter von Bezahlfverfahren sind evident. Der Hang der Nutzer, immer mehr Funktionalität auf immer zentraleren Systemen zu fordern, lässt einen isolierten M-Payment-Ansatz mittlerweile als vergleichsweise aussichtslos erscheinen. So darf sich ein M-Payment-Verfahren mit Potenzial zum Marktdurchbruch in der heutigen Situation nicht auf die reine Bezahlfunktionalität beschränken, sondern bedarf der sinnvollen Integration von Mobile Marketing, M-Coupons, M-Loyalty, M-Ticketing und Mobile Social Media. Nur

hierdurch ergibt sich ein Wertschöpfungsnetzwerk, das sowohl für die beteiligten Marktteilnehmer als auch für den Endkunden ein hohes Maß an Nutzen bereitstellt.

Physische Karten mit Zahlungsfunktionalität wird es auch morgen noch geben. Wenn aber die traditionellen Player ihre Bedeutung behaupten wollen, sollten sie das Nachfolgesystem M-Payment aktiv mitgestalten und dessen Vorteile in einer Form nutzen, die ihnen die Augenhöhe mit der virtuellen Welt wieder herstellt. ■

Über die Forschungsgruppe wi-mobile

Die Forschungsgruppe wi-mobile der Universität Augsburg gehört international zu den führenden Forschungseinrichtungen in den Bereichen Mobile Payment, Mobile Marketing und Entwicklung von Mobilfunkmärkten.



Unsere Zukunftsstrategie: Das Geld folgt dem Menschen

Gemeinsam mit der GeldKarte für eine bessere
Bildungsförderung. Ein Gastbeitrag von Uwe Schummer, MdB

Nach zähem Ringen setzte Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen (CDU) im Februar 2011 das Bildungs- und Teilhabepaket für Kinder mit Förderungsbedarf durch. Mit diesem Paket soll Kindern, unabhängig vom Geldbeutel ihrer Eltern, die Teilhabe an Sport, Musikunterricht, Klassenfahrten, Schulessen und Nachhilfe möglich sein. Durch das Schulstarter-Paket werden zu Beginn und zur Mitte des Schuljahres Kosten zum Materialbedarf gedeckt. Die soziale Herkunft darf nicht mehr über die Zukunftschancen entscheiden. „Nicht Privilegien, sondern Leistungen legitimieren den beruflichen Aufstieg in der

Sozialen Marktwirtschaft. Sie will eine 'offene Gesellschaft', in der ein durch Leistung legitimer Aufstieg möglich ist.“ (Ludwig Erhard, Manifest '72). Keiner darf verloren gehen. Jeder wird gebraucht. Insgesamt profitieren 2,5 Millionen Kinder von diesem Paket. Das Gesamtvolumen beträgt 1,6 Milliarden Euro pro Jahr.

Deutschland ist arm an Rohstoffen. Unser stärkstes Potenzial sind die Menschen: ihre Kreativität, ihre Motivation und ihre Stärken. Deshalb investieren wir in die Köpfe und Hände der Menschen.

Bildungsgerechtigkeit ist nicht Gleichmacherei, sondern bedeutet gleiche Chancen für jeden. Zu Beginn der Bildungsbiografie ist es deshalb wichtig, dass Kinder eine starke Förderung erhalten. Gut fördert, wer früh fördert. Unterstützung auf dem Weg zu einem berufsqualifizierenden Abschluss ist unerlässlich. Zur Wahrheit gehört aber auch, dass ohne Eigeninitiative und Durchhaltewillen ein Abschluss nicht erreicht werden kann. Mit dem Bildungspaket wird eine frühe Weichenstellung getroffen, die den Kindern bestehende Nachteile ausgleicht und den Aufstieg fördert.

Durch das Sachleistungsprinzip bei der Förderung aus dem Bildungspaket stellen wir sicher, dass zwischen den Ausgaben für die Zukunft der Kinder und den familiären Ausgaben keine Konkurrenz entsteht. Dies ist kein Misstrauen gegenüber den Eltern, sondern die Erkenntnis, dass eine Vielzahl von Ausgaben aus dem engen Budget bestritten werden muss.

Die christlich-liberale Koalition fühlt sich den Grundsätzen der Solidarität, aber auch der Subsidiarität verpflichtet. Dies bedeutet für uns, dass zunächst jeder Einzelne, und dann die Gesellschaft Verantwortung trägt. Gerade Kinder und Jugendliche sind auf Förderung angewiesen. Im kommenden Jahr investieren wir über 12,4 Milliarden Euro in Bildung und Forschung, das sind fast 70 Prozent mehr als in 2005. Wir sparen, aber wir sparen nicht bei der Zukunft.

Das Bildungs- und Teilhabepaket setzt früh bei der Förderung an. Es geht uns darum Bildungshürden abzubauen; und dies mit einem unbürokratischen Konzept. Hierfür kann die Initiative GeldKarte einen wesentlichen Beitrag leisten. Statt mit einer Fülle von Belegen, können die Menschen mit einer Bildungschipkarte papierlos die Leistungen aus dem Bildungs- und Teilhabepaket beziehen. Auch die Verwaltung wird hierdurch entlastet. Anstelle von komplizierten Abrechnungsverfahren können Ladesysteme in Jobcentern und kommunalen Verwaltungen, in Verbindung mit Lesegeräten in Schulen, Vereinsheimen und Pfarrzentren auf Knopfdruck den Nachweis der Mittel ermöglichen. Dabei sind leistungsstarke kommunale Rechenzentren für die Vernetzung erforderlich. Der jeweilige Zuschuss wird bei der Bildungskarte im Jobcenter oder bei der Kommune aufgeladen und kann beispielsweise für den Nachhilfeunterricht oder den Vereinsbeitrag abgebucht

werden. Die Daten gelangen dabei automatisch in das kommunale Rechenzentrum, so dass durch ein Mindestmaß an Verwaltung eine effiziente Umsetzung des Bildungs- und Teilhabepaketes möglich wird. Neben den Bundesmitteln können über die Bildungschipkarte auch kommunale oder private Gelder aus Fördervereinen gespeichert werden. Perspektivisch sehen wir die Chance, das von der christlich-liberalen Koalition beschlossene Bildungssparen von Geburt an über dieses Instrument zu organisieren. Wir setzen auf eine Kombination aus der Förderung durch das Bildungspaket und gefördertem Bildungssparen auf einem Bildungskonto.

Für mich bietet sich mein Heimatwahlkreis Viersen und der gesamte Niederrhein als Musterregion für die Bildungschipkarte an. Denn neben einer vielfältigen Vereinslandschaft ist die kommunale Zusammenarbeit hier besonders ausgeprägt. Deshalb ist es mein Ziel, dass wir gemeinsam mit der Initiative GeldKarte die Bildungsregion Niederrhein schaffen. Das heißt konkret: Jedes Kind kann mit der Bildungschipkarte nicht nur innerhalb der eigenen Gemeinde, sondern auch in angrenzenden Kommunen Bildungs- und Freizeitangebote wahrnehmen. Denn nicht in jeder Gemeinde wird beispielsweise ein Judo-Kurs oder eine Kletter AG angeboten. Für manche Kinder und Jugendliche sind vielleicht auch die Wege oder Verkehrsverbindungen in die nächste Gemeinde günstiger. Deshalb gilt auch hier: Das Geld folgt dem Menschen. Durch eine Vernetzung der Kommunen über das Kommunale Rechenzentrum wird diese Flexibilität erreicht. Dafür arbeiten wir im Kreis Viersen zusammen mit der Kreisverwaltung, dem Kommunalen Rechenzentrum, der Initiative GeldKarte und der Sparkasse an der Umsetzung. Erste Gespräche mit Vereinen, Anbietern von Nachhilfe, Kindergärten und Schulen zeigen, dass hier ein erhebliches Interesse an diesem Projekt besteht. Es entlastet sowohl die Eltern als auch Leistungsträger und Leistungserbringer von Papier und Bürokratie. Die Sammlung der Abrechnungsdaten erfolgt gebündelt im Kommunalen Rechenzentrum. Die Bildungsregion Niederrhein macht Aufstieg durch Bildung möglich.

Nach der regionalen Testphase wollen wir die Bildungschipkarte bundesweit einsetzen. Hierdurch wird das Guthaben bundesweit einsetzbar. Ganz nach unserem Motto: Das Geld folgt dem Menschen. ■



Biografie Uwe Schummer, MdB

Kaufmann für Groß- und Außenhandel

Seit 2002 Mitglied des Deutschen Bundestages

Mitglied im Ausschuss für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung

Obmann der CDU/CSU-Bundestagsfraktion für Bildung und Forschung

Mehr Studentenausweis geht nicht

Einführung der GeldKarte in den universitären Alltag

Der Studentenausweis der TU Dortmund ist ein echter Vorreiter mit Sinn für Praktisches: Bezahlen, ausweisen, signieren – die UniCard 2.0 ist ein wahres Multi-Talent mit vielen Vorteilen für Studenten, Mitarbeiter und Universität.

Schon 2009 gab die TU Dortmund die ersten UniCards für Studenten und Mitarbeiter heraus. Bezahlen konnten Studenten und Mitarbeiter mit ihr jedoch nicht. Mit der UniCard 2.0 setzt die TU Dortmund nun in Zusammenarbeit mit der Deutschen Kreditwirtschaft und der Sparkasse Dortmund auf einen Studentenausweis mit neuen Qualitäten und echter Vorreiterrolle.

Talente der UniCard 2.0

Mit Name, Lichtbild und Matrikelnummer ist die UniCard 2.0 personalisiert und ein treuer Begleiter im Leben eines jeden Studenten. Morgens vor der Vorlesung noch einen Becher Kaffee aus der Cafeteria holen und schnell die letzten Unterlagen für die Vorlesung drucken. Beides bezahlen Dortmunder Studenten mit dem goldenen Chip auf ihrem Studentenausweis. Nach der Vorlesung in die Bibliothek, um ein Buch zu leihen. Wieder ist die UniCard 2.0 im Spiel: Die Tasche lässt sich mit ihr im Spind verstauen und Bücher leiht man schnell an einem der Selbstaushleihergeräte. Auf dem Heimweg kurz ins Schwimmbad zum Abkühlen. Studentenrabatt gibt's bei Vorlage der UniCard. Und zu Hause dann die Arbeit fertig schreiben. Mit dem Studentenausweis schnell und einfach digital signieren und ab geht das Werk an den Professor.

Laden und Bezahlen – ganz easy

Zum Bezahlen nutzt die UniCard 2.0 die GeldKarte mit Kontaktlos-Technologie. Bezahlen können Studenten mit der UniCard also auch außerhalb der Uni. So zum Beispiel im Öffentlichen Personennahverkehr. Bevor bezahlt werden

kann, wird der Chip mit Guthaben geladen. Auf dem Gelände der TU Dortmund gibt es acht Ladestationen, an denen die GeldKarte von der eigenen girocard geladen werden kann, und zwei Stationen, an denen Studenten gegen Bargeld ihren Chip laden. Zusätzlich können Studenten die Karte auch ganz bequem von zu Hause aus online laden.

Sicherer Zugriff

Nach der Anmeldung mit dem UniAccount mittels UniCard 2.0 und PIN stehen den Studenten über das Internet zahlreiche Möglichkeiten und Informationen offen. Die beiden Portale myITMC und LSF sind wichtige Bestandteile des Studienalltags, geben viele ihrer Informationen zu Lehre, Studium und Forschung an der TU aber erst nach der sicheren Anmeldung mit der UniCard 2.0 preis.

Was steckt dahinter?

Neben dem GeldKarte-Chip ist die UniCard 2.0 auch mit einem Mifare-Chip ausgestattet. In Zusammenarbeit sorgen sie für ein einwandfreies Funktionieren der vielen Funktionen. Die UniCard 2.0 ist als SECCOS-Chipkarte zertifiziert. SECCOS steht für „Secure Chip Card Operating System“ und erfüllt damit die hohen Sicherheitsstandards der Deutschen Kreditwirtschaft.

UniCard 2.0 – nicht nur für Studenten der TU

Die UniCard 2.0 gibt es auch in einer Version für Mitarbeiter. Sie trägt dann statt der Matrikelnummer die Personalnummer und dient als Identifikations- und Bezahlmittel sowie als Fahrkarte für die H-Bahn, die Studenten, Dozenten, Mitarbeiter und Besucher auf dem Gelände der TU schnell von A nach B bringt. Darüber hinaus dient die UniCard 2.0 auch an der Fachhochschule Dortmund als Studenten- und Mitarbeiterausweis. ■





Drei auf einen Streich!

Erfolgsstory in Plochingen: Unterstützt von der Kommune führt die Volksbank an drei Schulen die GeldKarte ein

Das vergangene Jahr war für die Volksbank Plochingen und Torsten Schwarz, Prokurist und Leiter Zahlungsverkehr, ein wahrer Projektmarathon. Denn an gleich drei Schulen sollte die Bezahlung der Mittagessen, von Getränken und Snackautomaten auf das Bezahlen mit der GeldKarte umgestellt werden.

Doch der Reihe nach. Die Stadt Plochingen hat es sich seit ca. drei Jahren als Schulträger gemeinsam mit der Vernetzungsstelle Schulverpflegung des Landes Baden-Württemberg zur Aufgabe gemacht, die Essensversorgung an den Schulen neu zu strukturieren. Oberstes Ziel war dabei, eine qualitativ hochwertige Verpflegung der Schüler sicherzustellen und Standards für eine gesunde Mittagspause einzuführen. Großer Wert wurde auch auf ein einfaches, hygienisches und unkompliziertes Bezahlsystem gelegt, mit dem gleichzeitig der logistische Aufwand – zum Beispiel für die Essensbestellung – besser geplant werden kann.

„Vor dem Projektstart ist die Stadt Plochingen auf uns zugekommen und interessierte sich für das bargeldlose Bezahlsystem der GeldKarte“, erzählt Torsten Schwarz. Nachdem die Volksbank gemeinsam mit der Firma OPC cardsystems GmbH den Zuschlag für die Projektrealisierung

bekommen hatte, konnte im Februar 2011 gestartet werden. „Dabei war es am Anfang gar nicht so leicht, die Interessen der drei beteiligten Schulen unter einen Hut zu bekommen“, erinnert sich Torsten Schwarz.

Eine besondere Herausforderung stellte die Grund- und Werkrealschule Burgschule dar. Hier galt es vor allem sprachliche Probleme zu überwinden, da der Großteil der ca. 300 Kinder einen Migrationshintergrund hat. Die Burgschule bietet als Ganztageseinrichtung Schülern ab der 5. Klasse die Möglichkeit einen Regelabschluss zu erwerben, der mit einem Realschulabschluss vergleichbar ist. Gleichzeitig werden sie auf wichtige berufliche Anforderungen vorbereitet. Zum Konzept der Ganztagschule gehört auch ein qualitativ hochwertiges Mittagessen, welches sich bei Menüauswahl und Zusammensetzung an den Empfehlungen des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz orientiert. Mit dem Abrechnungssystem der GeldKarte können die Schüler jeden Tag zwischen einem fleischhaltigen und einem vegetarischen Menü auswählen und dieses vorbestellen. So weiß der Caterer genau, wie viele Essen benötigt werden. Den Eltern und Schülern wurde die Funktionsweise der GeldKarte auf einer großen Informationsveranstaltung im September 2011 vorgestellt.



Auch Torsten Schwarz zeigt sich zufrieden mit dem ersten Teilprojekt: „Wir hatten von Anfang an die Unterstützung von Lehrern und Rektoren der Burgschule bei der Kommunikation mit den Schülern und Eltern. Das war eine wichtige Voraussetzung, damit die Schüler das System annehmen und verstehen, wie es funktioniert.“

Anders lief die Einführung der GeldKarte an der Realschule Plochingen ab. Mit dem Bau der neuen Mensa wurden auch die Snack- und Getränkeautomaten auf Bezahlen mit der GeldKarte umgerüstet. „Um alle Fragen rund um das neue System zu beantworten, wurden die Schüler klassenweise zu einem gesponserten Frühstück in die neue Mensa eingeladen, bei dem die Menüterminals und alle Fragen rund um das neue System vorgestellt und besprochen wurden“, berichtet Schwarz. Auch hier können die Schüler seit Ende des vergangenen Jahres ihr Mittagessen am Bestellterminal oder sogar ganz bequem von zu Hause aus via Internet bestellen. Für die Eltern bietet dies zudem eine bessere Steuerungsmöglichkeit, darauf zu achten, wo und was ihr Kind isst. Außerdem kann jeder Schüler beim Geldinstitut seiner Wahl bleiben. Falls kein eigenes Konto vorhanden ist, stellt die Hausbank auch eine zweite GeldKarte auf das vorhandene Konto der Eltern aus. Danach muss die

GeldKarte nur noch einmal am Terminal der Schule oder im Internet registriert werden. Schwarz erklärt, eines sei für alle Beteiligten besonders wichtig gewesen: Keine Erhöhung der Essenspreise – die Kosten für das System trage zu 100 Prozent die Stadt.

Auch am Gymnasium der Stadt kommt die GeldKarte jetzt beim Bezahlen zum Einsatz. Allerdings kann auch hier weiterhin mit Bargeld gezahlt werden. Dennoch „liegen die Zahlungen mit GeldKarte bei gut 30 Prozent“, so die Einschätzung der Volksbank. Damit auch alles in der Praxis reibungslos ablaufen konnte, besuchte Torsten Schwarz jede Schule vier Wochen lang in jeder Mittagspause. „Da baut man schon ein enges Verhältnis zu den Schülern auf, die mich wirklich mit vielen Fragen gelöchert haben.“

Insgesamt zeigt das Beispiel auf positive Weise, dass die Einführung von Qualitätsstandards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung in der Schulverpflegung gelingen kann, wenn alle Beteiligten das gleiche Ziel verfolgen und gemeinsam an der erfolgreichen Umsetzung arbeiten.

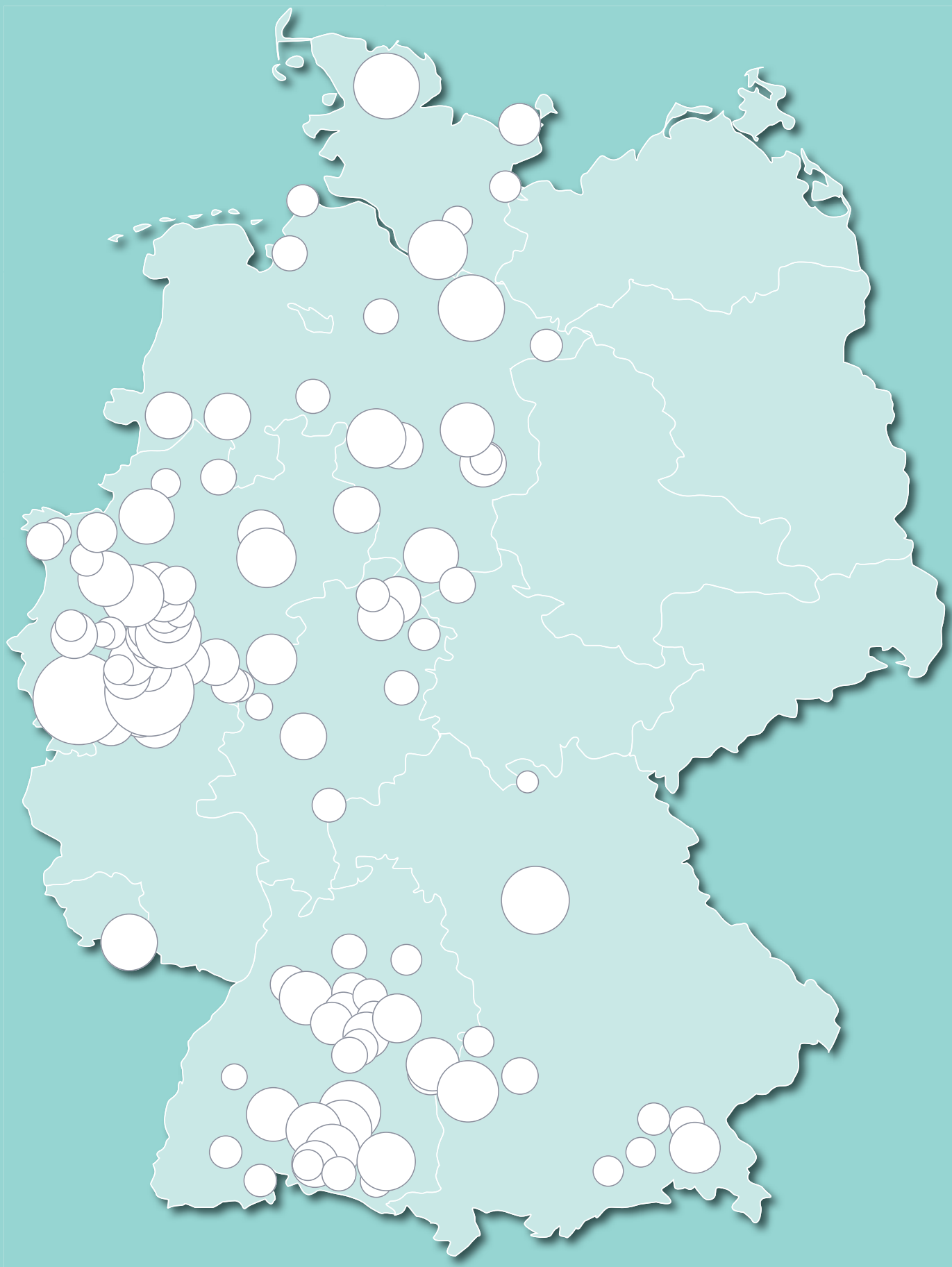
Wir wünschen den Schülern in Plochingen weiterhin guten Appetit mit der GeldKarte! ■

Der Einsatz hat sich gelohnt

GeldKarte macht deutschlandweit Schule

Seit 2007 setzt sich die Initiative GeldKarte für den Einsatz der GeldKarte in Schulmensen ein. Das Ergebnis: Von Traunstein im Alpenvorland bis Ratekau im hohen Norden – die GeldKarte wird mittlerweile deutschlandweit an über 380 Schulen zum Bezahlen von Mittagessen, Getränken und Pausensnacks eingesetzt. Spitzenreiter mit einem dichten Netz von GeldKarte-Schulen ist die Großregion Köln-Bonn mit 42 Schulen, gefolgt vom Stuttgarter Raum mit 20 Schulen. Auch in Hessen und Niedersachsen holen sich inzwischen viele Schüler ihre Mahlzeit an der Essensausgabe ohne lange Warteschlangen ab.

Besonders auffällig ist, dass sich die GeldKarte hauptsächlich an Schulen in den alten Bundesländern etabliert hat. Denn im Osten wurde schon seit Jahrzehnten auf Mittagsverpflegung in der Schule gesetzt. Nach der Wiedervereinigung wurden die vorhandenen Versorgungssysteme weiter ausgebaut und die bereits etablierten Strukturen mit eigenen Bestell- und Abrechnungssystemen blieben erhalten. Eine große Rolle spielt außerdem die Tatsache, dass die Versorgung mit Ganztagsplätzen in den östlichen Flächenländern gewährleistet ist. Hier haben die westlichen Bundesländer Nachholbedarf und investieren nun stark in den Neubau von Schulmensen. Es darf daher damit gerechnet werden, dass auch in diesem Jahr zahlreiche Schulen das moderne Bezahlen mit GeldKarte in ihrer Schulkantine einführen werden. ■



Mehr als nur ein Ort zum Essen!

Studie Schulverpflegung zeigt Bedeutung der Mensa als Gemeinschaftsort

Deutschlandweit machen sich Schulen fit für neue Anforderungen. Vor allem Mensen werden vielerorts gebaut. Denn Nachmittagsunterricht wird für die Kinder immer mehr zur Regel. Damit die Schüler auch nach der 6. Stunde noch fit für den Unterricht sind, ist eine gute Mahlzeit unerlässlich. Erste Anlaufstelle ist da die Schulmensa. Grund für die Initiative GeldKarte e.V. herauszufinden, wie die Schulverpflegung bei den Kindern ankommt. In einer repräsentativen Studie von EARSandEYES ließ die Initiative daher im Juni 2011 deutschlandweit 300 Schüler zu dem Thema befragen.

Mensa bei den Schülern beliebt

Bei den Kindern ist der Mittagstisch in der Mensa beliebt. Knapp die Hälfte (48 Prozent) geben an, dass ihnen das Essen gut schmeckt. 50 Prozent freuen sich über das abwechslungsreiche Angebot. Zudem bietet die Mensa eine gesunde Alternative zum Snack am Kiosk nebenan. Die

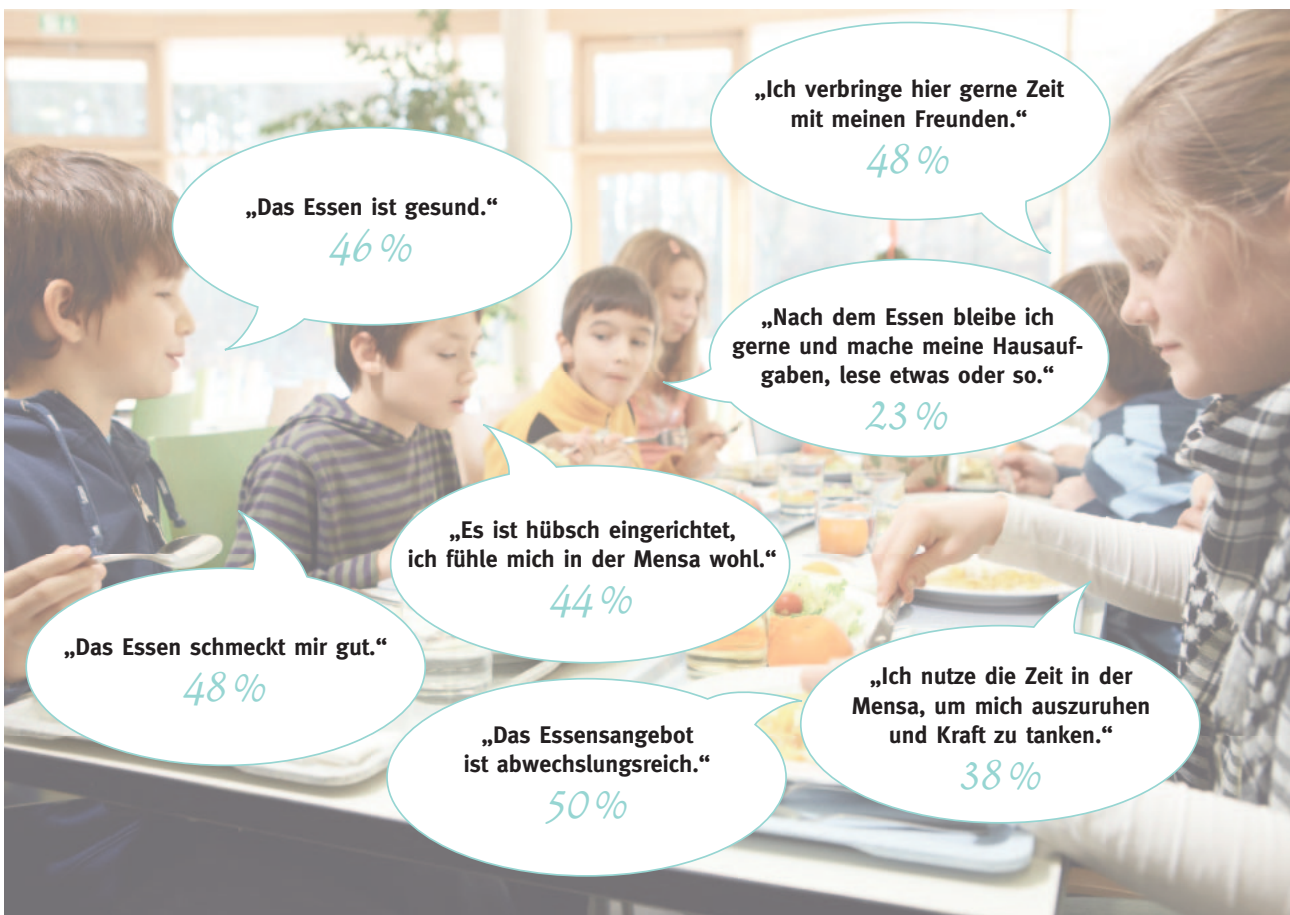
Hälfte der Sprösslinge gibt zu, am Kiosk eher zu Naschereien zu greifen. Nur 30 Prozent glauben dort genauso gesund zu essen wie in der Schule. Für viele Kinder ist die Mensa dabei mehr als nur ein Ort, an dem sie ihr Mittagessen bekommen. 44 Prozent finden, dass ihre Mensa hübsch eingerichtet ist. Jedes zweite Kind verbringt dort gern Zeit mit Freunden. Auch um Kraft zu tanken und sich auszuruhen, mögen viele die Mensa (38 Prozent). Fast ein Viertel (23 Prozent) bleibt nach dem Essen in der Mensa, um Hausaufgaben zu machen oder zu lesen.

Bargeldlos in die Schule

Um den Andrang auf die Mensen schnell und unkompliziert meistern zu können, nutzen viele Schulen schon jetzt bargeldlose Bezahlssysteme. In über 380 Bildungseinrichtungen ist die GeldKarte der Deutschen Kreditwirtschaft im Einsatz. Damit lernen die Kinder im behüteten Umfeld der Schule



Schüler, die ihre Mensa nutzen, finden:



Befragt wurden 300 Schülerinnen und Schüler im Alter von 12–19 Jahren. Quelle: Initiative GeldKarte e.V.

mit elektronischem Geld umzugehen. Weil die GeldKarte ein Prepaid-System ist, können sie dabei nur Guthaben ausgeben, das zuvor auf den Chip geladen wurde.

Vorteile für die Kinder

Bargeldlos bekommen die Kinder mittags schneller ihre Mahlzeit überreicht. Ohne Kramen nach den richtigen Münzen werden die Abläufe deutlich beschleunigt. Hektik kommt dabei nicht auf. Das bedeutet mehr Zeit in der Pause, die die Kinder zum Erholen nutzen können. Zudem ist die Karte hygienischer als Bargeld. Nur das Kind selbst hat die eigene GeldKarte beim Bezahlen in der Hand. Auch die Sicherheit auf dem Schulhof kann verbessert werden. Fast ein Viertel der Befragten (23 Prozent) hatte schon mal Probleme mit Bargeld auf dem Schulhof. Sie gaben an, dass sie schon einmal um ihr Mittagsgeld angeschnorrt, erpresst oder bestohlen wurden.

Diskrete Subventionierung

Besonders profitieren Kinder aus sozial schwächeren Familien. Laut Umfrage erhalten immerhin 20 Prozent das Schulessen vergünstigt. Ihr Mittagessen kann mit der GeldKarte diskret bezuschusst werden. Anfangs muss sich das Kind mit seiner GeldKarte lediglich in der Schule registrieren. Fortan zahlt der Schüler einen niedrigeren Preis, ohne dass dies für Mitschüler, Lehrer und Mensapersonal ersichtlich ist. Angezeigt wird stets der Normalpreis. So wird Stigmatisierung in der Schule vorgebeugt.

Kartenzahlung punktet bei den Schülern

Die Kinder wissen diese Vorteile zu schätzen. 45 Prozent zahlen gerne mit Karte. Bei vier von zehn Schülern hat sie einen festen Platz im Mäppchen. Jeder Vierte findet seine Karte sogar richtig cool. ■

Modernes Parken

Bargeldloses Bezahlen entwickelt sich positiv – ein Gastbeitrag von Gerhard Trost-Heutmekers

Die Welt der bargeldlosen Bezahlssysteme unterliegt derzeit einem starken Wandel. In ganz Europa und damit auch in Deutschland findet der Wechsel vom Magnetstreifen hin zur Verarbeitung über den EMV-Chip statt. Diese EMV-Technologie (Chip- & Pin-Verarbeitung) entwickelt sich immer mehr zum Standard und wird schon heute in vielen europäischen Ländern eingefordert. Der neueste benutzerfreundliche Trend in diesem Segment ist die kontaktlose Verarbeitung von Kredit- und Debitkarten wie z. B. MasterCard PayPass oder Visa payWave sowie der kontaktlosen GeldKarte girogo.

Neben diesem Trend werden für das Parkhaus aber auch die Bereiche eCommerce und mobile Applikationen immer wichtiger. Die zukünftige Generation der Parkhausnutzer wächst mit diesen Technologien auf und wird das Smartphone mit Internetzugang zum Bezahlen so selbstverständlich nutzen wie andere Generationen das Bargeld. Nur wer hier den richtigen Mix von bargeldlosen Zahlungsmöglichkeiten anbietet, wird künftig Kunden für sein Parkhaus gewinnen.

Diese neuen Möglichkeiten der bargeldlosen Bezahlung setzen im ersten Schritt eine aktive Mitarbeit der Parkraumbetreiber

voraus. Die Akzeptanz ist von verschiedenen Regularien und Zulassungen geprägt, die eingehalten werden müssen. Diese komplexen Sicherheitsanforderungen im Zahlungsverkehr machen ein Umdenken in der Parkhausbranche erforderlich. Die bisherige, einfache Offline-Verarbeitung über den Magnetstreifen gehört der Vergangenheit an. Investitionen in die neuen Technologien, allen voran die Chip- & Pin-Verarbeitung, sind unumgänglich, um weiterhin eine breite Akzeptanz von Zahlkarten gewährleisten zu können. Die neuen kontaktlosen Zahlarten ohne PIN sind wegen der einfachen Nutzung besonders für die Parkhausbranche interessant und bieten einen attraktiven Mehrwert.

Hier sind die Kartenherausgeber gefragt: Ein einheitlicher Standard ist notwendig, der auch die Parkhausbranche mit ihren speziellen Anforderungen wie das Ein- und Ausfahren mit der Kreditkarte unterstützt.

Wenn alle beteiligten Parteien gemeinsam an einem Strang ziehen, wird sich der bargeldlose Zahlungsverkehr auch im Bereich Parken weiter positiv entwickeln und damit auch die neuen Technologien unterstützen. ■

Parken mit der GeldKarte:

- ✓ **Etabliert:** Parken ist einer der ersten Einsatzbereiche der GeldKarte, denn bereits 1999 haben erste Parkhäuser auf sie gesetzt.
- ✓ **Beliebt:** Laut Allensbachs-Studie zahlen seit 2006 rund 33 % der GeldKarte-Nutzer ihre Parkgebühren via GeldKarte – egal ob im Parkhaus oder am Automaten auf der Straße.
- ✓ **Modern:** Die Kombination Parken + Stromtanken ist bereits in Frankfurt und Berlin mit der GeldKarte möglich.



Biografie Gerhard Trost-Heutmekers

Seit 1992 Geschäftsführer des heutigen Bundesverbands Parken e.V. und der European Parking Association

Studium der Rechtswissenschaft, nach Abschluss des 2. Staatsexamens einige Jahre als Rechtsanwalt tätig

Bundesverband Parken e.V.
Tel.: 0221 257 10 16, Fax: 0221 257 10 19
gth@parken.de, www.parken.de





In guter Gesellschaft

Wie die GeldKarte in Jena Stigmatisierung und Ausgrenzung vorbeugt

Der aktuelle Bericht der Vereinten Nationen aus dem Jahr 2011 nimmt das Deutsche Sozialsystem in die Mangel. Demnach gehe jedes vierte Kind ohne Frühstück in die Schule. Hierzulande sind laut „Kinderreport 2010“ rund drei Millionen Kinder von Armut betroffen. Doch nicht nur die Kinderarmut stellt Deutschlands Kommunen vor große soziale und finanzielle Herausforderungen. Etwa 5 Millionen Menschen erhalten derzeit soziale Transferleistungen – Tendenz steigend. Neben finanzieller Armut leiden Betroffene häufig an geringerer gesellschaftlicher und kultureller Teilhabe. Mal eben ins Kino, ins Schwimmbad oder ein neuer Schulranzen sind nicht finanzierbar. Um die Situation sozial schwacher Familien zu verbessern, engagieren sich viele Städte, Sozialverbände oder gemeinnützige Organisationen. Sie geben eigene Familienkarten, Rabattausweise oder Gutscheine, die vergünstigte Schulmaterialien oder Mensaessen, aber auch Tickets für Kultur- und Freizeiteinrichtungen ermöglichen, an die Betroffenen aus.

Doch wie können soziale Subventionen einfach und vor allem diskret gewährt werden, ohne dass die Empfänger stigmatisiert werden? Eine Frage, die sich auch die Stadt Jena in Thüringen gestellt hat. Dort gibt es seit 2009 die „JenaBonus“-Karte, die auf das GeldKarte-Bezahlsystem setzt. Empfänger sozialer Leistungen erhalten zweckgebundene Ermäßigungen in Form eines Punkteguthabens für den Öffentlichen Nahverkehr. Mit der Chipkarte der Deutschen Kreditwirtschaft, die über 89 Millionen Menschen schon in der Tasche haben, erhalten die Karteninhaber um die Hälfte günstigere Tickets für die öffentlichen Verkehrsmittel. Die Differenz zahlt die Stadt. Aber auch Kinder und Jugendliche profitieren von der Sozialkarte: Sie erhalten in der Schule oder der Kita ein kostenloses Mittagessen.

Die Vergünstigungen werden kostenlos in Form eines Punkteguthabens im Wert von 120 Euro auf dem GeldKarte-Chip des Leistungsempfängers gespeichert. Dazu muss sich der Berechtigte einmalig beim Bürgeramt der Stadt Jena

mit der Chip-ID seiner girocard registrieren. Alternativ kann auf dem Bürgeramt auch eine kontoungebundene White Card für fünf Euro erworben werden. Anschließend können Nutzer oder Träger der Subventionen das Guthaben an speziellen Ladeterminals auf den GeldKarte-Chip aufspielen. Beim Bezahlen in der am Subventionssystem teilnehmenden Einrichtung wird die GeldKarte in ein Bezahlterminal oder einen Kartenleser gesteckt. Erkennt das Terminal die Identifikationsnummer des GeldKarte-Chips, bucht es den ermäßigten Preis bzw. „Null Euro“ vom Guthabens ab. „Das System funktioniert sehr gut und ist vor allem für die Zielgruppe ein emotionaler Fortschritt, da durch die GeldKarte Zuschüsse ganz anonym gewährt werden können“, erläutert Olaf Schroth, Leiter des Fachbereichs Bürgerdienste in Jena, die Vorteile des Chips.

Die finanzielle Unterstützung läuft diskret ab und unterscheidet sich kaum von üblichen Zahlungsmethoden. Mit der Chipkarte können Sozialgutscheine für verschiedene Leistungen einfach und unauffällig angeboten werden. „Das bargeldlose Bezahlsystem mit der GeldKarte bietet eine Lösung, die den Kommunen viel Gestaltungsspielraum bei der technischen Umsetzung lässt“, erklärt Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e.V. Neben der Nutzung des Chips auf den girocards der Banken und Sparkassen bieten so genannte White Cards eine kontounabhängige Lösung. Damit ist garantiert, dass jeder Leistungsempfänger – auch der ohne eigenes Bankkonto – gleichermaßen versorgt werden kann.

Dabei greift das GeldKarte-Bezahlsystem auf eine bewährte, sichere Technologie mit etablierter Infrastruktur zurück. Denn in vielen Kommunen zahlen die Bürger Parkscheine oder Bustickets bereits mit dem Chip und sind an den Umgang mit dem Kleingeldersatz gewöhnt. In Jena gibt es derzeit etwa 5.500 Jenapass-Inhaber, darunter 1.000 Kinder. „Künftig soll das Bonussystem auf weitere Bereiche ausgedehnt werden“, sagt Finanzdezernent Frank Jauch. Gedacht sei beispielsweise an Kultur- und Freizeitangebote. ■



Neuigkeiten rund um den Chip

19. OMNICARD in Berlin

Vom 17. bis 19. Januar 2012 traf sich in Berlin die Smartcard-Branche zum 19. Mal auf der OMNICARD. Zentrales Thema der „world of smart ID solutions“ war in diesem Jahr die Identifikation von Personen und Dingen. Im Großen Forum „Neue Zahlungsverfahren“ informierte Ingo Limburg (EURO Kartensysteme) zusammen mit Sheri Brandon (Oberthur Technologies) und Dr.-Ing. Rüdiger Mock-Hecker (Deutscher Sparkassenverlag) über technische Entwicklungen und die kontaktlose Zukunft des Bezahls mit Karten und Mobiltelefonen. Die Initiative GeldKarte e.V. war auch 2012 wieder als Partner der OMNICARD mit in der Hauptstadt.

Forum GeldKarte und Chip-Zusatzanwendungen bei XING

Wie vernetzt sind Sie? Im Business-Netzwerk XING sind viele Mitglieder der Initiative GeldKarte e.V. bereits vertreten. Auch die GeldKarte ist fester Bestandteil von XING. Im Forum GeldKarte und Chip-Zusatzanwendungen bietet die EURO Kartensysteme GmbH Chip-Begeisterten die Möglichkeit sich mit Spezialisten in Sachen GeldKarte auszutauschen. Mitglieder können über den goldenen Chip im Einsatz in den Bereichen Automaten, Internet, Einzelhandel, Veranstaltungsmanagement, eTicketing, eGovernment etc. diskutieren.

Jahreszahlen GeldKarte

Mehr als 125 Millionen Euro bezahlten die Verbraucher in Deutschland 2011 mit der GeldKarte. Das geht aus der Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft hervor. Durchschnittlich beglichen die Kunden Bonsummen von 3,03 Euro mit dem Chip. Der gesamte Ladebetrag lag im vergangenen Jahr bei über 148 Millionen Euro. Nutzer des goldenen Chips setzen ihr Guthaben besonders häufig beim Parken im Parkhaus und am Parkautomaten ein. Auch Raucher setzen auf die GeldKarte: Häufig wird sie hier gemeinsam mit der Altersverifikation genutzt. Immer häufiger kommt die GeldKarte auch in der Schulverpflegung zum Einsatz.

cyberJack RFID: Zertifizierung durch BSI

Der cyberJack RFID komfort von REINER SCT wurde vom Bundesamt für Sicherheit als weltweit erster Komfortleser zertifiziert. Das Gerät ist damit auf der höchsten Stufe der Chipkartenleser für den neuen Personalausweis (nPa). Mit ihm kann künftig auch die rechtskräftige, elektronische Signatur (eSign) genutzt werden. Der cyberJack RFID komfort eignet sich zur Nutzung kontaktbehäfteter wie kontaktloser Karten, wie dem neuen Personalausweis, eTickets und der GeldKarte mit Kontaktlos-Technologie sowie girogo.

Die Initiative GeldKarte auf der CeBIT

Vom 06. bis 10. März 2012 öffnete in Hannover wieder die CeBIT ihre Pforten für Besucher aus nah und fern. In seinem 27. Jahr zog der international wichtigste Branchentreff für digitale Lösungen zahlreiche Besucher aus Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlicher Verwaltung ebenso an wie interessierte Privatpersonen. Bei mehr als 4.200 Ausstellern informierten sie sich über aktuelle Trends und Entwicklungen der Branche. Leitmotiv der CeBIT war 2012 das Thema „Managing Trust“. Auch die Initiative GeldKarte e.V. war über ihre Mitglieder auf der CeBIT vertreten. Vor Ort präsentierten REINER SCT und KOBIL Systems ihre Produkte, Innovationen und Lösungen.

Zollernalb-Klinikum: Patienten, Mitarbeiter und Besucher zahlen mit dem goldenen Chip

In den beiden Klinikgebäuden des Zollernalb-Klinikums in Balingen und Albstadt ist die GeldKarte seit Anfang dieses Jahres exklusives Zahlungsmittel für Patienten, Mitarbeiter und Besucher. In den Häusern gibt es je ein Bezahlterminal und ein bzw. zwei Ladeterminals. Für Besucher der Cafeteria, die keine eigene GeldKarte haben, stehen kontoungebundene White Cards zur Verfügung. Umgesetzt hat das Projekt das Zollernalb-Klinikum in Zusammenarbeit mit der Volksbank Balingen und dem Softwarehersteller Contidata.

Initiative-Mitglieder präsentieren die GeldKarte als Bildungschipkarte

Im Rahmen einer Informationsveranstaltung zu Chipkartensystemen beim Bildungs- und Teilhabepaket des Niedersächsischen Ministeriums für Soziales, Frauen, Familie, Gesundheit und Integration am 6. März 2012 konnten Anbieter ihre Lösungen vorstellen. Die Vorzüge der GeldKarte präsentierten die Initiative-Mitglieder S-CARD Service und EDV-Service Schaupp. Das Bildungs- und Teilhabepaket verspricht Kindern und jungen Erwachsenen aus einkommensschwachen Familien Unterstützung, vorwiegend durch Sach- und Dienstleistungen. Kinder erhalten damit Zuschüsse etwa zur Mittagsverpflegung in der Schule, für Nachhilfeunterricht oder auch für außerschulische Aktivitäten. Damit die Mittel auch ihr Ziel finden, favorisiert Bundesministerin Ursula von der Leyen eine chipkartenbasierte Umsetzung.

GeldKarte erstmals auf dem Green & Blue Festival

Das Green & Blue Festival ist das Event für Techno-Fans aus Frankfurt, Deutschland und Europa. Die Party in Obertshausen bei Frankfurt fand 2011 zum 9. Mal statt. Bis zu 10.000 Gäste erwartete der Veranstalter, die Cocoon GmbH, auf dem Areal des alten Waldschwimmbads. Bezahlt wurde zum ersten Mal mit der GeldKarte. Bei der zwölfstündigen Party musste der Chip der Deutschen Kreditwirtschaft seine Leistungsfähigkeit im Dauereinsatz unter Beweis stellen und bewährte sich. Auch im Jahr 2012 will der Veranstalter Cocoon auf die Zahlung mit GeldKarte bei verschiedenen Veranstaltungen setzen.

Allensbach-Umfrage zeigt Potenziale

Die 2011 durchgeführte Umfrage zur GeldKarte des Instituts für Demoskopie Allensbach bescheinigt dem goldenen Chip soziale Kompetenz. So unterstützt die Mehrheit der Bevölkerung die Idee der Bildungschipkarte und hält die GeldKarte für ein passendes Medium. Auch Jugendschutz ist in Deutschland ein wichtiges Thema. Großen Zuspruch findet demnach auch die Altersverifikation mit Chip. Zum ersten Mal wurden von den Befragten auch Sportstätten und Veranstaltungshallen als Einsatzorte genannt. Auf Anhieb landete der Event-Bereich auf Platz fünf der Beliebtheit. Große Zukunftschancen bescheinigen die Befragten vor allem dem kontaktlosen Zahlen: Obwohl zum Zeitpunkt der Befragung 78 Prozent zum ersten Mal von der kontaktlosen Bezahlmöglichkeit mit der GeldKarte hörten, gaben 46 Prozent an, das sie sich diese Art zu bezahlen vorstellen können. Befragt worden waren knapp 1.800 Personen in Deutschland.

didacta: Die GeldKarte präsentiert sich

Mit einem neuen Ausstellerrekord empfiehlt sich die didacta 2012 als eine der wichtigsten Bildungsmessen. Insgesamt 875 Aussteller boten sowohl interessierten Besuchern als auch dem Fachpublikum einen Einblick in Trends und aktuelle Angebote zum Thema Bildung. In zahlreichen Sonderschauen zeigten sie die neuesten Entwicklungen in Schulverpflegung, digitalem Klassenzimmer und nachhaltiger Entwicklung. Auch die Initiative-Mitglieder Akcay-Schwarz Consulting und GiroWeb Nord waren vertreten. Sie stellten ihre Produktlösungen für die Einbindung von Informationstechnologien im Lehrbetrieb bzw. das bargeldlose Abrechnungssystem GeldKarte in der Mensa vor.

GeldKarte rockt auf dem Hurricane Festival

Dass die GeldKarte auch rocken kann, hat sie auf dem 15. Hurricane Festival in Scheeßel erneut unter Beweis gestellt. Vom 17. bis 19. Juni 2011 wurde gefeiert, was die Lautsprecher hergaben. Ein Großaufgebot an internationalen Stars unterhielt die 70.000 Fans. Für reibungslose Abläufe an den Imbiss-Ständen sorgte bereits zum zweiten Mal die GeldKarte. Die Fans profitierten mit der Hurricane Festivalcard nicht nur von kürzeren Schlangen und deutlich reduzierter Wartezeit an den Verkaufsständen. Wer mit der Festivalcard bezahlte, konnte zudem Geld sparen: 30 Cent günstiger war beispielsweise ein Bier, wenn es mit Chip bezahlt wurde.

1. FC Ingolstadt 04: Platzverweis für lange Schlangen

Mit Beginn der Saison 2012/13 profitieren die Fans des 1. FC Ingolstadt 04 auch bei Einlass und Bezahlung im Audi-Sportpark vom Engagement ihres Vereins für die Fans. Denn dann startet im Ingolstädter Heimstadion die Ära der FC 04 FanKarte auf Basis von girogo, der neuen kontaktlosen Bezahlungsfunktion der Deutschen Kreditwirtschaft. Fans bezahlen ab der neuen Saison Snacks, Getränke und Fanartikel im Audi-Sportpark mit der eigenen Stadionkarte, die zugleich als Dauerkarte und Mitgliedsausweis dient. Herausgegeben wird die FC 04 FanKarte vom Verein zusammen mit der Sparkasse Ingolstadt.

EHI-Studie zeigt: Händler sehen Potenzial für kontaktloses Zahlen

Laut der Umfrage „Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2010“ des EHI Retail Institutes beendet die Kartenzahlung in Deutschland langsam ihr Schattendasein. Befragt wurden 448 Einzelhandelsunternehmen in Deutschland, die in Summe 53,5 Prozent des deutschen Einzelhandelsumsatzes verzeichnen. Unter ihnen wurden 2010 nur noch 58,4 Prozent des Umsatzes mit Barzahlung beglichen. Vor 15 Jahren lag dieser Wert noch bei über 75 Prozent. Die Zukunft sehen die Einzelhändler dabei in kontaktloser Bezahlung. Diese verkürzt für Kunden die Wartezeiten an den Kassen und erlaubt höhere Umsätze für die Händler. Kurz- bis mittelfristig denkt etwa ein Drittel der Studienteilnehmer über die Einführung kontaktloser Bezahlung in ihrem Unternehmen nach. Die GeldKarte mit Kontaktlos-Technologie ist damit schon jetzt fit für die Zukunft. ■

Impressum

Herausgeber

Initiative GeldKarte e.V.

V.i.S.d.P.

Ingo Limburg

Kontakt

c/o ADVICE PARTNERS GmbH,
Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin
Telefon: 030 – 2123422-71
Fax: 030 – 2123422-99
E-Mail: sarah.preiss@Initiative-GeldKarte.de
Web: www.Initiative-GeldKarte.de

Redaktion

Sandra Schubert, Nicole Heyder, Sarah Preiss,
Joana Biker, Nina Baum

Gastautoren

PD Dr. Key Pousttchi, Laura Becker,
Universität Augsburg;
Uwe Schummer, MdB;
Gerhard Trost-Heutmekers,
Bundesverband Parken e.V.

Bildnachweis

arindambanerjee/Shutterstock.com

Anzeigen

Nina Baum

Konzeption & Gestaltung

double com GmbH
Bleibtreustr. 5a
81479 München

Produktion/Druck

SPARKS PRODUCTION, München

Auflage

2.500

ProChip erscheint jährlich mit
einer Schutzgebühr von 7,50 Euro.

Gute Karten – Chiptechnologie im Aufwind

Die Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte zeigte Innovationen für eine digitale Zukunft

Ob als Familienpass für soziale Subventionen, an Stromtanksäulen für Elektroautos oder zur kontaktlosen Bezahlung – die Chiptechnologie ist gefragter denn je. Welche Innovationen künftig zum Alltag gehören könnten und welche Vorteile sie für den Standort Deutschland mit sich bringen, diskutierten Vertreter aus Politik und Wirtschaft am 22. März 2011 auf der sechsten Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte e.V. in Berlin.

Die Deutsche Kreditwirtschaft treibt mit ihrer Chipkarte Innovationen und Leuchtturmprojekte voran. „Mit den neuen Einsatzmöglichkeiten blicken wir optimistisch in eine chiptechnologische Zukunft“, erklärte Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e.V. So bieten Chipkarten eine flexible Lösung für die Unterstützung sozial schwacher Kinder. Kommunen sind künftig für die Umsetzung von Bildungshilfen zuständig und sollen Kinder dabei unterstützen an Sport- und Musikangeboten oder einem Schulmittagessen teilnehmen zu können. „Chiptechnologie kann mithelfen, dass nötige staatliche Hilfe unbürokratisch dort ankommt, wo sie tatsächlich gebraucht wird. Denn mit der GeldKarte können unterschiedlichste Leistungen bezahlt und auch diskret bezuschusst werden“, so Elisabeth Winkelmeier-Becker, Mitglied der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, in ihrer Keynote.

Die kontaktlose Herausforderung

Die kontaktlose Bezahlmöglichkeit mit der GeldKarte bedeutet für die Chiptechnologie in Deutschland einen weiteren Entwicklungssprung. Die neue Funktechnologie leistet einen Beitrag, die bargeldlose Bezahlung zu verstärken und so die Volkswirtschaft von den Kosten des Bargeldaufkommens zu entlasten. Nach und nach werden die girocards auch mit der Kontaktlos-Funktion ausgestattet und die elektronische Zahlung wird weiter vereinfacht. „Die kontaktlose Kartentechnik könnte in den nächsten drei bis fünf Jahren den Durchbruch im Kleinpreisbereich schaffen.“: Diese These stellte Joachim Fontaine vom Bundesverband Deutscher Banken auf, dem federführenden Institut der Deutschen Kreditwirtschaft zur Zeit der Jahrestagung. „In zehn Jahren könnten bereits alle Karten eine kontaktlose Schnittstelle haben“, so Fontaine weiter. Über die Chancen, die solch eine Entwicklung dem Standort Deutschland bietet, und über die Bedeutung der Chiptechnologie generell diskutierte abschließend Dr. Joachim Reichert, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, mit dem Publikum.

Fazit des Abends: Im digitalen Deutschland führt kaum ein Weg mehr vorbei am Chip. Die GeldKarte bietet durch ihre sieben Funktionen – Bezahlung, Altersverifikation, Online-Banking, elektronische Signatur, Ticket, Fahrschein und Bonuspunktesystem – großes Potenzial, um die Einsatzbereiche stetig zu erweitern. Dabei werden nicht nur die Bürger im Alltag unterstützt, sondern auch die deutsche Wirtschaft von den Kosten der Bargeldzahlung entlastet. ■

Projekte & Aktuelles



Zusammen stark

Die Neuzugänge der Initiative GeldKarte



Akcay-Schwarz Consulting GmbH

Mit der **Akcay-Schwarz Consulting GmbH** kann die Initiative GeldKarte e.V. einen Spezialisten für Organisationslösungen und automatisierte IT-Infrastrukturen an Schulen in ihren Reihen begrüßen. Seit mehr als 19 Jahren bietet die **Akcay-Schwarz Consulting GmbH** ganzheitliche Knowledge- und eLearning-Lösungen – von Lernportalen, Content-Management-Systemen und Autorenwerkzeugen über Virtuelle Klassenzimmer bis zur IP-Telefonie, Videoconferencing und Internet-TV. Die Kernkompetenz von asconsulting liegt dabei in der Strategie zu zentralen Wissens- und Informationsprozessen einschließlich ihrer webbasierten Realisierung. Die GeldKarte bietet als elektronische Multifunktionskarte interessante Synergien. Die **Akcay-Schwarz Consulting GmbH** führt die duale Interface-Chipkarte der deutschen Kreditwirtschaft als Schülersausweis, Buskarte, Bibliothekskarte, Zugangsberechtigung, Authentifizierungslösung, Bildungskarte oder Bezahlösung für die Schulmensa in ihrem Portfolio.

brandmission

Mit **brandmission** reiht sich kreatives Potenzial in den Kreis der Initiative GeldKarte e.V. ein. Die Kreativagentur für Kommunikation und Design unterstützt die EURO Kartensysteme GmbH beim Marketing für girogo, der neuen kontaktlosen Bezahlösung der Deutschen Kreditwirtschaft. Bereits seit der Entwicklung der neuen Marke girogo sind die Frankfurter mit an Bord. Jetzt setzen sie sich gemeinsam mit uns für den Chip im Alltag ein.

brandmission

DBS Projektsteuerung GmbH

Neu im Kreis der Initiative GeldKarte e.V. ist die **DBS Projektsteuerung GmbH**. Das 1993 gegründete Systemhaus ist Dienstleister für technische und praktische Versorgungsprozesse der Gemeinschaftsgastronomie. Als Full-Service-Provider bietet das Unternehmen seinen Kunden alles vom Catering über das Aufstellen und Befüllen von Vending-Automaten bis hin zum Kassensystem. Dabei ist die GeldKarte als bargeldloses Abrechnungssystem natürlich im Portfolio des Hannoveranischen Betriebs enthalten. Auf die Leistung der 170 Mitarbeiter der **DBS Projektsteuerung GmbH** vertrauen zahlreiche namhafte Kunden wie VW, Continental oder Allianz.



FEIG ELECTRONIC

Die **FEIG ELECTRONIC GmbH** ist neuer Partner im Unterstützerkreis der Initiative GeldKarte e.V. Das hessische Unternehmen ist Spezialist für berührungslose Identifikation (RFID), Steuerungselektronik und Verkehrssensorik. FEIG-Produkte und Komponenten finden Einsatz in vielfältigen Bereichen von Bibliotheken, Prozess- und Fertigungssteuerung und Supply Chains bis hin zum Medizinbereich. Darüber hinaus bietet **FEIG ELECTRONIC** Lesegeräte für eTicket- und ePayment-Applikationen, den neuen Personalausweis und natürlich auch für die GeldKarte. Auch girogo ist bei **FEIG ELECTRONIC** bestens aufgehoben: Für die neue kontaktlose Bezahlösung der Deutschen Kreditwirtschaft bietet das Unternehmen EMV-zertifizierte Lesegeräte zur Integration in Automaten und Bezahlterminals.

OPC® cardsystems GmbH

Die Initiative GeldKarte e.V. begrüßt mit der **OPC® cardsystems GmbH** den europäischen Marktführer für bargeldlose Zahlungs- und Organisationssysteme im Freizeitbereich als neues Mitglied. Seit 1990 beschäftigt sich das Unternehmen intensiv mit der Entwicklung innovativer Kartentechnologien und zählt inzwischen über 1.500 Installationen. Auf die Erfahrung der **OPC® cardsystems GmbH** vertraut auch die Sparkasse Trier. Seit 2009 setzt sie in allen drei Betriebsrestaurants und an den Vending-Automaten das OPC Payment System auf Basis der GeldKarte ein.





Volksbank Mittelhessen eG

Die Initiative GeldKarte e.V. heißt die mitgliederstärkste Volksbank in ihrer Mitte willkommen. Die **Volksbank Mittelhessen eG** ist seit ihrer Gründung im Jahr 1858 kontinuierlich sowohl aus eigener Kraft als auch durch Fusionen gewachsen. Als Volksbank ist sie genossenschaftlich organisiert und wird von ihren Mitgliedern getragen. Bei einer Bilanzsumme von 5.765 Millionen Euro sowie mit 1.510 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt sie zu den größten Genossenschaftsbanken Deutschlands. Im Interesse ihrer Kunden und ihrer 180.000 Mitglieder setzt sie sich als Premium-Partner der Initiative GeldKarte e.V. verstärkt für den goldenen Chip in der Region Mittelhessen ein.

WATROMA GmbH

Seit über 18 Jahren bietet die **WATROMA GmbH** eine individuelle, professionelle und wirtschaftliche Komplettlösung aus einer Hand für die Wäsche- und Textilpflege. Sie kümmert sich um Beratung, Planung, Verkauf, Montage sowie Kundendienst und betreut dabei viele Verwalter und Betreiber von Gemeinschaftswaschküchen. Um ihnen einen reibungslosen und schnellen Bezahlvorgang zu garantieren, bietet die **WATROMA GmbH** die technische Infrastruktur auf Basis der GeldKarte. Mit der bargeldlosen Bezahlung ist eine höhere Sicherheit und Schutz vor Vandalismus an unbeaufsichtigten Automaten und Geräten in allen öffentlich zugänglichen Waschküchen wie etwa in Waschsälen oder Wohnheimen gewährt. Der Betreiber profitiert durch Zeit- und Kostenersparnis, denn das teure Bargeldhandling entfällt. Dieses System überzeugt: Gemeinsam mit der Expertise des österreichischen Herstellerunternehmens Inform GmbH wurden bereits zahlreiche Projekte erfolgreich realisiert, wie beispielsweise in Wohnheimen des Berliner Studentenwerks oder im Leipziger Selbstbedienungs-Waschsalon WTM im Stadtteil Schönfeld.



VfL Wolfsburg Fußball GmbH



Die Initiative GeldKarte e.V. macht sich sportlich fit! Als neuer Partner setzt sich ab sofort die **VfL Wolfsburg Fußball GmbH** gemeinsam mit uns für den Chip im Alltag ein. Ab der Rückrunde der Fußball-Bundesliga-Saison 2012/13 profitieren auch die Wolfsburg-Fußball-Fans von diesem Engagement. Denn die Volkswagen Arena zählt im Rahmen des Pilotprojekts der Deutschen Kreditwirtschaft im Großraum Hannover, erweitert um die Städte Braunschweig und Wolfsburg, zu den Akzeptanzpartnern des kontaktlosen Bezahlers mit girogo.



Vertrauen in sichere Datenübertragung. Berührungslos und bequem mit FEIG.

Ob neuer Personalausweis (nPA) oder kontaktloses Bezahlen: RFID-Lesesysteme von FEIG stehen für beste Leistung, hohe Zuverlässigkeit und ausgezeichnetes Design, made in Germany.

- ...⇨ Basis-, Standard- und Komfortleser für den nPA
- ...⇨ Kontaktloses ePayment (EMV-Zertifizierung nach Level 1)
- ...⇨ Zahlreiche Readerplatinen mit und ohne SAM-Module für eTicketing-Applikationen
- ...⇨ Unterstützung von NFC-Applikationen

OBID® – RFID by FEIG ELECTRONIC



Herausforderungen annehmen!

Der Einsatz der GeldKarte in Städten und Gemeinden als elektronische Lösung für die Umsetzung politischer Herausforderungen



Städte und Gemeinden stehen in Zukunft vor großen Herausforderungen: Neben dem Ausbau der Infrastruktur gehören auch die Schaffung von Angeboten in den Bereichen Soziales, Sport, Kultur und Freizeit zu den zentralen kommunalen Aufgaben. Hinzu kommen die gestiegenen Erwartungen der Bürger, was die Flexibilität der Verwaltung betrifft. Dabei setzen viele Städte und Gemeinden auf den Einsatz von multifunktionalen Chipkarten, denn kaum eine Technologie hat das Alltagsleben so beeinflusst wie die der Karten. Die girocard inkl. GeldKarte-Chip hat fast jeder Bundesbürger in seiner Tasche. Neben der Möglichkeit der bargeldlosen Bezahlung, etwa an Automaten für Parkscheine und Fahrkarten für Bus und Bahn, nutzen Städte die GeldKarte auch als multifunktionale CityCard zum Sammeln von Bonuspunkten im Einzelhandel oder für zielgerichtete Zuschüsse an sozial schwache Bürger in Form elektronischer Gutscheine. Der Chip der Deutschen Kreditwirtschaft ist eine moderne Lösung für Bürger und Rathaus, um aktuelle gesellschaftliche und politische Herausforderungen zu meistern. Vom Bildungspaket über die Schulverpflegung bis hin zum Parkscheinautomaten, die GeldKarte als flexibles elektronisches System kann durch Logistik- und Kostenvorteile an vielen Stellen in Städten und Gemeinden eingesetzt werden.

Mit dem Chip in guter Gesellschaft

Immer wichtiger werden in vielen Städten und Gemeinden bei der Freizeitgestaltung Ermäßigungen und Subventionen für Kinder, Familien oder sozial Schwache. So zeigte der „Kinderreport Deutschland 2010“, dass rund drei

Millionen Kinder in Deutschland von Armut betroffen sind. Dabei spielen nicht nur rein finanzielle Aspekte, sondern vielmehr verringerte Möglichkeiten, sich in die Gesellschaft einzubringen, eine entscheidende Rolle. Dass an dieser Stelle Nachbesserungsbedarf besteht, machte auch das Urteil des Bundesverfassungsgerichts aus dem Jahr 2010 deutlich. Die Karlsruher Richter hatten eine Neuordnung der Grundsicherung verlangt. Nach der Entscheidung des Bundesrates werden nun Kommunen für die Bildungsförderung von Kindern aus sozial schwachen Familien zuständig sein. Die Kinder sollen stärker als bisher von Sport- und Musikangeboten und einem Schulmittagessen profitieren. Subventionen zum Beispiel aus dem Bildungspaket der Bundesregierung sind mit der Technik der GeldKarte diskret zu realisieren. Der Bundestagsabgeordnete Uwe Schummer hat mithilfe der Initiative GeldKarte e.V. in seinem Heimatwahlkreis Viersen das erste Pilotprojekt „Bildungschipkarte“ per GeldKarte-Chip initiiert (siehe hierzu S. 30/31).

Auch andere Kommunen bemühen sich bereits seit Jahren – oftmals in Zusammenarbeit mit karitativen Verbänden oder gemeinnützigen Vereinen –, ihren Bürgern eine größtmögliche Teilhabe am kulturellen Leben der Stadt zu ermöglichen. Ob der verbilligte Eintritt ins Schwimmbad, der kostenlose Museumsbesuch oder das bezuschusste Mittagessen in der Schulmensa: Viele Familien könnten sich ohne Subventionen die Angebote oft nicht leisten. Die GeldKarte bietet hier eine Technik, die die verschiedenen Subventionierungen unter einen Hut bringen kann. Bereits mit einem guten Beispiel voran geht die Stadt Jena in Thüringen. Dort gibt es seit 2009 in Kooperation mit



der Sparkasse Jena-Saale-Holzland die „JenaBonus“-Karte, mit der Empfänger sozialer Leistungen zweckgebunden Ermäßigungen in Form eines Punkteguthabens für den Öffentlichen Nahverkehr erhalten (siehe hierzu S. 43).

Mobilität und Umweltfreundlichkeit: unterwegs mit der Chipkarte

Elektromobilität wird künftig in großem Maße die Entwicklung nachhaltiger Verkehrssysteme beeinflussen. Nach dem „Nationalen Entwicklungsplan Elektromobilität“ der Bundesregierung sollen bis 2020 eine Million Elektroautos unterwegs sein. Dafür müssen Städte und Gemeinden genügend Ladesäulen zur Verfügung stellen. Einen ersten Schritt in diese Richtung hat die Stadt Berlin gemacht. Hier kann man an den ersten integrierten EnergieParken-Ladesäulen das Parken und das Stromtanken bequem miteinander verbinden. Diese wurden im Mai feierlich eingeweiht und bieten mit der GeldKarte-Funktion Autofahrern schon jetzt die Möglichkeit, Parken und Stromtanken komfortabel zu bezahlen.

Kontaktlos-Technologie bietet neue Möglichkeiten

Mit der Einführung der Kontaktlos-Technologie entstehen viele neue Einsatzbereiche, die nicht nur dem Bürger, sondern auch der Kommune zugutekommen können. Dabei ist die kontaktlose Bezahlung einfach und sicher zu handhaben und verkürzt den Bezahlprozess ganz erheblich. Erfolgreich eingesetzt wurde die Technik bereits in der Gastronomie,

in Unternehmenskantinen oder auf Großveranstaltungen. Gerade hier bietet das offene und weitverbreitete System der GeldKarte einen deutlichen Vorteil gegenüber anderen Micropayment-Bezahlsystemen. Das kontaktlose Bezahlen und auch die neuen Ladekonzepte haben sich bei den Leuchtturmprojekten bewährt. Erfolgreiche Pilotprojekte und die Etablierung des kontaktlosen Bezahlsystems auf Basis der Chip-Technologie der Deutschen Kreditwirtschaft sind in der Leverkusener BayArena oder der Coface-Arena in Mainz zu sehen.

So trägt die GeldKarte mit ihren vielen Einsatzmöglichkeiten nicht nur zur Schaffung einer übergreifenden Infrastruktur in den Städten und Gemeinden bei, sondern ermöglicht es vielen Bürgern im alltäglichen Leben schnell, einfach und sicher zu bezahlen. Sie schafft ein hohes Maß an Flexibilität und Lebensqualität. Egal, ob als CityCard zum Sammeln von Bonuspunkten, als Mitgliedsausweis im Stadion, als Rabattkarte für Familien und Kinder sowie zum Bezahlen von Parkscheinen oder dem Mittagessen in der Schule: Der goldene Chip der Deutschen Kreditwirtschaft ist ein Multifunktionstalent – eben ein Chip für alle Fälle. ■

Stiller Alarm

Neues Geldwäschegesetz tritt in Kraft – ein Hintergrundbericht

Der im Dezember 2011 in Kraft getretene Regierungsentwurf zum Geldwäscheoptimierungsgesetz drohte das Konzept der kontoungebundenen GeldKarte (White Card) in Schwierigkeiten zu bringen. Zwar ist die Mehrzahl der ausgegebenen GeldKarten kontogebunden, aber gerade die beliebten, 10.000-fach ausgegebenen White Cards für Stadien und Mensen von Schulen und Universitäten hätten nicht mehr ohne Weiteres aufgeladen werden können.

Initiative GeldKarte löst stillen Alarm aus

Der Entwurf der Regierung sah unter anderem vor, dass sich jeder Nutzer der White Card hätte identifizieren lassen müssen. Mit fatalen Folgen: Ausweiskontrollen und Schlange stehen im Fußballstadion, unklare datenschutzrechtliche Herausforderung und aufwändigste Systemänderungen bis hin zu einem nahezu vollständigen Produktrückruf. Die Initiative GeldKarte löste noch im April letzten Jahres stillen Alarm aus und beteiligte sich an einer Anhörung am 28. April 2011 im Bundesministerium der Finanzen.

Die White Cards drohten in den Sog einer Problematik zu geraten, zu der das Produkt gar nicht geeignet ist: Denn der Bundesregierung geht es im Kampf gegen Geldwäsche darum, E-Geld (Prepaid-Karten, die man also anonym am Kiosk oder der Tankstelle erwerben und beispielsweise online für Wareneinkäufe oder Glücksspiele teilweise weltweit einsetzen kann.), das z.B. bei Online-Glücksspiel zum Einsatz kommt, stärker zu kontrollieren. Aus Sicht der Initiative GeldKarte schießt der Gesetzesentwurf deshalb, zumindest wenn es um die GeldKarte geht, über das Ziel hinaus: Denn aus der Praxis

sind seit Einführung der GeldKarte im Jahr 1996 keine Schäden oder Missbrauchsszenarien mit der GeldKarte bekannt, auch nicht beim Einsatz im Internet. Warum: Die GeldKarte ist nur bis 200 Euro aufladbar, im Schnitt wird sie nur mit durchschnittlich 28,06 Euro aufgeladen. Sie ist ein rein nationales System und nur an ausgewählten Akzeptanzstellen innerhalb Deutschlands einsetzbar. Zudem ist das geladene Guthaben nur eingeschränkt in Bargeld umzuwandeln.

Lange sah es so aus, dass die Identifizierungspflichten ausnahmslos gelten würden. Zwar hatte das Finanzministerium gegenüber der Initiative GeldKarte im Sommer deutlich gemacht, dass es dem Ministerium gar nicht um die White Cards ginge – doch Druck der internationalen Geldwäschetaskforce (FATF) und Forderungen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und des Bundeskriminalamtes (BKA) trieben die Bundesregierung zu einer harten Linie. Nachdem auch im Bundesrat die Pläne der Regierung weitgehend abgenickt wurden, kam es zum Showdown im Bundestag.

Bei einer Anhörung des Finanzausschusses im Oktober gingen Datenschützer und die Prepaid-Industrie ohne Beteiligung der IGK lautstark auf die Barrikaden. Vertreter von Finanzaufsicht, Sicherheitsbehörden und Gewerkschaften widersprachen den Argumenten der Wirtschaft heftig. Der Wirtschaft wurde vielmehr vorgeworfen, Informationen zurückzuhalten. Zumal mit dem E-Geld das Geld in einem Bruchteil von Sekunden rund um den Globus transferiert werden könne. Der Vertreter des Bundeskriminalamtes (BKA) ergänzte, „die Entwicklung sei dramatisch.“ Doch in dieses Schema passt die GeldKarte nicht und die Initiative sieht Handlungsbedarf.



Initiative GeldKarte und Sachverständige der Finanzwirtschaft arbeiten erfolgreich Hand in Hand

Die Initiative GeldKarte setzt ebenso wie die Sachverständigen der Finanzwirtschaft auf den unaufgeregten Dialog und die fachliche Zusammenarbeit mit Bundestag und Bundesregierung. Der Initiative GeldKarte kam die wichtige Rolle des ständigen Informationslieferanten im Gesetzgebungsverfahren zu. Als ausschlaggebend für die erfolgreiche Sensibilisierung der Entscheider sollten sich die konstruktiven Vorschläge der Sachverständigen der Finanzwirtschaft und die sachliche Aufklärungsarbeit der Initiative GeldKarte erweisen. Der ursprüngliche Entwurf der Regierung wurde im Bundestag an

entscheidenden Stellen abgeändert, im November beschlossen und schließlich ist das Geldwäscheoptimierungsgesetz am 29. Dezember 2011 in Kraft getreten.

Leider betreffen die neuen Bestimmungen noch immer das GeldKarte-System. Auch fallen die White Cards nicht automatisch in eine „low risk category“. Es bleibt zu hoffen, dass die Aufsichtsbehörde, wie auch schon in den vorherigen Gesprächen angedeutet, von ihrem Handlungsspielraum Gebrauch macht und das GeldKarte-System zumindest teilweise von den sehr strengen Anforderungen des Geldwäschegesetzes ausnimmt. Der BaFin steht es nun frei, zu differenzieren!

Nachgefragt

**Kurzinterview mit
Jörg Bernhauer,
Abteilungsleiter
Retail Banking,
Banktechnologie
beim Bundesverband
Deutscher Banken**



Jörg Bernhauer

ProChip: Die Bundesregierung hat die Regelung zur Bekämpfung der Geldwäsche letztes Jahr verschärft. Die Kreditwirtschaft wurde vom Finanzministerium und auch im Bundestag angehört. Worauf haben Sie besonderen Wert gelegt und wie beurteilen Sie aus Sicht der Kreditwirtschaft das neue Gesetz?

Jörg Bernhauer: Das Gesetz zur Optimierung der Geldwäscheprävention war maßgeblich Folge einer Prüfung Deutschlands durch die von der OECD eingesetzte Arbeitsgruppe „Financial Action Task Force on Money Laundering (FATF)“. Diese hatte vor allem außerhalb des Bankensektors verschiedene Beanstandungen erhoben. Die Banken sind nun aber von den neuen Regelungen ebenfalls erheblich mitbetroffen. Dies gilt etwa bei den Änderungen zur Prüfung des Status als „politisch exponierte Person“ im Rahmen der Feststellung der wirtschaftlich Berechtigten bei Unternehmenskunden. Das Gesetz ist in diesem Punkt kaum praktikabel. Nicht ausreichend berücksichtigt wurde ferner der Zusammenhang der Verdachtsmeldepflicht nach dem Geldwäschegesetz mit einer Strafbefreiungsregelung im Geldwäsche-Straftatbestand des § 261 StGB. Hier sollte der Gesetzgeber bald nachbessern. Zudem wäre die Politik gut beraten, sich in die Beratungen in der FATF stärker einzubringen. Es ist zu hoffen, dass sie dies im Rahmen des neu eingerichteten Forums für Geldwäscheprävention tun wird.

Initiative GeldKarte e.V.

Vernetzt für den Chip im Alltag

Die Initiative GeldKarte e.V. widmet sich der bundesweiten Kommunikation rund um den Chip der Deutschen Kreditwirtschaft. Seit mehreren Jahren gibt es bereits die Lösung gegen dicke Geldbeutel: Die GeldKarte funktioniert als Geldbörse, mit der Kleinbeträge an Zigarettenautomaten oder im Parkhaus einfach bezahlt werden können, und bietet zugleich die Möglichkeit, Fahrschein, Bonus- und Eintrittskarte zu speichern. Weitere Zusatzfunktionen wie das anonyme Jugendschutzmerkmal oder die elektronische Signatur eröffnen neue Einsatzmöglichkeiten im Internet und bieten mehr Zahlungssicherheit. Das noch immer weitgehend unbekannte Potenzial des Chips für den Alltag will die Initiative GeldKarte in der Öffentlichkeit stärker platzieren.

Die Initiative GeldKarte versteht sich als Netzwerk aus Unternehmen und Institutionen, die die GeldKarte akzeptieren oder die entsprechende Infrastruktur bereitstellen. Nach außen

bündelt sie die Interessen ihrer Mitglieder und vertritt sie gegenüber Politik und Medien. Als Motor der GeldKarte treibt die Initiative einzelne Anwendungsbereiche gezielt voran. Sie recherchiert neue Einsatzmöglichkeiten, initiiert Pilotprojekte und unterstützt bestehende Aktivitäten ihrer Mitglieder, insbesondere in den Bereichen Marketing, Public Relations und Public Affairs.

Nach innen fördert sie die Kommunikation und den Austausch von Erfahrungen zwischen den Beteiligten. Im regelmäßig erscheinenden Newsletter und dem Magazin ProChip sowie bei einem jährlichen Event erfahren Mitglieder, Partner und Förderer alles über aktuelle Aktivitäten des Vereins. Daneben werden neue Akzeptanzpartner und neue Einsatzmöglichkeiten der GeldKarte vorgestellt. Über weitere Vorteile einer Mitgliedschaft und Neuigkeiten rund um die GeldKarte können Sie sich auf unserer Webseite informieren. ■



The screenshot shows the homepage of Initiative GeldKarte e.V. The browser address bar displays 'https://www.initiative-geldkarte.de'. The page features a navigation menu with 'Home', 'Ziele', 'Mitglieder', 'Projekte', 'Presse', and 'Aktuelles'. A main headline reads 'Jetzt anmelden zur 7. Jahresveranstaltung'. Below this, there are two news items: one dated 03.05.2012 about a creative approach and another dated 17.04.2012 about the start of a pilot project for contactless payments with giro. The left sidebar contains sections for 'Initiative GeldKarte', 'Mitglied werden', 'Business-Portal', and 'Zertifikat für die Schulmensa'.

Aktive Beteiligung

Wenn auch Sie der Initiative GeldKarte beitreten möchten, haben Sie die Wahl zwischen unterschiedlichen Beteiligungsformen – angepasst an Ihre Erwartungen und Möglichkeiten.

Förderer sind Unternehmen, die monetär unmittelbar von einer stärkeren Nutzung der Chipkarte profitieren können. Diese erhalten unter anderem Sprecher-Optionen bei Veranstaltungen der Initiative, ein Freikartenkontingent zu Veranstaltungen der Initiative sowie unseren regelmäßig erscheinenden monatlichen Newsletter.

Partner sind insbesondere Interessenvertretungen, allen voran Verbände, die vom verstärkten Einsatz der GeldKarte profitieren. Sie erhalten über die Initiative interessante Informationen für ihre Mitgliedsunternehmen via Newsletter und

profitieren zum Beispiel von Sonderaktionen und attraktiven Konditionen der Förderer für Verbandsmitglieder. Partner unterstützen die Initiative durch eigene Maßnahmen, beispielsweise durch verbandseigene Kommunikation.

Mitglieder sind Unternehmen, die die GeldKarte selbst einsetzen und akzeptieren. Über die Initiative werden sie in den kontinuierlichen Informationsfluss eingebunden und profitieren unter anderem von den speziellen Workshop-Angeboten der Initiative GeldKarte e.V.

Mehr Informationen und Details erfahren Sie im Internet.

www.Initiative-GeldKarte.de

Förderer

EURO Kartensysteme GmbH
Solmsstraße 6, 60486 Frankfurt/Main,
www.eurokartensysteme.de, Ingo Limburg,
ingo.limburg@eurokartensysteme.de

REINER SCT GmbH & Co. KG
Goethestraße 14, 78120 Furtwangen,
www.reiner-sct.com, Andreas Staiger,
astaiger@reiner-sct.com

Premiumpartner

B + S Card Service GmbH
Lyoner Straße 9, 60528 Frankfurt,
www.bs-card-service.com, Matthias Kaufmann,
matthias.kaufmann@bs-card-service.com

EDV-Service Schaupp GmbH
Gansäcker 25, 74321 Bietigheim-Bissingen,
www.edv-schaupp.de, Andreas Oos,
aoot@edv-schaupp.de

Giesecke & Devrient GmbH
Prinzregentenstraße 159, 81677 München,
www.gi-de.com, Werner Strobl,
werner.strobl@gi-de.com

Inform GmbH
Hermann-Gebauer-Straße 22, 1220 Wien, Österreich,
www.inform.at, Ing. Peter Schmidt,
peter.schmidt@inform.at

Ingenico GmbH
Pfalzburger Straße 43-44, 10717 Berlin,
www.ingenico.com, Arne Meil,
arne.meil@ingenico.com

KOBIL Systems GmbH
Pfortenring 11, 67547 Worms, www.kobil.de,
Ismet Koyun, ismet.koyun@kobil.com

NTConsult Informationssysteme GmbH
Lanterstraße 9, 46539 Dinslaken,
www.ntconsult.de, Sascha Siebers,
ssiebers@ntconsult.de

SIZ Informatikzentrum der
Sparkassenorganisation GmbH
Simrockstraße 4, 53113 Bonn, www.siz.de
Thomas Krebs, thomas.krebs@siz.de

SSG Lange & Partner AG
Am Schloß 8, 16818 Wustrau, www.ssg.de,
Peter Lange, peter.lange@ssg.de

tobaccoland Automatengesellschaft
mbH & Co. KG
Krahnendonk 121 a+b, 41066 Mönchengladbach,
www.tobaccoland.de, Paul Heinen,
gabriele.aubert-segers@tobaccoland.com

VeriFone GmbH
Konrad-Zuse-Straße 19-21, 36251 Bad Hersfeld,
www.verifone.com, Dr. Martin Hausmann,
martin.hausmann@verifone.com

Visa Europe
Schillerstraße 19, 60313 Frankfurt am Main,
www.vpay.com, Jutta Müller-Liefeld,
muellerlj@visa.com

Volksbank Mittelhessen eG
Schiffenberger Weg 110, 35394 Gießen,
www.vb-mittelhessen.de, Bettina Lemp,
bettina.lemp@vb-mittelhessen.de

WATROMA GmbH
Waldstraße 11a, 13403 Berlin,
www.watroma.de, Björn Riesebeck,
bjoern.riesebeck@watroma.de

Partner

Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (BVR)

Schellingstraße 4, 10785 Berlin, www.bvr.de,
Matthias Hönisch, m.hoenisch@bvr.de

Bundesverband deutscher Banken e.V. (BdB)

Burgstraße 28, 10178 Berlin, www.bankenverband.de,
Joachim Fontaine, joachim.fontaine@bdb.de

Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e.V. (BDTA)

Stadtwaldgürtel 44, 50931 Köln, www.bdta.de,
Carsten Zenner, zenner@bdta.de

Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschland e.V. (VÖB)

Lennéstraße 11, 10785 Berlin, www.voeb.de,
Michael Rabe, michael.rabe@voeb.de

CCV Deutschland GmbH

Nordlichtstraße 63–65, 13405 Berlin, www.ccv.eu,
Volker Czmok, v.czmok@de.ccv.eu

Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V. (DSGV)

Charlottenstraße 47, 10117 Berlin, www.dsgv.de,
Hans-Dieter Lahmann, hans-dieter.lahmann@dsgv.de

FEIG ELECTRONIC GmbH

Lange Straße 4, 35781 Weilburg, www.feig.de,
Hassan Nagi, hassan.nagi@feig.de

Frankfurter Sparkasse

Neue Mainzer Straße 47–53, 60255 Frankfurt/Main,
www.frankfurter-sparkasse.de, Michael Mücke,
michael.muecke@frankfurter-sparkasse.de

Gemalto GmbH

Mercedesstraße 13, 70794 Filderstadt, www.gemalto.com,
Dr. Christoph Siegelin, christoph.siegelin@gemalto.com

Morpho Cards GmbH

Riemekestraße 160, 33106 Paderborn,
www.morpho.com, Christopher Goulet,
christopher.goulet@morpho.com

PPC Card Systems GmbH

Senefelderstraße 10, 33100 Paderborn,
www.ppc-card.de, Frank Ludwig,
f.ludwig@ppc-card.de

Star Finanz GmbH

Sachsenfeld 4, 20097 Hamburg,
www.starfinanz.de, Jörg Schwitalla,
joerg.schwitalla@starfinanz.de

VfL Wolfsburg Fußball GmbH

In den Allerwiesen 1, 38446 Wolfsburg,
www.vfl-wolfsburg.de, Uwe Kämpfe,
uwe.kaempfe@vfl-wolfsburg.de

www.Initiative-GeldKarte.de

Mitglieder

Akcay-Schwarz Consulting GmbH
Am Schieferberg 13, 65779 Kelkheim,
www.a-s-consulting.de, Jürgen Schwarz,
juergen.schwarz@a-s-consulting.de

Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH
Bismarckstraße 122–124, 51373 Leverkusen,
www.bayer04.de, Simon Pallmann,
simon.pallmann@bayer04.de

brandmission
Hanauer Landstraße 196A, 60314 Frankfurt/Main,
www.brandmission.com, Damir Tomas,
tomas@brandmission.com

CALE Deutschland GmbH
Im Grunde 11, 31582 Nienburg/Weser,
www.caledodeutschland.de, Reinhard Kipka,
reinhard.kipka@caledodeutschland.de

Cigaretten Ostermeier GmbH & Co. KG
Otto-Hahn-Straße 17, 85521 Ottobrunn,
www.ostermeier.de, Rudolf Ostermeier,
ro@ostermeier.de

Dammann Marketing
Hauptstraße 25, 53757 St. Augustin bei Bonn,
www.dammann-marketing.de, Friedrich Dammann,
info@dammann-marketing.de

DBS Projektsteuerung GmbH
Buchholzer Straße 100, 30655 Hannover,
www.dbs-projekt.de, Peter Rakebrandt,
rakebrandt@dbs-projekt.de

Deutscher Genossenschafts-Verlag eG
Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden,
www.dgverlag.de, Sabine Badtke,
sbadtke@dgverlag.de

DISKO EDV-Reinigungsprodukte GmbH
Resselgasse 1, 2201 Gerasdorf bei Wien, Österreich,
www.disko.com, Alexander Krknjak Sen.,
krkas@nbsaustria.at

double com GmbH
Bleibtreustraße 5a, 81479 München,
www.double-com.de, Kathrin Bregulla,
kathrin.bregulla@double-com.de

ECS Cleaning Solutions GmbH
Storkower Straße 132, 10407 Berlin,
www.elixclean.de, Thomas Großherr, post@elixclean.de

Ernst Kühner e.K.
Neuer Weg 11, 96450 Coburg,
www.zigarettenautomaten.com, www.ccc-coburg.de,
Peter Ehrl, info@zigarettenautomaten.com

fun communications GmbH
Lorenzstraße 29, 76135 Karlsruhe,
www.fun.de, Johannes Feulner,
johannes.feulner@fun.de

Garz & Fricke GmbH
Tempowerkring 2–4, 21079 Hamburg,
www.garz-fricke.de, Matthias Fricke,
fricke@garz-fricke.com

GiroWeb Nord GmbH
Am Pferdemarkt 9 D, 30853 Langenhagen,
www.giro-web.com, Toni Rath,
toni.rath@giro-web.com

Hamburger Sparkasse AG
Wikingerweg 1, 20454 Hamburg,
www.haspa.de, Oliver Elsner, oliver.elsner@haspa.de

Hermann Ross KG
Handwerkstraße 1a, 77964 Kehl, www.ross-kg.com,
Marco Lasch, marcolasch@ross-kg.de

IHGE Fuchs Elektronik GmbH
Blumenweg 11, 63829 Krombach, www.ihge.de,
Helmut Fuchs, ihgegmbh@t-online.de

Karl Gengenbach GmbH & Co. KG
Aschenhausweg 4–6, 74523 Schwäbisch Hall,
www.tabak-gengenbach.de, Oliver Gengenbach,
oliver.gengenbach@tabak-gengenbach.de

Kreissparkasse Köln

Hauptstraße 1–5, 51399 Burscheid, www.ksk-koeln.de,
Marcus Schmitter, marcus.schmitter@ksk-koeln.de

Kreissparkasse Ludwigsburg

Schillerplatz 6, 71638 Ludwigsburg, www.ksklb.de,
Konstantin Chatzis, konstantin.chatzis@ksklb.de

MCS GmbH

Ullsteinstraße 114, 12109 Berlin,
www.mcsberlin.de, Bernd Strößner,
bernd.stroessner@mcsberlin.de

Münchner Verkehrsgesellschaft mbH (MVG)

Emmy-Noether-Straße 2, 80287 München,
www.mvg-mobil.de, Achim Heinig, heinig.achim@swm.de

OPC® cardsystems GmbH

Diedenhofener Straße 22, 54294 Trier, www.opc.de,
Klaus Dieter Schömer, kdschoemer@opc.de

Paycult GmbH & Co. KG

Alter Teichweg, 22049 Hamburg, www.paycult.com,
Helmuth Butt, helmuth.butt@paycult.com

performance Medien & Datensysteme GmbH

Kruppstraße 46, 47475 Kamp-Lintfort,
www.performance.de, Paul Kowalczyk,
kowalczyk@performance.de

Rechtsanwaltskanzlei Helmuth Hoen

Bongardstraße 2, 52428 Jülich,
www.helmuth-hoen.de, Helmuth Hoen,
rechtsanwaltskanzlei@helmuth-hoen.de

relatio PR GmbH

Steinsdorfstraße 2, 80538 München,
www.relatio-pr.de, Anja Feuerabend,
anja.feuerabend@relatio-pr.de

S-CARD Service GmbH

Am Wallgraben 125, 70565 Stuttgart, www.scard.de,
Kay Heidemann, kay.heidemann@scard.de

Sielaff GmbH & Co. KG

Münchener Straße 20, 91567 Herrieden,
www.sielaff.de, Jürgen Utschig, j.utschig@sielaff.de

Sparkasse Aachen

Münsterplatz 7–9, 52057 Aachen,
www.sparkasse-aachen.de, Ursula Stanitzki,
ursula.stanitzki@sparkasse-aachen.de

Sparkasse Bad Hersfeld-Rotenburg

Dudenstraße 15, 36251 Bad Hersfeld,
www.sparkasse-bad-hersfeld-rotenburg.de,
Steffen Sauer, e-banking@spk-hef.de

Sparkasse KölnBonn

Adolf-Grimme-Allee 2, 50829 Köln,
www.sparkasse-koelnbonn.de, Andrea Köllen,
andrea.koellen@sparkasse-koelnbonn.de

stadtraum GmbH

Rotherstraße 22, 10245 Berlin, www.stadtraum.com,
Uwe Freund, uwe.freund@stadtraum.com

Stadtparkasse München

Sparkassenstraße 2, 80331 München,
www.stadtparkasse-muenchen.de,
Ursula Käsbauer, ursula.kaesbauer@sskm.de

system2 GmbH

Gewerbering 8, 84405 Dorfen, www.system2.de,
Georg Gött, georg.goett@system2.de

triplesense GmbH

Hanauer Landstraße 184, 60314 Frankfurt am Main,
www.triplesense.de, Julia Saswito,
j.saswito@triplesense.de

VÖB-ZVD Bank für Zahlungsverkehrsdienstleistungen GmbH

Godesberger Allee 88, 53175 Bonn,
www.voeb-zvd.de, Antonio da Silva,
antonio.dasilva@voeb-zvd.de

Volksbank Plochingen eG

Am Fischbrunnen 8, 73207 Plochingen,
www.volksbank-plochingen.de,
Torsten Schwarz, ezv@volksbank-plochingen.de



**Initiative
GeldKarte e.V.**

