

ProChip

Das Magazin der Initiative Geldkarte e.V.

10

Einfach und nützlich muss es sein!

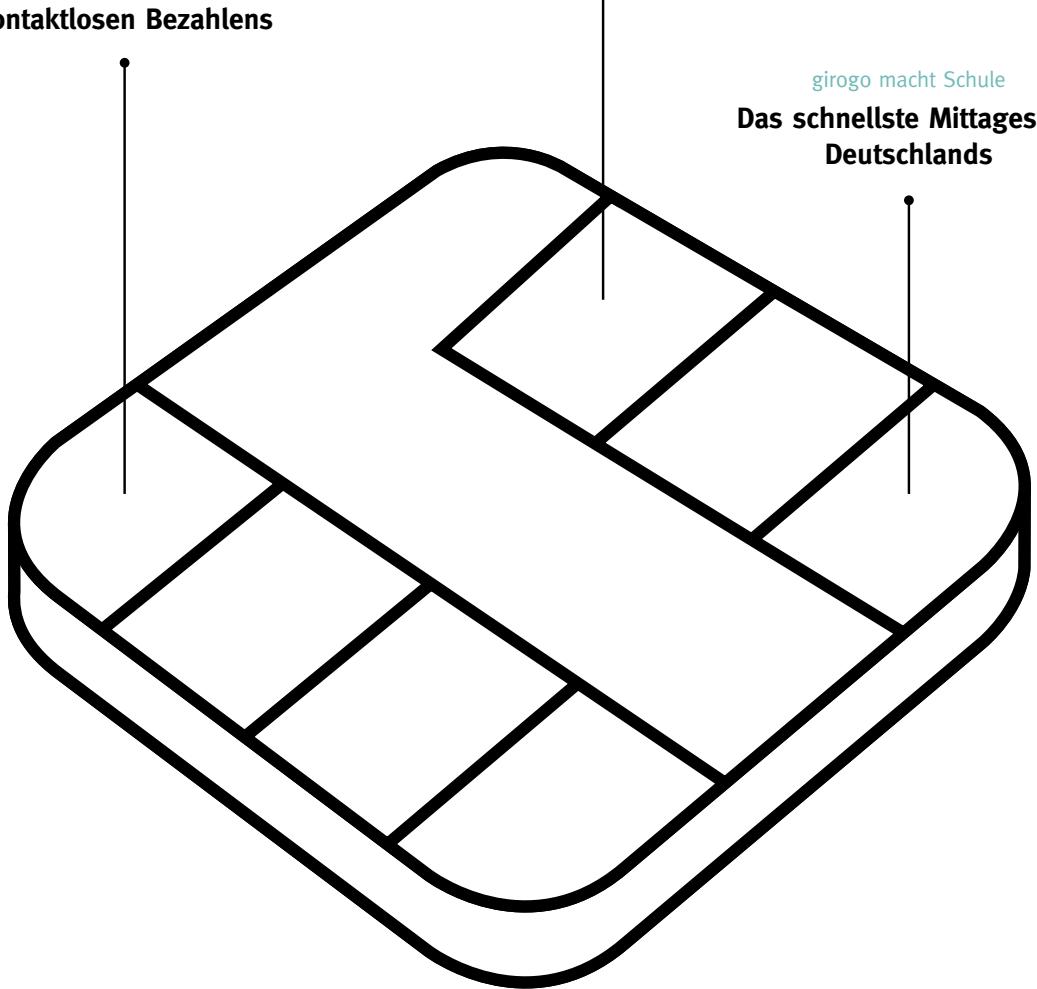
**Erste Einblicke zur Akzeptanz
kontaktlosen Bezahlens**

Auf die Plätze, fertig und los!

1 Jahr girogo

girogo macht Schule

**Das schnellste Mittagessen
Deutschlands**



NEU

Die neue Generation für mobiles Onlinebanking



cyberJack® wave Attraktive Sicherheit für Mobilgeräte

- Farbiges TFT-Display und drucksensitive Touch-Tastatur
- Integrierter Akku (Aufladung via Micro-USB Kabel)
- Datenübertragung über gesichertes Bluetooth und RFID



Für Tablets und Smartphones

Jetzt informieren:
www.reiner-sct.com

REINERSCT ■

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir leben in einem Zeitalter ständigen Wandels. Die Herausforderung für uns und unsere Partner ist dabei, Trends und technische Neuerungen richtig einzuschätzen. Wichtig dabei ist aber auch, den Unterschied zwischen der heutigen und der zukünftigen Generation zu kennen und zu prognostizieren. Mittlerweile habe ich eingesehen, dass meine dreijährige Tochter viel schneller neue Funktionen an meinem Smartphone findet als ich. Warum? Weil sie ganz anders an die Bedienung herangeht als „der aus dem Handyzeitalter kommende“ Papa. Diese „andere Bedienung“ ist ein durchaus spannendes Thema. Was für den einen komplett normal erscheint, ist für den anderen verblüffend und neu. Die Kunst ist es nun auch im Bereich der Kommunikation den Spagat zwischen der Generation von heute und der Generation in 10–15 Jahren zu schaffen. Jetzt müssen die Grundlagen gelegt werden. NFC könnte ein Schlüssel dafür sein.



Auf Seite 8 beschreiben wir Ihnen erste Erfahrungen, die die Deutsche Kreditwirtschaft mit girogo, dem größten europäischen Pilotprojekt mit kontaktlosen Bezahlkarten, gemacht hat.

Die NFC-Technologie eröffnet zahlreiche neue Möglichkeiten. Ab Seite 22 stellen wir Ihnen die interessantesten Projekte weltweit vor, die eins ganz deutlich machen: NFC ist auf dem Vormarsch und die Einsatzmöglichkeiten sind schier unbegrenzt. Das Forscherteam vom „Center for NFC Management“ eröffnet auf Seite 24 einen Einblick in die wissenschaftlichen Perspektiven der Technologie.

Um eine umfassende Bilanz zu ziehen, interessieren uns natürlich auch die konkreten Einschätzungen der Verbraucher, die mit girogo in den letzten Monaten Erfahrungen gesammelt haben. So haben wir einen Blick ins Fußballstadion geworfen, um die Stimmung der Fans bezüglich ihrer Stadionkarte zu erfahren. Die Ergebnisse unserer repräsentativen Befragung finden Sie auf Seite 26.

Auch in anderen Bereichen kommt girogo erfolgreich zum Einsatz. Die private Real- und Wirtschaftsschule Krauß in Aschaffenburg ist das Thema auf Seite 34: Wir berichten, welche Vorteile girogo für den Schulalltag mitbringt.

In Waschküchen und Waschsalons ist die Bezahlung mit der GeldKarte in den letzten zwei Jahren ebenfalls gut angekommen. Der Geschäftsführer der Watroma GmbH in Berlin, Martin Droste, hat uns im Interview auf Seite 18 verraten, dass „Cashless Wash“ künftig auch kontaktlos möglich sein wird.

Ich persönlich bin gespannt, welche Optimierungen im Zahlungsverkehr uns die nächsten Monate und Jahre erwarten. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre und freue mich auf Ihre Anregungen und Kommentare.

Ingo Limburg
Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e. V.



| 3 | Editorial

Infos zum Chip

| 6-7 | Alle Funktionen auf einen Blick

Innovation & Zukunft

| 8-9 | Die Einführung von girogo

| 10-11 | Interview: Bezahlen nach Maß mit girogo

| 13 | Gastbeitrag: Die virtuelle Händlerkarte

| 14-15 | Datenschutz und Sicherheit mit girogo

| 16-17 | Zigarettenautomaten mit Kontaktlos-Technologie

| 18-19 | Interview: Hightech im Waschsalon

| 20 | 1 Jahr girogo

| 21 | girogo on Tour

| 22-23 | NFC-Technologie international

| 24-25 | Gastbeitrag NFC: Einfach und nützlich muss es sein!

| 26-27 | Stadionbefragung: Welche Karten kommen an?

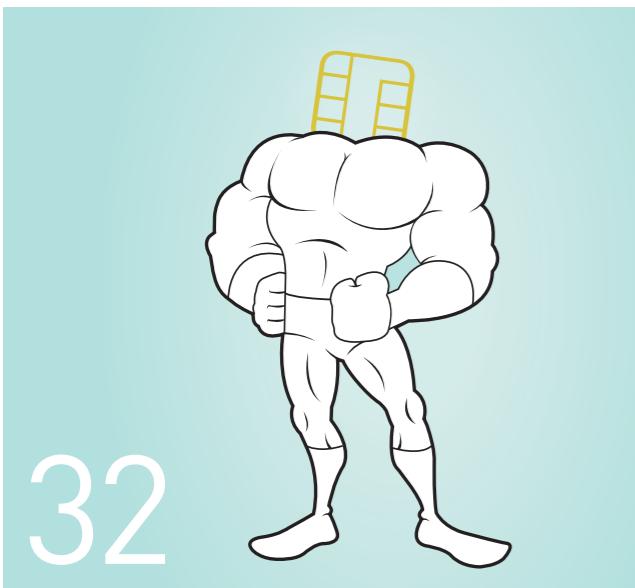
| 28-29 | Interview: Das sagen Fußballfans zu Stadionkarten!

| 30-31 | Champions in Sachen Fußball und Technik

| 32-33 | Studie Allensbach: Kleiner Chip – große Beliebtheit

| 34-35 | Das schnellste Mittagessen Deutschlands

| 36-37 | Gastbeitrag: Ich bin ein Fan der Bildungchipkarte



| 38 | Impressum

| 39 | Mission Zukunft – Neue Möglichkeiten in der Schule

| 40-41 | Gastbeitrag Bildung: Appetit auf mehr

| 42-43 | Studie Schulverpflegung: Allegro in der Mittagspause

| 44-45 | Gastbeitrag: Auf die richtigen Partner kommt es an

| 46-47 | Jahresevent 2012

| 48-49 | Neuigkeiten rund um den Chip

Projekte & Aktuelles

| 50-51 | Vernetzt für den Chip im Alltag

In eigener Sache

| 52 | Vorstellung neuer Mitglieder

| 53 | Kooperation mit der Initiative GeldKarte e. V.

| 53-55 | Die Mitglieder

Mitgliederverzeichnis



28

Was sagen Sie dazu?

Interview mit 3 Fans



↗ www.initiative-geldkarte.de

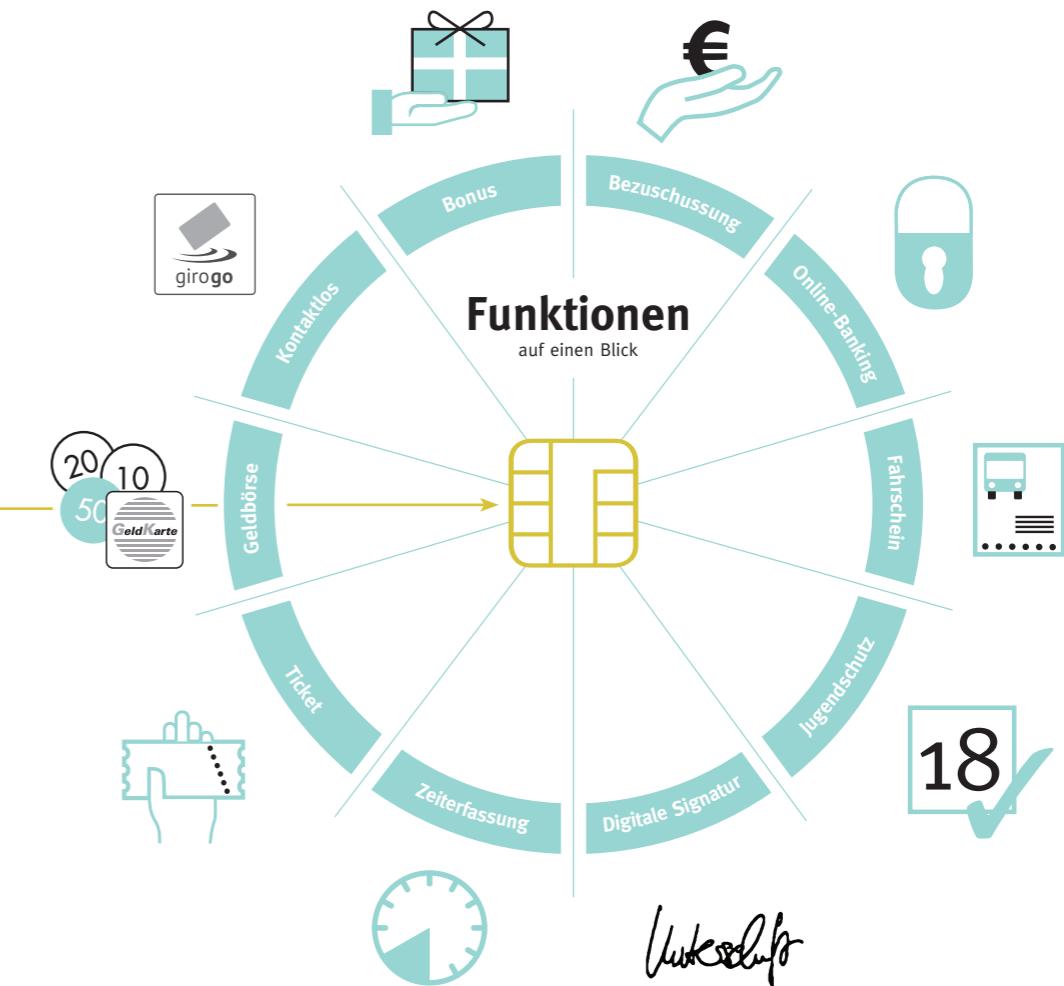
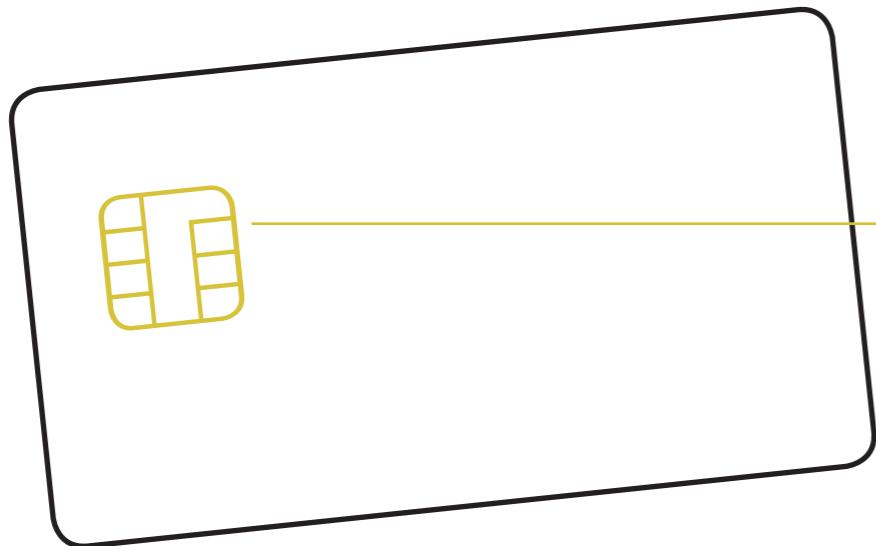


Die GeldKarte

Alle Funktionen auf einen Blick

Über 92 Millionen Bankkarten in Deutschland haben den Chip bereits integriert. Das entspricht fast 99 % aller ausgegebenen girocards oder Kundenkarten der Banken bzw. Sparkassen.

→ Welche Möglichkeiten bietet der Chip?



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 420.000 Akzeptanzstellen in ganz Deutschland und im Internet



SICHERES ONLINE-BANKING

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



ELEKTRONISCHES TICKET / FAHRSCEIN

Speicherung von Fahrkarten, Eintrittskarten, Berechtigungen / Elektronische Entwertung mittels Kartenlesegerät / Anwendungen: öffentlicher Personennahverkehr, Parkhäuser, Sport- und Kulturveranstaltungen



GIROGO

girogo ist der neue kontaktlose Übertragungsweg zur elektronischen Geldbörse und vielen anderen Zusatzanwendungen. Die neue Funktion ist bereits auf rund 8 Millionen Karten enthalten.



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



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, kontogebundenen GeldKarte / Anwendungen: eGovernment, elektronisches Beschaffungswesen

Vorhang auf!

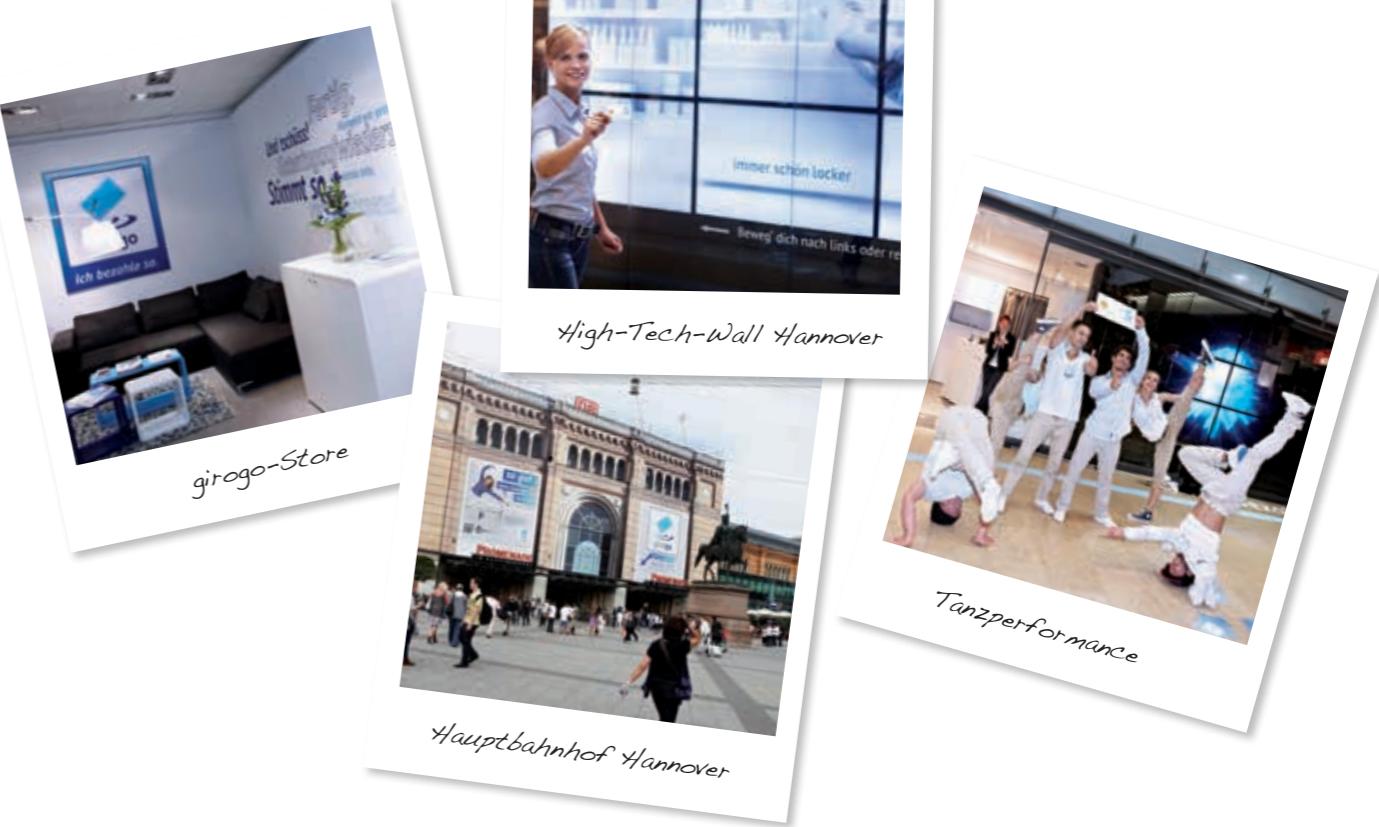
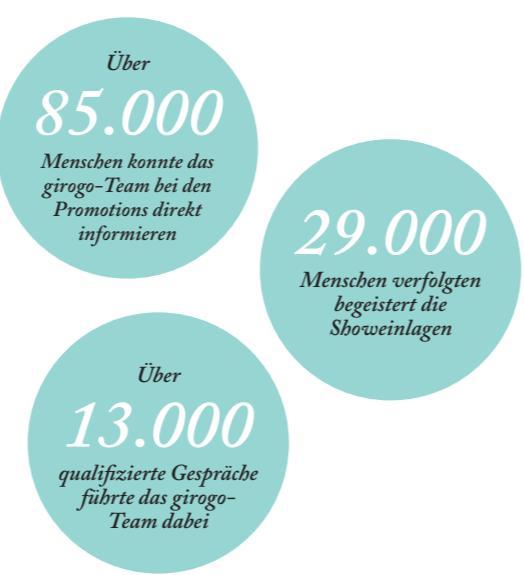
Die Einführung von girogo

Wenn die Deutsche Kreditwirtschaft eine neue Funktion zum kontaktlosen Bezahlen einführt, spitzt Deutschland die Ohren. Seit April 2012 können Kunden von Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken in der Pilotregion Hannover, Braunschweig, Wolfsburg kontaktlos mit girogo-Funktion Beträge bis 20 Euro bezahlen.

Zahlreiche Medien – von den heutigen Nachrichten bis zur BILD-Zeitung – haben berichtet. Viele Deutsche haben bereits vom kontaktlosen Bezahlen mit der girogo-Funktion gehört. Doch wie erreicht man einen so hohen Bekanntheitsgrad? „Der Schlüssel liegt in einer integrierten Kommunikation“, sagt Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte sowie Leiter Marketing GeldKarte und girogo bei EURO Kartensysteme. „Für Verbraucher und Händler haben wir deshalb eine umfassende Informationskampagne aufgestellt, die alle Stakeholder in ihrer Realität abholt.“ Im Zentrum stand eine groß angelegte Promotion mit sechs Events in Hannover, Braunschweig und Wolfsburg. Das Konzept kann man Infotainment nennen: Mit viel Spaß wurden Verbraucher kompetent informiert. Wie lässig man mit girogo bezahlen kann, vermittelten preisgekrönte Profi-Breakdancer in einer Show, die mit frischen Beats das Publikum mehrmals am Tag mitriss. Parallel dazu konnten Kunden selbst an einer interaktiven High-Tech-Wall einen virtuellen Bezahlvorgang mit coolen Moves steuern.

Informationen gut verpackt

Neben allen Showeffekten müssen die Verbraucher von der Sicherheit von girogo überzeugt sein, um es im Alltag bedenkenlos einzusetzen. Kunden kennen die Deutsche Kreditwirtschaft als vertrauensvollen Partner, dessen Kernkompetenz naturgemäß in der Abwicklung von Finanztransaktionen liegt. Genau diesen Vertrauensvorschuss galt es zu unterstreichen. Mit Erfolg:



Durch aufmerksamkeitsstarke Medienkooperationen, etwa mit der Prinz Hannover und Radiosendern, aber auch durch Werbemaßnahmen, wie großen Blow-up-Plakaten am Hauptbahnhof Hannover, Anzeigen, Info-Flyern und City-Lights-Plakaten, hat girogo die breite Basis der Verbraucher erreicht. Kunden und Händler konnten sich von Juni bis Dezember 2012 im eigens eingerichteten girogo-Store in der „Passerelle“ – einer beliebten Einkaufspassage am Hannoveraner Hauptbahnhof – informieren und girogo erleben. Vor Ort beantworteten qualifizierte Mitarbeiter alle Fragen zu girogo. Wer wollte, durfte girogo ausprobieren. Wer dafür seine eigene Karte am Stand auflud, erhielt einen hochwertigen Merchandise-Artikel dazu. Neben dem Bezahlen am normalen Kassenterminal stand auch ein Kaffee- und Zigarettenautomat mit Kontaktlosleser zur Verfügung.

Zielgruppe: Händler

Doch selbst ein so innovatives Bezahlsystem wie girogo kann nur Erfolg haben, wenn auch die Händler girogo anbieten. So setzte das girogo-Team von Beginn an auf eine umfassende und zielgruppenspezifische Information möglicher Akzeptanzpartner. Im girogo-Store erhielten sie neben allgemeinen Informationen auch einen konkreten Einblick in die vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten von girogo. Branchenbezogen war das girogo-Team bei zahlreichen Fachtagungen präsent und informierte zum Beispiel die Teilnehmer des Kompetenzforums Parken oder der Multichannel Payment Days über girogo. Eine große Reichweite erzielten auch Fachbeiträge in den wichtigsten Branchenmedien potenzieller und bereits bestehender Akzeptanzpartner. Das girogo-Team informierte

in Einzelhandelszeitschriften ebenso wie in Zeitschriften aus den Bereichen Vending und vielen weiteren. Damit konnten alle relevanten Händler zielgruppenspezifisch erreicht und die Zahl der Akzeptanzstellen in der Pilotregion seit Projektstart mehr als versechsachtet werden. Tendenz steigend. So haben auch die Verbraucher immer mehr Gelegenheiten, schnell und bequem mit der girogo-Funktion zu bezahlen. Und das girogo-Team kommt seinem Ziel immer näher, girogo als Selbstverständlichkeit im Bezahlalltag zu integrieren.



Was sagen Sie dazu?

Interview mit zwei
Akzeptanzpartnern

Bezahlen nach Maß mit girogo

Dass David und Goliath auch gemeinsame Sache machen können, zeigt girogo aktuell in der Pilotregion Hannover, Braunschweig, Wolfsburg. Das schnelle und kontaktlose Bezahlen bietet zahlreiche Vorteile sowohl für kleinere Familienbetriebe als auch für Großkonzerne. Fuckes Bäckerei in Braunschweigs beliebtem Magniviertel und die Douglas Gruppe sind Akzeptanzpartner der ersten Stunde.

Mehr zu girogo und den Vorteilen, die Händler damit sehen, erzählten uns Karsten Fucke, Bäcker und Inhaber von Fuckes Bäckerei in Braunschweig, und Olaf Schrage, Geschäftsführer der Douglas Informatik & Service GmbH, im Interview.



Karsten Fucke
Inhaber von Fuckes Bäckerei
Braunschweig



Olaf Schrage
Geschäftsführer der Douglas
Informatik & Service GmbH

Olaf Schrage ist Geschäftsführer der DOUGLAS Informatik & Service GmbH (DIS), der IT-Dienstleistungsgesellschaft der DOUGLAS HOLDING AG. Die DOUGLAS-Gruppe zählt mit einem Jahresumsatz von über 3 Milliarden Euro zu den bedeutendsten europäischen Handelsunternehmen. Die fünf Geschäftsbereiche mit den Douglas-Parfümerien, Thalia-Buchhandlungen, Christ-Juweliergeschäften, AppelrathCupper-Modehäusern und Hussel-Confiserien gehören in ihren jeweiligen Branchen zu den Marktführern und Trendsettern. Mehr als 24.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beraten und bedienen ihre Kunden in den über 1.900 Fachgeschäften.

Warum haben Sie sich für girogo entschieden?

Ich wusste schon, dass es auch andere kontaktlose Bezahlmedien gibt. Die ec-Karte ist aber verbreiteter als andere Lösungen wie zum Beispiel Kreditkarten. Außerdem kenne ich das System vom U-Bahnfahren. Total praktisch, ohne Kleingeld zu bezahlen. Damals eben mit GeldKarte und heute mit girogo.

Welche Vorteile sehen Sie beim kontaktlosen Bezahlen mit girogo?

Kleingeld müssen wir im Laden zählen, rollen und wegbringen. Das ganze Handling bleibt uns bei girogo-Zahlungen erspart. Außerdem verrechnen sich selbst gute Verkäuferinnen hin und wieder oder geben falsches Wechselgeld zurück.

Wie kommt girogo bei Ihren Kunden an?

Wir haben diesen Kunden, der vorher nie bei uns war. Dann hat er gleich girogo ausprobiert und fand es toll – jetzt war er schon öfter da. Wir haben junge genauso wie ältere Kunden, die das toll finden.

Wie lief die Mitarbeiterschulung bei Ihnen?

Wir haben keine gebraucht. Betrag eintippen, bestätigen, macht piep, fertig. Das können unsere Mitarbeiter auch ohne Schulung.

Vielen Dank für das Gespräch.

Warum haben Sie sich in der DOUGLAS-Gruppe für girogo entschieden?

Erste Erfahrungen haben gezeigt, dass Kunden gerne NFC-Technologie nutzen. Voraussetzung ist, dass sie frühzeitig eine Karte haben und verstehen, was girogo ist.

Welche Vorteile sehen Sie mit girogo?

Zahlungen sind für Händler sehr schnell. Gegenüber Bargeld ist girogo außerdem wirtschaftlicher, z. B. was die Gebühren anbelangt. Wir sehen aber auch noch Verbesserungsbedarf. So wünschen wir uns zum Beispiel virtuelle Händlerkarten, die nach dem Verfall nicht mechanisch ausgetauscht werden müssen.

Wie kommt girogo bei Ihren Kunden an?

Wenn jemand Feedback zur Bezahlung gibt, dann natürlich direkt an der Kasse, wenn er gerade bezahlt. Auch wenn das natürlich nicht repräsentativ ist – was uns unsere Mitarbeiter an Feedback weitergeben, ist nur positiv. Bis jetzt haben wir noch nichts Kritisches gehört.

Und was sagen Ihre Mitarbeiter selbst zu girogo?

Bei unseren Mitarbeitern kommt NFC allgemein gut an. Sie sehen die Einführung als innovativen Geschäftsprozess.

Vielen Dank für das Gespräch.

OBID myAXXESS®



Weitere Informationen: 

**The next generation
OBID myAXXESS® addOn girogo.**

Kontaktlos bezahlen in einer neuen Dimension: OBID myAXXESS® addOn girogo ist das erste Payment Automatenmodul von FEIG, das eigenständig und ohne Online-Anbindung girogo unterstützt. Es bietet:

- ⇒ EMV Level 1 Zertifizierung
- ⇒ Contactless ePayment mit girogo-Karten inkl. Altersverifikation
- ⇒ MDB-Schnittstelle zur Integration in Vending-Automaten
- ⇒ Nachrüstbares GSM Modul für Kassenschnitt, Online-Einreichung und Fernwartung

OBID® – RFID by FEIG ELECTRONIC



FEIG
ELECTRONIC

Gastbeitrag

Die virtuelle Händlerkarte

Für Bezahltransaktionen mit GeldKarte oder girogo sind Händlerkarten erforderlich. Diese sichern die Kommunikation mit dem POS-Terminal und legitimieren die Zahlung mit Hilfe kryptographischer Schlüssel. Bisher gibt es für girogo-Transaktionen nur physische Händlerkarten, die – ähnlich wie eine SIM-Karte im Handy – in das Terminal integriert sein müssen. Händler und Netzbetreiber wünschen sich eine Händlerkarte, die sie unkompliziert bestellen und für das jeweilige POS-Terminal sofort verfügbar machen können. Die Deutschen Kreditwirtschaft entwickelt bereits eine entsprechende Lösung: die just in time abrufbare virtuelle Händlerkarte.

Physische Händlerkarten kommen in Offline- und Online-Terminals zum Einsatz. Dagegen ist die virtuelle Händlerkarte ein „elektronischer Datensatz“, der ferngesteuert über das sichere OPT-Verfahren (Online-Personalisierung von Terminals) der Deutschen Kredit-

wirtschaft in das Terminal eingebracht wird. Virtuelle Händlerkarten können zukünftig alle Händler nutzen, deren POS-Terminals gemäß aktueller Spezifikationen OPT-fähig sind und deren Netzbetreiber dieses Verfahren unterstützen. Die Sparkassen-Finanzgruppe arbeitet bereits mit Netzbetreibern und einem Terminalhersteller daran, die virtuelle Händlerkarte nach neuester Spezifikation zu realisieren.

In den ersten Wochen dieses Jahres sollen erste POS-Terminals mit virtueller Händlerkarte in Betrieb genommen werden. Wenn alle am Zahlungsprozess beteiligten Parteien gemeinsam an einem Strang ziehen, kann die Kreditwirtschaft die virtuelle Händlerkarte schon in naher Zukunft flächendeckend anbieten. Sie erfüllt die Anforderungen der Akzeptanten an effiziente und schnelle Bezahlprozesse und trägt dazu bei, den Ausbau des girogo-Akzeptanzstellen-Netzes zu fördern.



Deutscher Sparkassen- und Giroverband

Hans-Dieter Lahmann

Hans-Dieter Lahmann ist Abteilungsdirektor und Gruppenleiter Kartenstrategie und -produkte beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband.

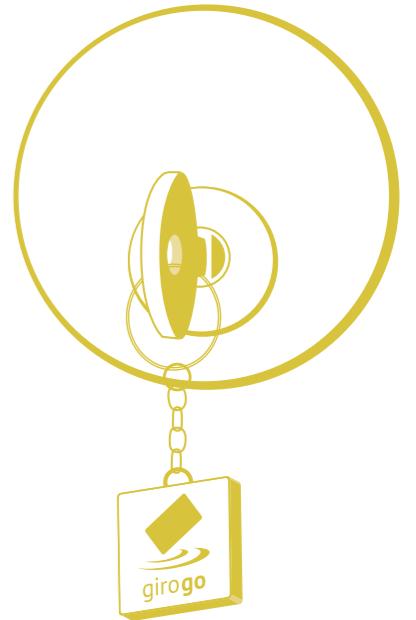


**Die virtuelle Händlerkarte
bietet eine Reihe von Vorteilen:**

- Schnelle Bereitstellung: Mit Freischaltung des Händlerkontos können Händler (Netzbetreiber) virtuelle Händlerkarten jederzeit abrufen
- Die virtuelle Händlerkarte ist sofort einsatzbereit
- Endet die Laufzeit der virtuellen Händlerkarte, ist online ein automatischer Austausch möglich



↗ Alle Informationen dazu, was auf dem Chip genau gespeichert ist und welche Technik hinter girogo steckt, finden Sie übersichtlich dargestellt auf der Homepage unter: <http://www.girogo.de/#girogo>



Datenschutz und Sicherheit mit girogo

Verbraucher prüfen neue Bezahltechnologien wie das kontaktlose Bezahlen genau, bevor sie diese einsetzen. Die Themen Sicherheit und Datenschutz sind dabei zentrale Aspekte. Auch Politik oder Verbraucherschutzverbände führen regelmäßig Diskussionen um Sicherheit und Datenschutz beim Bezahlen.

Die Deutsche Kreditwirtschaft bietet mit girogo eine Prepaid-Lösung zum Bezahlen von Kleingeldbeträgen auf Basis deutscher Sicherheits- und Datenschutzrichtlinien an.

Bei einer kontaktlosen Transaktion mit girogo werden keine Beträge vom Girokonto gebucht, sondern lediglich vom Guthaben auf dem Chip. Die Transaktion ist dabei für den Kunden schnell und bequem. Doch die Aussage „bezahlen im Vorbeigehen“, wie sie in der öffentlichen Diskussion gerne im Zusammenhang mit NFC-Bezahlsystemen verwendet wird, ist missverständlich. Der Chip auf der Karte muss zum Bezahlen mindestens zwei bis vier Zentimeter nah an das Terminal gebracht werden. Sobald sich die Karte dort befindet, muss sie für einen kurzen Zeitraum von mindestens 0,4 Sekunden – also für einen Zeitraum von zwei Wimpernschlägen – im schwachen Induktivfeld des Terminals gehalten werden. Auch wenn das Bezahlen somit unschlagbar schnell funktioniert: Ein bloßes Vorbeiführen der Karte löst keine Transaktion aus. Sofern beim Bezahlen an der Kasse eine Karte versehentlich mehrmals hintereinander an das Bezahl-Terminal gehalten wird, löst nur das erste Signal eine Transaktion aus. Alle für die Transaktion benötigten Daten werden auf Basis internationaler Sicherheitsvorgaben verschlüsselt an das Händler-

terminal übertragen. Hier befindet sich ein Sicherheitsmodul, die sogenannte Händlerkarte.

Die Deutsche Kreditwirtschaft nimmt das Thema Sicherheit und Datenschutz seit jeher sehr ernst. Bei der Umsetzung des kontaktlosen Bezahlens mit girogo hat sich die Deutsche Kreditwirtschaft auch bewusst dafür entschieden, dass der Chip lediglich pseudonymisierte Daten im Klartext enthält. Aus diesen Daten allein lassen sich keine personenbezogenen Informationen über den Karteninhaber oder dessen Kontoverbindung ableiten.

Warten gefährdet die gute Laune

Die Lösung: Neue Zigarettenautomaten mit Kontaktlos-Technologie

Oft fühlt sich der Zigaretteinkauf nach einer halben Ewigkeit an!

Viel schneller geht's **kontaktlos** mit der girogo-Funktion.



Im Überblick

Alle Vorteile von girogo am Automaten



- Die Karte kann nicht vergessen werden
- girogo ist von vornherein auf der Karte integriert
- Keine Kramerei nach Kleingeld
- Kein Stecken der Karte nötig
- Reduzierung des Kleingeldaufkommens
- Gutschrift der Einnahmen auf das Händlerkonto innerhalb eines Bankarbeitstages nach Einreichung
- Weniger Anreiz zu Vandalismus, weil weniger Bargeld im Automaten
- Besonders wirtschaftlich dank günstiger Konditionen
- Kontaktlos ist aktuell die schnellste, leichteste, bequemste Art zu bezahlen
- Keine Verschmutzung des Kartenschlitzes
- Altersverifikation und Bezahlen mit 1 Karte
- Garantierte Zahlungen
- Keine Online-Anbindung nötig
- Sehr sicher, dank Prepaid-Lösung und hoher Sicherheitsstandards der Deutschen Kreditwirtschaft

„Schatz, ich geh kurz Zigaretten holen?“ – wenn dieser Satz im Film kommt, taucht die Person meist nicht mehr auf. Die gute Laune von „Schatz“ dürfte dahin sein. In der Realität ist es zum Glück nicht ganz so, auch wenn der Zigarettenkauf sich gelegentlich wie eine Ewigkeit anfühlt. Denn oft fehlt nach Bestätigung des Alters auch das passende Kleingeld oder der Automat nimmt das vorhandene nicht an. Das wiederum dürfte die gute Laune des Zigarettenziehenden senken. Clevere Raucher können das mit ihrer GeldKarte-Funktion auf der girocard umgehen. Damit funktioniert nicht nur die Altersverifikation, auch das passende Kleingeld ist immer dabei, ganz ohne Kramen nach Münzen. Noch schneller geht es, wenn bequem mit der girogo-Funktion bezahlt wird. Kundenfreundlich mit moderner Technik, die bei Anwendern gut ankommt: Zigaretten wählen, Karte vor das Lesegerät halten und Altersverifikation wie auch Bezahlvorgang mit einem Schritt erledigen. Im girogo-Store in Hannover wurde im Rahmen des girogo-Pilotprojektes bereits der erste kontaktlosfähige Automat getestet.

Pilotphase für Hightech-Zigarettenautomaten

Federführer für das innovative Projekt ist der Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e. V. (BDTA) zusammen mit dem Automatenaufsteller tobacoland. Weitere Automatenaufsteller folgen mit Außenaufstellern, die zeigen sollen, dass die neue Technik sich unter realen Außenbedingungen, bei Wind und Wetter, bewährt. Im Frühjahr rüsten der Bundesverband der Vendngautomatenbetreiber (BDV) und die Hoellinger GmbH an den Bahnhöfen von Hannover, Braunschweig und Wolfsburg zunächst über 50 Snackautomaten auf girogo um. Weitere 150

folgen im Laufe des Jahres. Und auch beim Parken können Kunden girogo bald testen: Union-boden wird ihr Hauptparkhaus in der Oststraße in Hannover im Frühjahr auf girogo umrüsten. Und wenn in Zukunft jemand „nur schnell Zigaretten holt“, kann er schneller zurück sein als gedacht.

Was sagen Sie dazu?

Interview mit einem
Akzeptanzpartner

Hightech im Waschsalon

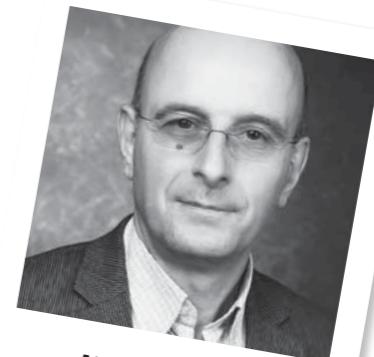
Herr Droste, Sie bieten bundesweit „Cashless Wash“ mit der GeldKarte an...



Über die Watroma GmbH

- Die Watroma GmbH bietet professionelle Wäscherei- und Kassientechnik an, von der Erstberatung bis zum Kundendienst.
- Zu den Kunden zählen Bauträger, Wohnungsbaugesellschaften, Hausverwaltungen, Waschsalons, Hotels, Krankenhäuser, Behindertenwerkstätten und viele weitere Branchen.

↗ Weitere Informationen: www.watroma.de



Martin Droste
Gesellschafter der Watroma GmbH

Wie kam es dazu?

Häufig sind noch Münzzähler und Münzschieber in Betrieb. Ein Hauswart muss bei Bedienproblemen, für Münzhandling und Abrechnung vor Ort sein. Technisch ist das auf dem Stand der 60er bzw. 70er Jahre. Doch die Bedingungen haben sich geändert. Kosten für Energie, Wasser und Personal sind gestiegen. Das kann mit Münzen schwer weitergegeben werden. Für einen Waschgang sechs 50-Cent-Münzen einzuwerfen ist nicht zeitgemäß. Wir waren daher auf der Suche nach einem praktischen, serviceorientierten Kassiersystem, das mit allen gängigen Gerätegenerationen von Miele und unserem Fernservice über GRPS kommunizieren kann. Da kam die GeldKarte ins Spiel. Gemeinsam mit unseren Partnern Inform und Miele haben wir an einer zukunftsorientierten Lösung gearbeitet und sind sehr zufrieden. Durch modulare Funktionen wie Zugangskontrolle lassen sich etwa Öffnungszeiten variabel regeln.

Wie sieht Ihre Bilanz der letzten zwei Jahre aus?

Wir sind sehr überzeugt von Cashless Wash. Die Akzeptanz der GeldKarte ist bei Betreibern und Nutzern gestiegen. Bei Erstausstattung entscheiden sich 80 % und im Ersatz- und Austauschgeschäft rund 50 bis 60 % unserer Kunden dafür. Ein großer Erfolg. Ende 2012 waren rund 220 Waschsalons und Gemeinschaftswaschküchen mit ca. 900 Geräten in Betrieb. Das bedeutet

aktuell ca. 700.000 GeldKarte- bzw. girogo-Transaktionen pro Jahr. Für 2013 rechnen wir deutschlandweit mit einem Zuwachs von ca. 300 Zahlungsterminals mit ca. 1.200 Waschendgeräten bei ca. 35 Betreibern. Ende 2013 dürften dann ca. 1.450.000 Transaktionen allein über Terminals mit GeldKarte bzw. girogo abgewickelt werden.

Wieso ist der Waschsalon und die Gemeinschaftswaschküche der ideale Ort für die GeldKarte bzw. girogo?

Die alten Systeme entsprechen nicht mehr den Anforderungen und sind von den Betreibern in den nächsten Jahren auszutauschen. Betreiber und Nutzer verbinden mit Cashless Wash und unserem Rundum-Service umfassenden Zusatznutzen. girogo ist die konsequente Weiterentwicklung beim Bezahlen sowie Laden der GeldKarte und beschleunigt den Prozess nochmals. Betreiber wünschen vermehrt girogo, was wir nun ebenfalls anbieten. In zwei Städten bei ca. 20 Terminals kann girogo schon im 1. Quartal 2013 genutzt werden.

Welche Vorteile hat die GeldKarte für Sie?

Hightech haben wir nun nicht nur beim Waschen, sondern auch beim Bezahlen. Die Geräte kommunizieren mit dem Bezahlterminal, welches mittels WLAN und GRPS mit unserem Datenserver und Fernservice verbunden ist. So können wir bundesweiten Vertrieb, Service und Betreuung realisieren und gespeicherte

GeldKarte-Umsätze aus der Ferne auslesen und abwickeln. Wir bieten neben dem automatisierten Auslesen und Weiterleiten der Umsätze umfassenden Service und Auswertungen sowie die Anpassung von Einstellungen an. Auch Bedienhilfe und Diagnose beim Kassiersystem und den Geräten. Und wir beraten bei der Ausstattung und der Gestaltung von Öffnungszeiten und Preisen.

Und für Ihre Kunden bzw. für den Endverbraucher?

Unsere Kunden sparen bares Geld beim Bargeldhandling, beim Personal, bei Bedienfehlern, in der Verwaltung und durch weniger Vandalismus. Münzkassiergeräte wurden häufig aufgebrochen. Die Kosten für Reparatur oder Austausch sowie Einnahmeausfälle können pro Jahr 4-stellige Beträge ausmachen. Und Preise sind nun viel schneller anpassbar – auch graduell. Zudem verlangen Verbraucher variable Preise, je nach Ressourcenverbrauch. All diese Anforderungen können wir nun erfüllen.

Wie sehen Ihre Pläne für die nächsten zwei Jahre aus?

Wir konzentrieren uns auf dynamische und zukunftsrechte Märkte, die offen für Innovationen, wie z. B. girogo, sind. Neben dem Waschen können wir uns auch vorstellen, zusätzliche Anwendungen mit der GeldKarte anzubieten.

Herr Droste, wir danken Ihnen für das Gespräch!

1 Jahr girogo

Auf die Plätze, fertig und los!

Wie schnell die Zeit vergeht! Willy Brandt wäre in diesem Jahr 100 geworden. Vor 44 Jahren stand Neil Armstrong als erster Mensch auf dem Mond. Und bereits 11 Jahre ist es her, dass wir uns von der D-Mark verabschiedet haben! girogo feiert nun auch sein erstes Wiegenfest. Zeit, einmal Resümee zu ziehen: Was waren die Ziele und wie gut wurden diese erreicht? Was ist geplant?

Viele starke Partner, ein Ziel

Bereits Ende 2011 gaben Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken die ersten girogo-fähigen girocards an ihre Kunden aus. Bis jetzt sind es mehr als eine Million Karten in der Pilotregion und rund 8 Millionen deutschlandweit.

Der Startschuss für girogo fiel mit der Pilotinstallation bei ausgewählten Handelspartnern in Hannover, wie Edeka, dm Drogerimärkten, Douglas Holding, Ditsch und Sanifair. Die Zahl der Akzeptanzstellen konnte bis Ende 2012 mehr als versechsfacht werden. So setzten in der Pilotregion zu diesem Zeitpunkt bereits acht große Handelspartner und mehr als 70 Einzelhändler mit insgesamt ca. 430 Filialen und knapp 1.200 Akzeptanzterminals auf girogo – mit steigender Tendenz. Wichtiger Meilenstein ist mit dem VfL Wolfsburg das erste Fußballbundesliga-Stadion in der Pilotregion. Denn Fans, die im Stadion schnell bezahlen, werden sicher auch die Vorteile außerhalb des Stadions erkennen. Aktuell bieten alle vier großen

Terminalhersteller in ca. 14 Modellvarianten ihre Terminals mit girogo im Markt an. Auch unter den Netzbetreibern war das Interesse für girogo von Beginn an groß. Aktuell unterstützen bereits sechs Netzbetreiber girogo. Darüber hinaus konnten Feinjustierungen am Pilot, mit Unterstützung aller Projektpartner, zuverlässig vorgenommen werden.

Entwicklung Transaktionen

Die vorläufigen Zwischenergebnisse zum Jahresende 2012 entsprechen der Pilotplanung. Von den in der Pilotregion ausgegebenen Karten sind gut 10% von den Nutzern geladen und aktiviert worden. Die beliebtesten Einsatzbereiche sind bislang Edeka und die dm Drogerimärkte. Der Braunschweiger zahlt dabei größere Beträge als der Hannoveraner oder Wolfsburger. Dafür setzen Hannoveraner die Karte öfters ein. Beim Einkauf im Supermarkt liegt die Bonsumme bei etwa 9 Euro, in der Drogerie um 6 Euro. Beim Bäcker ist der Bezahlbetrag naturgemäß mit im Schnitt 2 Euro

Information

girogo – Fakten im Überblick:

- **6 Netzbetreiber:** B+S, CardProcess, Douglas Informatik & Service, easycash, ICP, TeleCash
- **4 große Terminalhersteller:** CCV, ICP, Ingenico, VeriFone (weitere Hersteller sind ebenfalls in der Umsetzungsphase, z. B. Initiative-Mitglied FEIG ELECTRONIC)
- **1,3 Millionen Karten in der Pilotregion**
- **8 Millionen Karten deutschlandweit**
- **8 große Handelspartner** und mehr als **70 Einzelhändler in der Pilotregion**
- mehr als **430 Filialen** mit knapp **1.200 Terminals in der Pilotregion**
- mehr als **1.000 Filialen** deutschlandweit

girogo on Tour

Experten informieren bundesweit

Zur Einführung von girogo wurden nicht nur die Kunden aufmerksamkeitsstark angesprochen. Ziel des Piloten war auch, potenzielle Handelspartner zu informieren.



NFC

Im Oktober 2012 fand das alljährliche **Herbstforum des Verbands für automatische Identifikation, Datenerfassung und Mobile Datenkommunikation (AIM)** statt. Unter dem Thema „Contactless Micro Payment in der Praxis – girogo: Ergebnisse und Erfahrungen vom Feldtest“ wurde girogo vorgestellt.

Parken

Im November stellte das girogo-Team die kontaktlose Bezahlfunktion speziell für die Parken-Branche beim **Kompetenzforum Parken** in Würzburg vor.

Handelsblatt/Tankstellen

Auf der **UNITI** im Januar 2013 und der Handelsblatt Jahrestagung zu Tankstellen und Convenience Shops im Februar informierte das girogo-Team die Branche, in der die erste girogo-Transaktion durchgeführt wurde, über erste Ergebnisse aus dem girogo-Piloten.

Vending

Auf der **Vending** am 06.11.2012 konnte sich die Vending-Branche über Informationen zum Piloten der Deutschen Kreditwirtschaft freuen.

→ girogo auf Tour im Fachaustausch:
Die Multi Channel Payment Days

Bei der **Roadshow in Hamburg, Köln und München** wurde girogo der Payment-Branche präsentiert.

Von Alaska bis Australien

NFC-Technologie international

NFC-Technologie hält immer häufiger Einzug in unseren Alltag. NFC ist ein Standard zur Übertragung von Daten. Den Einsatzmöglichkeiten und Ideen sind kaum Grenzen gesetzt. Sie ist vielfältig und im Alltag praktisch wie ein Schweizer Taschenmesser. Besonders beliebt und populär ist das kontaktlose Bezahlen mit NFC-Technologie. Allen voran in [KANADA](#), dem Vorreiter des kontaktlosen Bezahlens. Hier gibt es pro Kopf die meisten NFC-Bezahlterminals weltweit.



USA

Hier sorgt NFC sogar für guten Schlaf. Beim System SleepTrack werden mit einem Armband verschiedene Daten gemessen, zum Beispiel, wie aktiv Sie sind. Diese Karte wird am nächsten Morgen über ein NFC-fähiges Mobiltelefon ausgelesen und mit einer App auf dem Telefon analysiert. Die Daten werden für den Nutzer oder auch einen Arzt grafisch aufbereitet. So entsteht ein eigenes Schlaflabor zu Hause im gewohnten Umfeld.



SPANIEN

Neue Technologien bringen immer auch skurrile Anwendungen mit sich: So haben in Barcelona auch Party-Gänger die NFC-Technologie für sich entdeckt. Im Baja Beach Club können sich Stammgäste direkt vor Ort einen NFC-Chip implantieren lassen. Sobald der Gast dann an einem Lesegerät vorbeigeht, weiß das Personal, wen es vor sich hat. Mit einer Handbewegung können die Gäste dann auch ihre Getränke bezahlen. Das Portemonnaie ist damit beim Clubbesuch nicht mehr nötig. Weltweite Aufmerksamkeit hat sich der Club so gesichert.



ARGENTINIEN

Die Weinkellerei „Bodega Norton“ spart sich mit NFC-Technologie eine Menge Arbeit. Eine Logistik-Lösung auf NFC-Basis ersetzt das bisherige papierbasierte System zur Erfassung der Erntemenge für jeden Arbeiter, auf deren Basis die Löhne errechnet werden. Jeden Arbeiter kostete diese Erfassung seither einen Tag pro Woche, an dem er keinen zusätzlichen Lohn verdiente, und in der Kellerei gab es keinen Nachschub an Trauben zur Weinherstellung. Mit dem neuen System erhält jeder Erntearbeiter ein NFC-Armband und die Erntegläser sind mit einem NFC-Tag versehen. Wenn ein Arbeiter ein gefülltes Gefäß abgibt, wird ihm das Guthaben des entsprechenden Gefäßes mittels eines Mobiltelefons auf sein Armband gebucht. Die Effizienz des Systems sorgt dafür, dass die Arbeiter mehr verdienen, weil sie ihre komplette Arbeitszeit für das Ernten aufwenden können. So wird auch das Unternehmen attraktiver und kann bessere Arbeitskräfte beschäftigen.



BELGIEN

Wieviel Spaß ein Vergnügungspark macht, können Besucher des belgischen Walibi Parks jetzt so schnell und einfach wie nie zuvor ihren gebliebenen Freunden mitteilen. Besucher registrieren sich vorab im Internet und erhalten für den Parkbesuch ein NFC-fähiges Armband. Bei acht Attraktionen wurde ein „Totem“ aufgestellt, vor das die Besucher ihr NFC-Armband halten. Das System sorgt dafür, dass vom Facebook-Account des Besuchers sofort eine Nachricht zu dieser Attraktion gepostet wird.



ÖSTERREICH

Unser Nachbarland hat NFC-Technologie auch für den Bereich Zugangskontrolle für sich entdeckt. Mobilfunkbetreiber A1 hat das System „Airkey“ erfolgreich getestet, das in Zusammenarbeit mit einem Hersteller von Türschlössern, einem IT-Unternehmen und der Technischen Universität Wien entwickelt wurde. Über ein NFC-fähiges Mobiltelefon erhalten Berechtigte Zutritt zu sonst verschlossenen Räumen.



VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE

In Zusammenarbeit mit dem Mobilfunkbetreiber Etisalat wird die Emirates Identity Authority, die für Ausweise und Melderegister in den Vereinigten Arabischen Emiraten verantwortlich ist, eine neue NFC-Lösung entwickeln. Ziel ist, die Ausweisdaten von Bürgern und Einwanderern über NFC-fähige Mobiltelefone auslesen zu können.



THAILAND

In Bangkok essen gehen und wissen, was auf dem Teller landet? In einem lokalen Restaurant ist das auch für Touristen kein Problem. Kunden bestellen ihr Wunschgericht nicht beim Personal, sondern einfach mit dem Handy über einen NFC-Tag. Weil die Karte so leicht in vielen verschiedenen Sprachen angeboten werden kann, erleichtert das die Verständigung. Außerdem beschleunigt das System den Bestellprozess für Kunden. Denn wer sich entschieden hat, kann seine Bestellung sofort aufgeben, ohne auf die Bedienung zu warten.



AUSTRALIEN

Im Skiorort Falls Creek wurden 50 Geschäfte mit NFC-Technologie ausgestattet. Mit Hilfe von NFC-fähigen Handys können Gäste sich mit den Geschäften über angebrachte NFC-Tags verbinden. Sie erhalten jede Menge Informationen und verschiedenste lokale Angebote. Jedes Geschäft kann für wenige Dollar an dem Programm teilnehmen, die Einrichtung ist in Minuten fertig. Mit einem Online-Tool können sie dabei eine zugehörige Seite einrichten und Kunden Coupons, Rabatt-Gutscheine, Links zu Social-Media-Seiten und Links zu Webseiten anbieten.

In vielen Ländern vertreten

Einfach und nützlich muss es sein!

Erste Einblicke zur Akzeptanz kontaktlosen Bezahls

Es gibt kaum einen Marktteilnehmer oder Experten der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT), der keine dezidierte Meinung über die Zukunft der Near Field Communication vertritt. Gerade Mobiles Bezahlen steht im Mittelpunkt der Diskussion. Zu Recht, sagt das Forscherteam vom Center for NFC Management, Hannover.



NFC ist weit mehr als Mobile Payment

Aus Sicht der Wirtschaftswissenschaften ist NFC ein Versuch, in immer komplexeren Lebenswelten eine für jedermann erreichbare Schnittstelle zur digitalen Umwelt zu etablieren. Doch für die Verbreitung ist es unabdingbar, dass alle am Leistungsprozess beteiligten Unternehmen durch ein Revenue Sharing profitieren. Teilbare Erlöse lassen sich bei der Transaktionsabwicklung besser generieren als bei der Datenübertragung der Urlaubsfotos vom Handy auf den PC.

Doch wie sieht es am anderen Ende der Wertschöpfungskette aus? Am Ende ist es der Verbraucher, der über den wirtschaftlichen Erfolg einer Innovation entscheidet. Unabhängige Metastudien zu NFC-Anwendungen und Mobile Payment existieren kaum und Einstellungen zu Konstrukten, wie Vertrauen oder Zahlungsbereitschaft, lassen sich schwer erfassen bzw. kaum valide prognostizieren.

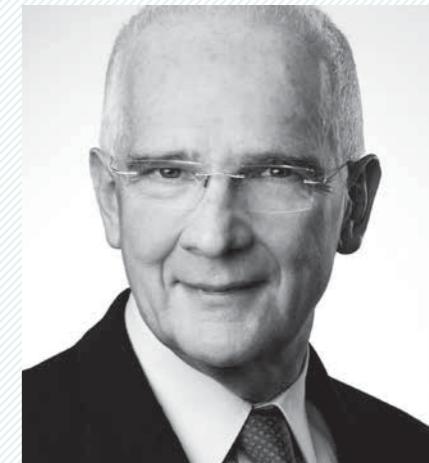
Einen ersten Hinweis auf Faktoren, die für die individuellen Wertegrößen von Relevanz sind, kann das in der wissenschaftlichen Literatur vielzitierte Technology Acceptance Model von Fred Davis liefern. Nur wenn eine neue Technologie einfach zu nutzen ist (Ease of Use) und einen konkreten Mehrwert bietet (Usefulness), kann ein hohes Akzeptanzmaß erreicht werden.

Um die Erfolgsaussichten für millionschwere Investitionen in eine Kontaktlos-Infrastruktur zu berechnen, ist eine Betrachtung über ein Zwei-Faktoren-Modell hinaus notwendig. Es sollten systemische Rahmenbedingungen integriert werden – auch aus Anwendersicht, z. B. die Zahl der Akzeptanzstellen, die spezifische Reputation des Anbieters oder die wahrgenommene Sicherheit der Technologie. Dies verdeutlicht die Stärke kartenbasierter Systeme. Als konventionelle, kontaktgebundene Lösung sind sie quasi ubiquitär verfügbar und werden durch langjährigen Einsatz als sehr sicher wahrgenommen. Die

Chancen für eine große Zahl zufriedener Nutzer stehen gut, wenn neue Leistungsmerkmale wie Schnelligkeit und Bequemlichkeit hinzukommen. Entscheidend ist bei der Migration von kontaktgebundenen zu kontaktlosen Bezahlösungen ein weiterer, verhaltenswissenschaftlicher Aspekt. Die Fähigkeit, gelernte Verhaltensmuster zu verändern, wird beim Übergang von kontaktgebundenen zu kontaktlosen Kartensystemen deutlich weniger stark beansprucht als beim sofortigen Wechsel von der girocard zum Smartphone. Und nicht jeder Bankkunde besitzt ein Smartphone oder kann sich die neueste, NFC-fähige Smartphone-Generation leisten. Das ist für eine Bank mit vielen Millionen Bestandskunden, im Vergleich zu einem Handyhersteller mit gänzlich anderem Versorgungsauftrag, ein wichtiger Gesichtspunkt.

Allerdings darf bei all diesen Überlegungen eines nicht vergessen werden: Das Bezahlen an der Kasse im Supermarkt ist kein Selbstzweck und dient immer der Nutzenstiftung an anderer Stelle. Wenn ein neues Bezahlsystem in der Anwendermasse also nicht seiner selbst wegen Verbreitung und Akzeptanz findet, muss es durch andere Mehrwerte positiv aufgeladen werden. Das Marketing wird sich hier einer breiten Palette an Möglichkeiten bedienen – egal, ob für das NFC-Smartphone oder die kontaktlose GeldKarte. Letztere ist bereits heute eindrucksvoll in der girogo-Testregion zu bestaunen.

Center for NFC Management



Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedemann



Dr. Marc-Oliver Reeh

Das Center for NFC Management, angegliedert an die Leibniz Universität Hannover, ist eine unabhängige Technologie- und Managementberatung und zugleich das bundesweit größte NFC-Netzwerk. Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann ist Direktor des Instituts für Marketing und Management und Sprecher des CNM. Dr. Marc-Oliver Reeh ist Experte für NFC-Lösungen und seit 2011 mit der geschäftlichen Leitung des CNM beauftragt.



Stadionbefragung: Welche Karten kommen an?

Laufbereitschaft, enge Manndeckung, vor allem jedoch viel Körpereinsatz kennzeichnen eine „packende“ Spielweise. Das mag die Fans begeistern, doch das erwünschte Fair Play bleibt dabei unter Umständen auf der Strecke. Und abseits vom Rasen, beim Einlass in das Stadion oder an den Verpflegungsständen, finden Fans es ohnehin nicht gut, wenn es in der Schlange ruppig zugeht. Sie wollen schnell ins Stadion, ohne langes Anstehen für Verpflegung sorgen, und dann ab auf die Ränge.

Kein Wunder also, dass bei den Fans kontaktloses Bezahlen mit einer Stadionkarte gut ankommt: Für 66% ist kontaktloses Bezahlen bequemer als der Griff zu Münzen. 68% geben an, dass es schneller ist. Diese klaren Aussagen sind das Ergebnis einer repräsentativen Online-Befragung von EARSandEYES im Auftrag der EURO Kartensysteme im Juli und August 2012. Befragt wurden 807 Fans deutscher Fußball-Bundesligisten.

Die Vorteile für die Fans liegen auch nach dem Anpfiff auf der Hand: Bevor es die kontaktlose Stadionkarte gab, blieb Fans in der Halbzeitpause nur die Wahl, entweder schon Minuten vor dem Halbzeitpfiff Richtung Imbissstand aufzubrechen oder wertvolle Minuten der zweiten Halbzeit in der Schlange zu verbringen.

„Diese Zeiten sind bei unseren Stadionbetreibern seit der Einführung des kontaktlosen Bezahlens mit der girogo-Funktion auf der Stadionkarte vorbei“,

freut sich Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e. V.

Stadionkarte auch im Alltag praktisch

Was im Stadion so praktisch ist, wollen Karteninhaber auch im Alltag nutzen können. 54% der deutschen Fußballfans, die im Stadion schon kontaktlos gezahlt haben, möchten die Vorteile auch außerhalb des Stadions nutzen. Ganz oben auf der Liste der Wunsch-Einsatzorte stehen Parken (80%), Tickets im öffentlichen Nahverkehr (75%) und Tanken (61%). In den vergangenen Jahren wurden von der Deutschen Kreditwirtschaft bereits erfolgreich Pilotprojekte zum kontaktlosen Bezahlen bei Großveranstaltungen umgesetzt. Mit den GeldKarte-Stadionlösungen können die Fans bereits seit 2009 in Leverkusen kontaktlos im Stadion bezahlen. Dasselbe gilt für die kontaktlosen Stadionkarten der Profis vom 1. FSV Mainz 05 (seit 2011) und FC Ingolstadt (seit 2012).

Spitzenreiter unter den Argumenten für die GeldKarte-Lösung ist und bleibt jedoch das offene System. Fans können das Guthaben auch außerhalb der teilnehmenden Stadien einsetzen.

„Das ist eben Fair Play bzw. Fair Pay abseits des Rasens“,

bringt Limburg die Besonderheit der offenen Stadionlösung auf den Punkt.

Der große Zuspruch der Fans, aber auch die hervorragende Zusammenarbeit mit Vereinen und Stadionbetreibern hat dann auch weitere Verantwortliche für Großveranstaltungen auf das GeldKarte-System aufmerksam gemacht. „Es gibt heute auf dem Markt viele NFC-Lösungen. Für Betreiber ist aber oft auch solch ein großer und verlässlicher Partner wie die Deutsche Kreditwirtschaft entscheidend. Unsere Partner vertrauen auf die Kompetenz

der Deutschen Kreditwirtschaft bei der Abwicklung von Finanztransaktionen sowie auf die große Verbreitung des offenen Systems GeldKarte bzw. girogo“, so Limburg weiter. Und die Entwicklung geht weiter:

Gerade die Vereine, die zukünftig ein elektronisches System implementieren möchten, beobachten mit besonderem Interesse die Entwicklung der neuen kontaktlosen Variante „girogo“ in Wolfsburg: Seit dem Start der Rückrunde 2012/13 können die Inhaber einer VfL KARTE auch außerhalb der Volkswagen-Arena an allen girogo-Akzeptanzstellen in der Pilotregion kontaktlos mit ihrem Guthaben auf der neuen Stadionkarte zahlen.

„Die Studie zeigt, dass Fair Play und eine gute Technik nicht nur auf dem Rasen gut ankommen, sondern eben auch abseits des Spielgeschehens an der normalen Kasse beim Einkaufen.

Wir dürfen gespannt sein, wie die Wolfsburger Fans das Bezahlen mit ihrer FanKarte außerhalb des Stadions annehmen“,

weiß Ingo Limburg.

Was sagen Sie dazu?

Interview mit 3 Fans



Das sagen Fußballfans zu Stadionkarten!

Die Fans sind sich einig: Karte auf den Bezahlsteller legen – fertig!

Das geht richtig schnell und spielend einfach. Das haben uns die Besucher der Stadien in Leverkusen, Mainz und Ingolstadt verraten.

GeldKarte-Stadionsystem bei Fans besonders beliebt

Zwei Drittel der Bundesliga-Vereine setzen bereits auf eine Stadionkarte. 63 % der Fußballfans finden das Bezahlen mit der Club-Karte praktischer als mit Bargeld. Allerdings kommen die verschiedenen Systeme unterschiedlich gut an. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Online-Befragung von EARSandEYES im Auftrag der EURO Kartensysteme im Juli und August 2012 unter 807 Fans deutscher Fußball-Bundesligisten. Parallel hierzu wurden 1076 Fans von Mainz 05 und 839 Fans von Bayer 04 Leverkusen befragt. Beide Stadien setzen auf das Geldkarte-System. Die Ergebnisse zeigen: Hier sind die Fans zufriedener als bundesweit.

Statistik

Die Meinung der Mainzer und Leverkusener im Überblick:



Christian Lindermayer, 31



Rasmus Klemm-Mayer, 25

Lehrer an der Beruflichen Oberschule in Ingolstadt für die Fächer Mathematik und Wirtschaft

„Als Ingolstädter besuche ich gerne ab und zu Spiele des FC Ingolstadt 04, so etwa im August 2012 beim Freundschaftsspiel gegen den 1. FC Nürnberg. Als Gelegenheitsbesucher habe ich keine Dauerkarte, das Ticket hatte ich deshalb noch nicht als e-Ticket erhalten. Bei diesem Vorbereitungsspiel habe ich dann gleich eine Stadionkarte erworben. Dabei habe ich erfahren, dass ich auch den GeldKarte-Chip auf meiner girocard im Stadion nutzen kann. Diese Möglichkeiten der bargeldlosen Bezahlung im Stadion finde ich prima und sehr fanfreundlich. Gekauft habe ich eine Currywurst und eine Apfelsaftschorle – das ging richtig flott. Mit der Karte ist das Bezahlen auch hygienischer, wenn die Verkäufer hinter der Theke nicht mit Bargeld hantieren müssen. Ich würde es sehr begrüßen, wenn der GeldKarte-Einsatz in allen Stadien der ersten und zweiten Bundesliga möglich wäre.“

Student Lehramt Gymnasium

„Bei der Einführung des Stadionsystems in der neuen BayArena 2009 hatte ich eine Dauerkarte und war ständig im Stadion. Jetzt studiere ich in Marburg und bin eher ab und an auf den Rängen, z. B. letzten April. Das Ticket war auf der Karte digital hinterlegt. Am Anfang war ich skeptisch, aber mittlerweile finde ich das richtig gut. In der Halbzeitpause habe ich mir eine leckere Bratwurst geholt und mit dem Guthaben auf der BayArena Card bezahlt. Das geht richtig schnell. Generell finde ich es für regelmäßige Stadiongänger besser als zu Bargeldzeiten. Wenn man nichts mitnehmen muss, kann man auch nichts verlieren. Leider kann man nicht in jedem Stadion seine girocard einsetzen. Als Gast in einem Stadion eine Extra-Stadionkarte zu brauchen, finde ich nicht so gut.“

Bankkauffrau aus Mainz

„Bei einem Junggesellenabschied vor ca. 4 Jahren habe ich ein paar Mädels kennengelernt, die Fußball spielen. So bin ich dann selber Freizeitspielerin geworden. Seitdem schaue ich auch gerne mal ein Spiel an. Seit das neue System in der Coface Arena eingeführt wurde, habe ich auf meiner Dauerkarte sowohl das elektronische Ticket als auch die GeldKarte-Bezahlfunktion. Und wenn ich mir in der Halbzeitpause Bratwurst und Cola hole, muss ich nicht mehr zählen, wieviel Kleingeld ich aus dem Portemonnaie fischen muss – das spart Zeit. Besonders gut finde ich, dass das Aufladen der Karte an den Info-points vor dem Stadion so schnell geht.“



Katja Schmale, 22



Champions in Sachen Fußball und Technik

FC Ingolstadt 04

Stolz ist Thorsten Brieger, Merchandising-Leiter vom FC Ingolstadt, wenn er über das neue Stadion des Fußball-Zweitligisten spricht:

„Wir haben den Profi-Fußball nach Ingolstadt geholt – jetzt brauchten wir auch ein professionelles Zuhause für uns und die Fans“,

sagt Thorsten Brieger.

Der junge Verein hat in den letzten zehn Jahren eine steile Karriere hingelegt. In der Saison 2010/11 wurde der Audi-Sportpark mit rund 15.000 Zuschauerplätzen eröffnet. Nach der Neugründung des Vereins am 1. Juli 2004 schafften die Ingolstädter innerhalb von vier Jahren den Sprung von der Bayernliga in die Zweite Bundesliga. Nach dem 12. Platz in der vergangenen Spielzeit geht es in der laufenden Saison darum, sich weiter zu etablieren und die 40-Punkte-Marke zu knacken.

Professionalles Stadion – professionalles Bezahlsystem

Der Anspruch in Ingolstadt ist nicht nur sportlich hoch, auch bei der Ausstattung des Stadions wurde auf Siegerqualitäten gesetzt: Pünktlich zum Start der aktuellen Saison haben alle Dauerkartenbesitzer eine neue Fan-Karte auf Basis der etablierten Geld-Karte-Stadionlösung erhalten. Zum schnellen und bequemen Bezahlen ist die kontaktlose Bezahlfunktion girogo integriert. Doch nicht nur das: Auf der Stadionkarte der Dauerkartenbesitzer ist gleichzeitig das E-Ticket für den Einlass hinterlegt. Die Vorteile für Verein und Stadionbetreiber liegen auf der Hand. Je schneller Ticketing und Abverkauf funktionieren, desto zügi-

ger kommt der Fan ins Stadion und desto mehr Zeit bleibt für Würstchen, Bier und Co. Zudem sparen Betreiber durch geringere Kosten für Bargeld-handling. „So wird sich die Investition in das neue System für uns schon in wenigen Jahren amortisieren“, schätzt Brieger. Das System der Deutschen Kreditwirtschaft lohnt sich so nicht nur für etablierte Erstligisten mit großer Fanbasis, sondern auch für ambitionierte Zweitligisten.

Ein Sieg für alle Fans

„Ziel war es, ein Stadionsystem zu implementieren, dass nicht nur technisch hervorragend ist, sondern auch von den Fans sehr gut angenommen wird“, beschreibt Brieger die Entscheidungskriterien. „Mit dem Fokus auf ein fanfreundliches System war klar, dass die Wahl nur auf ein offenes System fallen kann.“ Dabei können die Karteninhaber ihr Guthaben auch außerhalb ihres Stadions einsetzen – an mehr als 420.000 GeldKarte- und girogo-Akzeptanzstellen.

Lange suchen müssen die Fans danach nicht: Aufkleber an den Parkuhren in der Ingolstädter Innenstadt weisen darauf hin, dass Gebühren nicht nur mit dem Guthaben auf dem Chip der girocard bezahlt werden können, sondern auch mit dem Geld auf der Stadionkarte.

Weiteres Plus: Gelegenheitsbesucher müssen sich nicht extra eine Stadionkarte kaufen, denn das offene System funktioniert auch andersherum: Sie können in der Arena einfach den GeldKarte-Chip ihrer girocard nutzen. Immerhin sind über 92 Millionen, also fast 99 % aller girocards in Deutschland, bereits mit einem GeldKarte-Chip ausgestattet. Einige Millionen Bank- oder Sparkassenkarten tragen auch schon die Funktion girogo in sich.

1:1

Mit der Stadionkarte punktet jeder



„Das offene System, gepaart mit einer bereits etablierten, bewährten und sehr zuverlässigen Lösung, hat uns überzeugt“,

so Thorsten Brieger.

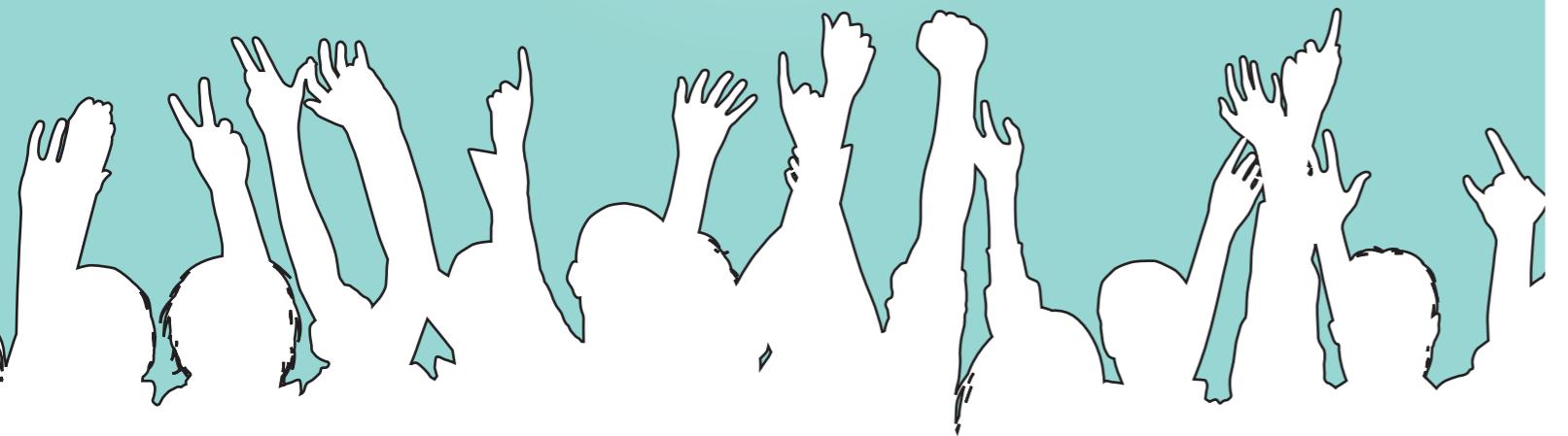
Für die Fans ist das moderne Bezahl-system ein voller Erfolg. Da sie ihr Gut-haben an vielen attraktiven Akzeptanz-stellen im Alltag einsetzen können, entfällt das lästige Entladen des Gut-habens nach dem Spiel und es droht kein „Schlummergegroshen“. Mit Span-nung wartet man in Ingolstadt auf die ersten kontaktlosen Akzeptanzstellen außerhalb des Stadions.

„Für unsere Fans bedeutet das dann, dass sie ihre Stadionkarte auch bequem außerhalb des Stadions kontaktlos einsetzen können. Wenn dann beim Bäcker oder im Schnell-restaurnat um die Ecke mit girogo kontaktlos bezahlt werden kann, macht das natürlich auch unsere Stadionkarte noch attraktiver“, so Brieger weiter.

Somit steht fest: Egal, wann ein wei-terer unerwarteter Aufstieg in Ingol-stadt gelingt, beim Thema Zahlkomfort im Stadion ist der Verein bereits jetzt erstklassig.



Kleiner Chip – große Beliebtheit



Allensbach-Studie zur GeldKarte

Herbert Grönemeyer besingt nicht umsonst in seinem Klassiker Mambo seine verzweifelte Parkplatzsuche. Am Ende findet er keinen Parkplatz und kommt zu spät zu seinem Schatz. Im Großstadtgetümmel sind GeldKarte-Fans Experten, wenn es darum geht, schnell und bequem durch den Alltag zu kommen. Zwar kann auch die GeldKarte keine Parkplätze freischaufeln, aber wenn der Nutzer seinen Parkplatz glücklich gefunden hat, spart er sich das nervige Kramen nach Kleingeld und zückt gern zum Bezahlen der Groschen die GeldKarte. Mehr als ein Drittel der GeldKarte-Nutzer setzen ihren Prepaid-Chip im Parkhaus oder am Parkautomaten ein. Das ist das Ergebnis einer jährlichen repräsentativen Befragung des renommierten Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der EURO Kartensysteme zur Akzeptanz des Chips der Deutschen Kreditwirtschaft. Im Juli 2012 wurden hierbei 1.615 Bundesbürger befragt. Auch im Öffentlichen Nahverkehr zahlen Verbraucher Kleingeldbeträge gerne mit dem Chip. 29 % der Befragten kaufen ihren Fahrschein bargeldlos per GeldKarte.

Großes Potenzial für kleine Beträge

Dass damit noch lange nicht das gesamte Potenzial des Systems ausgenutzt ist, sehen auch die Verbraucher. 70 % der Nutzer wünschen sich jenseits der etablierten Akzeptanzstellen noch mehr Anwendungen im Alltag, um Kleingeldbeträge mit dem Chip zu begleichen. Ganz oben auf der Wunschliste stehen Supermärkte und Tankstellen. Hier wünschen sich rund 40 % der Deutschen mehr Einsatzmöglichkeiten für den goldenen Chip. Optionen in Schwimm- und Erlebnisbädern sowie in Sport- und Erlebnisarenen – also beispielsweise auf Konzerten – wären bei rund einem Drittel der Nutzer ebenfalls gern gesehen.

Auch kontaktlos hohe Akzeptanz

Innovationen wünschen sich Anwender nicht nur in Bezug auf das „Wo“ bargeldlos Kleingeldbeträge beglichen werden könnten, sondern auch in Bezug auf das „Wie“. 69 % der Nutzer konnten sich kurz nach Pilotstart der Deutschen Kreditwirtschaft im Juni 2012 laut Allensbach-Befragung vorstellen, die GeldKarte auch zum kontaktlosen Bezahlen zu verwenden. Besonders unter den jungen Anwendern ist die Akzeptanz des kontaktlosen Bezahlsystems sehr hoch. So äußerte die Hälfte der unter 30-jährigen ein klares „Ja“ zu dieser berührungslosen Bezahlvariante. Aber auch bei der neuen Variante ist das Ende der Fahnensäule noch lange nicht erreicht: 80 % der befragten Bürger befürworten weitere Einsatzmöglichkeiten für die kontaktlose Bezahlfunktion. Ganz typisch: Unter den GeldKarte-Fans wünschen sich mehr als die Hälfte der Befragten kontaktloses Bezahlen beim Parken und im öffentlichen Nahverkehr.

„Kein Wunder, denn sie wissen vom kontaktbehafteten Einsatz zu schätzen, wieviel Zeit sie sparen, wenn nicht nach Kleingeld gekramt werden muss. Und wenn das dann noch bequemer geht, indem die Karte nur noch an ein Bezahlterminal gehalten werden muss, umso besser.“

Ingo Limburg, Leiter Marketing GeldKarte und girogo bei der EURO Kartensysteme.

Nicht nur zum Bezahlen gut

Der GeldKarte-Chip kann noch einiges mehr, als den Alltag beim Bezahlen zu erleichtern: Die Verbraucher schätzen gerade die wichtigen gesellschaftlichen Funktionen des Chips. An erster Stelle steht dabei das Jugendschutzmerkmal, z. B. zur Altersverifikation am Zigarettenautomaten. 91 % der Befragten unterstützen dies. 85 % der Bürger halten den Einsatz des Chips zur Bestätigung des Alters am Spielautomaten oder auf Internetseiten mit Inhalten ab 18 Jahren für sinnvoll.

Diskrete Subventionierung, beispielsweise in der Schulverpflegung, finden rund zwei Dritteln der Befragten gut. Mit dem GeldKarte-System in der Mensa erhalten Kinder aus sozial schwächeren Familien einen günstigeren Preis, jedoch ohne dass dieser am Terminal angezeigt wird. Stigmatisierung hat hier keine Chance. So erleichtert die Technik der Deutschen Kreditwirtschaft den Alltag für kleine und große Nutzer gleichermaßen.



girogo macht Schule

Das schnellste Mittagessen Deutschlands

Gäbe es einen Preis dafür, so ginge dieser sicher an die Private Real- und Wirtschaftsschule Krauß (PWK) in Aschaffenburg. Als erste Schule in Deutschland setzt die offene Ganztagsschule bereits seit Mai 2012 in der Mensa auf die schnelle und bequeme Kontaktlos-Bezahlfunktion girogo. Die Essensausgabe funktioniert damit nicht nur für die Kantinemitarbeiter schnell und reibungslos. Auch die Schüler freuen sich über noch mehr Zeit in der Pause.

Die PWK bietet nach dem verpflichtenden Unterricht am Vormittag ein umfassendes Freizeit- und Zusatzprogramm am Nachmittag für Freiwillige. Zur Wahl stehen unter anderem ein Schüler-Konzentrationstraining oder gezielte Förderung bei Lese- oder Rechtschreibschwäche. Wegen des attraktiven Programms verbringen immer mehr Schüler den ganzen Tag in der Schule. Der schulischen Verpflegung kommt immer größere Bedeutung zu. Täglich zwischen 12:30 und 14:00 Uhr gibt es in der Mittagspause einen großen Ansturm auf das Mittagessen.

Damit die Pause auch wirklich Pause ist

„Um eine maximale Leistungsfähigkeit der Schüler zu unterstützen, ist es unbedingt notwendig, eine gesunde, nahrhafte und ausgewogene Ernährung zu gewährleisten“, ist Franz Schuck von der PWK überzeugt.

Die Schüler sehen das offensichtlich genauso und warten ungeduldig und hungrig auf die Pause, um sich nach dem schier endlosen Vormittagsunterricht ein leckeres Essen zu sichern. „Neben der Nahrungsaufnahme bietet die Zeit des Mittagessens aber auch Raum für Erholung und Entspannung. Zudem fördert das gemeinsame Essen das Leben in der Gemeinschaft und ermöglicht eine klassen- und altersübergreifende

de Kommunikation“, so Schuck weiter. Damit das funktioniert, muss das System für die Essensausgabe reibungslos, schnell, aber auch einfach ablaufen. Die Schüler wählen und bestellen ihr Mittagessen auf der Homepage der PWK. Das geht bereits einige Tage im Voraus, ist aber noch bis zur großen Pause des gleichen Tages möglich. Danach halten sie an der Essensausgabe nur noch ihre girogo-fähige Karte vor das Bezahlterminal – fertig. Guthaben laden die Kinder ganz bequem am Geldautomaten ihrer Bank oder Sparkasse.

Alle Beteiligten profitieren

Die Bezahlung erfolgt in Sekunden-schnelle, lange Warteschlangen gehören der Vergangenheit an. Das System funktioniert komplett intuitiv. Die Schüler lernen spielerisch den verantwortungsvollen Umgang mit Geld und die Funktionsweise von modernen Bezahl-systemen in einem Prepaid-Verfahren. Vielleicht liegt es gerade daran, dass der ein oder andere Schüler das System benutzt, um sich etwas in Szene

zu setzen. Kein Wunder, denn es sieht ziemlich cool aus, wenn ein Schüler betont lässig am Bezahlterminal vorbeischlendert und mit nur einer kurzen Handbewegung bezahlt.

Zusätzlich benötigen die Schüler weniger bis gar kein Bargeld für die Schule. Das Bargeld kann so nicht verloren oder gar für Süßigkeiten verwendet werden. Überhaupt steht die Sicherheit bei girogo im Vordergrund, denn es basiert auf den strengen Anforderungen der Deutschen Kreditwirtschaft. Und dank der Transaktionshistorie behalten Schüler und Eltern stets den Überblick.

Die Schulverpflegung mit girogo kommt aber nicht nur den Schülern zugute, sondern erleichtert auch dem Personal das Leben. Die Mitarbeiter können sich ganz auf die Zubereitung und Ausgabe der Speisen konzentrieren, ohne Geld zählen und Rückgeld geben zu müssen. Dabei schätzen alle auch den Hygienefaktor: Geld geht durch viele Hände und dann über die Theke. Außerdem spart der Betreiber beim teuren Bargeldhandling.

Somit war die Einführung von girogo nur ein logischer Schritt für die Schulleitung. Das Angebot an der PWK kann durchaus als richtungsweisend angesehen werden. Denn Warteschlangen vor der Essensausgabe sollten auf jeden Fall kein Teil des Schulalltags sein. Das Bezahlen mit girogo ist daher auch beim Pausenverkauf am Vormittag möglich. Da überrascht es nicht, dass die Schule girogo weiterempfiehlt.





DANKE FÜR
MEHR CHANCEN



Ich bin ein Fan der Bildungchipkarte

Mit dem Bildungspaket hat die Bundesregierung eine bildungspolitische Kraftanstrengung hingelegt. Das Bundesverfassungsgericht hat hier klare Entscheidungen gefällt. Wir haben im Haushalt zusätzlich 1,7 Milliarden Euro investiert, um den „vergessenen Kindern“ der Hartz-IV-Reformen nachträglich eine gute Fördermöglichkeit zu gewähren.

Mehr Bildung – mehr Chancen

Das Bildungspaket folgt der großen Leitidee: Chancen eröffnen. Es gibt 2,5 Millionen bedürftigen Kindern mehr Zukunftschancen.

Inzwischen wird dieses Bildungspaket nach umfangreicher Informationsarbeit in zentralen Bereichen gut angenommen. Insbesondere beim Schulseßen, bei der Teilnahme an Ausflugsfahrten und bei der Förderung von Vereinsmitgliedschaften wirken die Bildungsangebote. Zur Wahrheit gehört auch, dass gerade beim Nachhilfeunterricht das Paket nicht erfolgreich ist.

Weniger Bürokratie wünschenswert

Sicherlich ist der bürokratische Kompromiss mit dem Bundesrat eine der Ursachen. Gerade beim Bildungspaket sollten die Familien selbst einen unkomplizierten Zugriff auf die Angebote haben – und zwar nicht, indem Geld ausgezahlt wird, sondern Leistungsangebote ermöglicht werden.

Ich bin ein großer Fan der Bildungchipkarte. Sie ist das richtige Instrument und gibt Familien die Möglichkeit, unkompliziert Nachhilfeunterricht, den Sportkurs, Musikschulunterricht oder Sprachförderung in Anspruch zu nehmen. Und alles würde von einer einzigen Bildungchipkarte abgebucht werden.

Dies könnte auch ein intelligentes Instrument sein, um bundesweit in ein Bildungssparen einzusteigen. Ich halte es deswegen für wichtig, die Idee einer Bildungskarte, wie sie in Städten erfolgreich angewendet wird, bundesweit einzuführen. Damit würde die Bildungsleistung bei den Familien ankommen und viel Bürokratie vermeiden. Für mehr Chancen und Bildung.



Deutscher Bundestag

Patrick Meinhardt

Patrick Meinhardt ist seit 2005 Mitglied des Deutschen Bundestages. Er ist bildungspolitischer Sprecher der FDP und Vorsitzender des Arbeitskreises Innovation, Gesellschaft, Kultur der FDP-Bundestagsfraktion und Mitglied im Fraktionsvorstand.

Impressum

Herausgeber

Initiative GeldKarte e. V.

V. i. S. d. P.

Ingo Limburg

Kontakt

relatio PR GmbH

Steinsdorfstraße 2

80538 München

Tel.: 030 – 2123422-71

Fax: 030 – 2123422-99

arefah.shariatmadari@relatio-pr.de

nina.baum@relatio-pr.de

www.Initiative-GeldKarte.de

Redaktion

Sandra Schubert, Arefeh Shariatmadari,

Nina Baum, Sarah Preiss, Joana Bieker

Gastautoren

Hans-Dieter Lahmann, DGSV

Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedemann,
Direktor und Sprecher Center for NFC
Management

Dr. Marc-Oliver Reeh, Geschäftsführer
Center for NFC Management

Patrick Meinhardt, Mitglied des
Deutschen Bundestages

Dr. Michael Polster, Vorsitzender
des Deutschen Netzwerkes Schulver-
pflegung e. V.

Kurt Sigl, Präsident Bundesverband
eMobilität e. V.

Anzeigen

REINER SCT

FEIG ELECTRONIC

ProfitCard

Konzeption und Gestaltung
2m Advertising GmbH
www.2m-advertising.de

Produktion/Druck
Universitätsdruckerei H. Schmidt
GmbH & Co KG
www.universitaetsdruckerei.de

Auflage
2.500
ProChip erscheint jährlich mit
einer Schutzgebühr von 7,50 €



Über

400

*Schulen in Deutschland
nutzen aktuell die
GeldKarte*

Mission Zukunft Neue Möglichkeiten in der Schule

Innovation und Tradition – passt das zusammen? Die Antwort lautet bei Initiative-Mitglied EDV-Service Schaupp „Ja!“. Denn seit mehr als 30 Jahren entwickelt das Unternehmen integrative Bestell-, Abwicklungs-, Kassen- und Warenwirtschaftssysteme für die Gemeinschaftsgastronomie.

Schon heute greifen laut Unternehmenszahlen über 500 Schulen in der Schulverpflegung auf die bargeldlosen Systeme von Schaupp zurück. Tendenz steigend. Das zeigt sich besonders daran, dass neben Bildungseinrichtungen auch Betriebsrestaurants zu den Kunden zählen. Besonders attraktiv sind flexible Abrechnungssysteme wie die Geld-Karte, die ohne großen Verwaltungsaufwand etabliert werden können. Überall da, wo viele Transaktionen innerhalb kürzester Zeit ablaufen, erfreut sich die GeldKarte großer Beliebtheit. Frank Hudetschek, zuständig für den Vertrieb bei EDV-Service

Schaupp, erklärt: „Aktuell betreuen wir über 130 Bildungseinrichtungen in ganz Deutschland, die für die Verpflegung die GeldKarte als Zahlungs- oder Authentifizierungsmedium nutzen.“ Zu den langjährigen Referenzprojekten zählen z. B. die Stadt Recklinghausen mit über 40 Einrichtungen und die Schulen der Stadt Ludwigsburg.

Schule 2.0 mit girogo

„Mit der Verbreitung von girogo erwarten wir ein steigendes Interesse, die GeldKarte in der Schulverpflegung zu implementieren“, so Hudetschek.

Es gibt bereits erste erfolgreiche Beispiele für neu hinzugewonnene Standorte: Dazu zählen die Stadt Aschaffenburg sowie der Landkreis Alzey-Worms. Optimistisch blickt Hudetschek auch in die Zukunft: „Mit girogo lassen sich noch eine Reihe weiterer Funktionen kombinieren.“ Die EDV-Service Schaupp GmbH gehört zur Schulte-Schlagbaum-Gruppe, deren Geschäftsbereich „Schließsysteme für Türen und Möbel“ elektronische Zutrittsysteme entwickelt. Mit girogo und der entsprechenden Software können die Schüler in Zukunft auch ihre Schließfächer ganz einfach via Chip nutzen.

Anzeige

SEE YOU NEXT YEAR

ProfitCard 2014
business case for success

27. - 28. März 2014
Wiesbaden
Hotel Nassauer Hof

OMNICARD®
the world of **2014**
smart ID solutions

eGovernment eHealth e- & mPayment Transport Hypersicherheit Banking

Smart Grid eMobility Cloud Computing NFC eIdentification eJustice

Ein Programm am Puls der Zeit: Aktuelle Entwicklungen, Problemfelder und neue Chancen der Branche werden thematisiert. Fach- und Führungskräfte der Anbieterseite treffen auf Entscheider aus Wirtschaft, Politik, Behörden und Gremien.

OMNICARD - das bedeutet drei Tage Wissenstransfer und networking around the clock.

Kongress

21. - 23. Januar 2014 | Grand Hotel Esplanade | Berlin

www.omnicard.de :: for 20 years

inTIME BERLIN

Fon +49 / (0)30 / 80 90 58 14 * contact@inTIME-berlin.de * www.omnicard.de * www.profitcard-konferenz.de

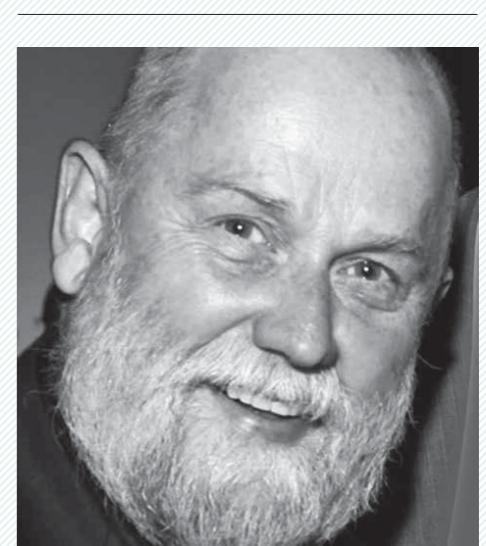
Bildung: Appetit auf mehr

Das Thema hat große gesellschaftliche Bedeutung, weshalb auch die Politik aktiv wird. Gesunde Ernährung ist eine Voraussetzung für Leistung und Konzentration. Die Schulverpflegung ist zudem ein sozialer Dreh- und Angelpunkt.

An der Schnittstelle Mensa treffen pädagogisches Ethos und betriebswirtschaftliche Minimalanforderungen der Caterer frontal aufeinander. Schulverpflegung kann nur nachhaltig organisiert werden, wenn sie von der überwiegenden Mehrheit der Beteiligten akzeptiert und unterstützt wird. Sie funktioniert immer dann, wenn sie ins pädagogische Schulprofil integriert ist, wenn es bei ihr um mehr als (nur) gesundes Essen geht und sie professionell umgesetzt wird. Denn die Qualität einer Schule entscheidet sich auch und gerade beim Schulessen. Immerhin lernen die Kinder und Jugendlichen hier fürs Leben.

Gutes Essen braucht mehr als einen guten Koch

Leider sieht es im Alltag heute noch anders aus, viele Schüler meiden ihre Speisesäle ähnlich konsequent wie Gourmets die Fast-Food-Restaurants. Denn eine Schule benötigt nicht nur eine Küche oder einen Koch, sondern ein stimmiges, ganzheitliches System. Auf der Basis einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit der Ernährungserziehung und -bildung muss flächendeckend eine optimale und schmackhafte Schulverpflegung für alle erreicht werden. Der Erfolg einer Schulmensa hängt nicht allein vom Speiseplan ab. Entscheidend sind auch die Gestaltung des Speisesaals, das Menüausgabesystem, das Getränkeangebot, die Bezahlmethode, die Lehrermeinung und das



Deutsches Netzwerk Schulverpflegung e. V.

Dr. Michael Polster

- Publizist und Gastro-Fachjournalist
- Gründer sowie Vorsitzender des Deutschen Netzwerkes Schulverpflegung e. V. (DNSV)
- Mitarbeiter an den Fachmagazinen Schulverpflegung, GV Manager, FIRST CLASS, 24h Stunden Gastlichkeit und genießen & reisen des B&L Verlages in München.

↗ www.dnsv.eu

Küchen- bzw. Ausgabepersonal. Eine ungemütliche Atmosphäre und schlechtgelaunte Servicekräfte schrecken Schüler genauso ab wie ein kompliziertes Zahlungssystem.

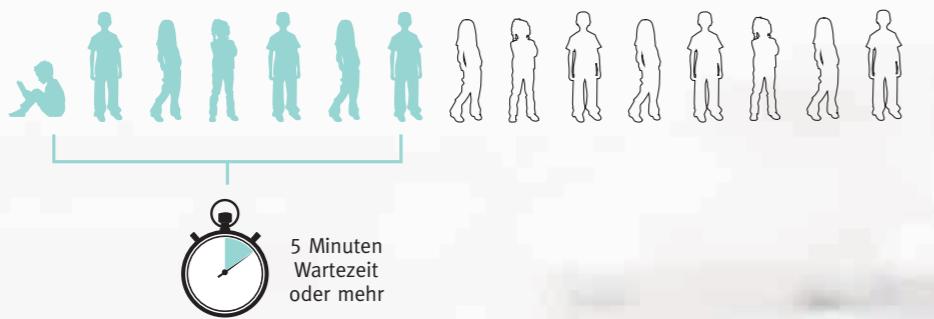
Pluspunkte sammeln Menschen, wenn das Schulrestaurant als Treffpunkt für die ganze Schule funktioniert

Das bedeutet im Umkehrschluss auch, dass Schule und Verpflegungsangebote zueinander passen müssen. Die komplexen Ansprüche an die Schulverpflegung sind an ökonomische Machbarkeitskriterien gebunden. Schulverpflegung ist kein Problem, sondern eine Chance. Die Mensa ist Baustein von Schulqualität, denn hier wird gesunde Ernährung, der nachhaltige Umgang mit Lebensmitteln, Geschmacks- und Genussbildung und schließlich soziales Miteinander transparent und (sinnlich) erfahrbar. Um Qualität, Akzeptanz und Nachhaltigkeit der Schulverpflegung insgesamt zu verbessern, müssen Bund und Länder, Wissenschaft, Gesundheits- und Ernährungspolitik, die Ernährungsindustrie, professionelle Caterer, Landwirtschaft, Eltern und schließlich

Schüler verschiedener Altersgruppen ineinander greifen und ein großes Netzwerk bilden. Dabei mitzuhelpfen, dieser Aufgabe stellt sich das DNSV. Es fordert die Abschaffung der 19% Mehrwertsteuer auf die Schulverpflegung. Es ist nicht nachvollziehbar, dass Schulessen mit 19% besteuert wird, aber Fastfood und Tierfutter lediglich mit 7% angesetzt werden. Der Streit um die Besteuerung ist nicht neu, denn das Chaos an kuriosen Mehrwertsteuer-Ausnahmen erweist sich schon seit Jahren als nahezu undurchschaubar. In diesem Zusammenhang sind sich das DNSV und andere Verbände einig, den Bildungsföderalismus neu zu durchdenken.

Allegro in der Mittagspause

Studie Schulverpflegung



In welchem Takt klappert das Geschirr in der Mensa? Sind die Schüler flott unterwegs wie in Mozarts Türkischem Marsch oder schiebt sich die Schlange an der Essensausgabe zum gemächlichen Takt der Mondscheinsonate voran? Nicht nur für die Schulleitung und den Caterer eine entscheidende Frage, um die Qualität der Organisation in der Mensa zu beurteilen. Je schneller die Essensausgabe und das Bezahlen funktionieren, umso mehr Zeit haben die Kinder für die

wichtige Mittagspause. Dabei warten viele Kinder heute noch viel zu lange auf ihre warme Mahlzeit. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Online-Umfrage von EARSandEYES im Auftrag der Initiative GeldKarte e. V. unter 275 Schülern und 275 Müttern. 48% der Kinder stehen vier bis fünf Minuten oder sogar noch länger in der Schlange. Aber die Mittagspause ist weit über das bloße Mittagessen hinaus wichtig für die Kinder. Nach einem Vormittag mit kniffligen Mathe-

Abläufe in der Mittagsverpflegung noch verbesserungsfähig

In vielen Schulen wird das Essen immer noch über Essensbons organisiert, die im Sekretariat oder vom Lehrer gekauft werden müssen. Wesentlich einfacher und kindgerechter gestaltet sich die Essensausgabe mit einem guten elektronischen Bezahlsystem wie der GeldKarte. Das verkürzt die Wartezeiten, verringert den Aufwand für das Catering-Personal und verringert die Überschussmengen von Lebensmitteln. Zudem ist die Bezahlung per GeldKarte deutlich hygienischer als das Hantieren mit Bargeld. Mütter und Kinder sind vom System überzeugt: 49 % der elektronisch zahlenden Kinder und 64 % ihrer Mütter finden es gut, dass in der Schule nur noch wenig oder gar kein Bargeld mehr nötig ist. Auch die kindgerechte Funktionsweise kommt an: 77 % der elektronisch zahlenden Kinder finden den Umgang mit der GeldKarte „kinderleicht“, während 57 % ihrer Mütter das ähnlich sehen. Die Eltern dürfen ihren Kindern also ruhig mehr zutrauen.

Schüler sind fit für die Zukunft

Ein besonderer Vorteil der GeldKarte: Der Chip ist auf den meisten Bankkarten bereits integriert. Weil 81 % der Kinder schon über ein Konto verfügen, haben viele bereits eine passende Karte im Geldbeutel. Aber nicht nur in dieser Hinsicht sind die Kinder fit für die Zukunft: Viele von ihnen könnten sich vorstellen, mit einem sicheren Medium auch kontaktlos zu bezahlen. Von diesen Schülern würden deutlich mehr als die Hälfte den Prepaid-Chip auf der Bankkarte benutzen, wohingegen nur rund ein Viertel dabei zum Handy greifen würde. Die Mütter, die sich eine kontaktlose Bezahlweise in der Mensa vorstellen könnten, sehen das übrigens ähnlich: 47 % würden ihr Kind gerne oder sehr gern mit dem vorgeladenen Chip auf der Bankkarte zahlen lassen.





Auf die richtigen Partner kommt es an

Es stellt sich nicht die Frage, ob 2020 tatsächlich eine Million Elektrofahrzeuge auf deutschen Straßen fahren, sondern vielmehr, wie die Elektromobilität auf Basis erneuerbarer Energien – eingebettet in das intelligente Stromnetz der Zukunft – als nachhaltige Alternative in der Gesellschaft verankert werden kann. Da uns in Zukunft fossile Brennstoffe wie Öl und Gas nicht mehr in großen Mengen als Treibstoff zur Verfügung stehen, sollte jetzt gemeinsam

ein Grundstein für eine emissionsarme Mobilität gelegt werden.

Als Präsident des Bundesverbandes Elektromobilität setze ich mich dafür ein, die Mobilität in Deutschland mit dem Einsatz erneuerbarer Energien auf Elektromobilität umzustellen. Dabei kommt es vor allem auf die Vernetzung aller relevanten Akteure an. Wir wollen tradierte Strukturen und Denkmuster aufbrechen, damit innovative Konzepte zum Tragen kommen und die eMobilität einen nachhaltigen Beitrag zur Emissionsreduktion und zum Klima- und Umweltschutz leisten kann.

Denn nur durch starke strategische Partnerschaften zwischen Energieversorgern, Batterieherstellern, Herstellern und Entwicklern von Elektrofahrzeugen, Systemzulieferern, Forschungseinrichtungen, den Verbänden und der Politik können die notwendigen technischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Voraussetzungen geschaffen werden, um wettbewerbsfähig zu werden und zu bleiben.



Bundesverband eMobilität e. V.

Kurt Sigl

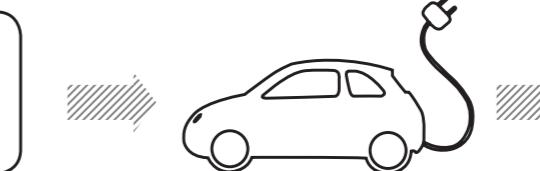
- Seit 2009 Präsident Bundesverband eMobilität
- Selbstständig tätig im Bereich Fahr- und Sicherheitstraining für u. a. AMS, Dekra, Daimler-Chrysler



1 2 3



Parken



Tanken



Zahlen mit der GeldKarte

Was auf Frankfurts Straßen schon lange zum gewohnten Bild gehört, ist seit 2011 auch in der Hauptstadt möglich: Parken und gleichzeitig Strom tanken. In Berlin kann an den ersten EnergieParken-Ladesäulen, die Parkscheinautomat und Stromtanksäule für Elektroautos in einem Gerät kombinieren, ganz bequem mit der GeldKarte gezahlt werden. Nach dem Konzept des EnergieParkens können Autofahrer ihre Fahrzeuge ganz einfach während des Parkens wieder mit Strom aufladen. Die GeldKarte als etabliertes, offenes und für jeden verfügbares Bezahlsystem unterstützt den Aufbau des Netzes an Stromtanksäulen. Die bargeldlose Bezahlösung

sorgt dafür, dass alle Autofahrer an den Ladesäulen Strom bequem und einfach tanken können. Ohne sich beim Betreiber der Tanksäule registrieren zu lassen. Und die unkomplizierte Handhabung beim Tanken ist ein wichtiger Faktor, um die Akzeptanz der Elektrofahrzeuge zu erhöhen. Für die Implementierung waren starke Projektpartner an Bord: Die EnergieParken-Ladesäulen sind eine Gemeinschaftsentwicklung der Firmen stadtRaum Gesellschaft für Raumplanung, Städtebau & Verkehrstechnik GmbH, Schroff, Telmasol Consult, Swarco Traffic Systems sowie ABB.

Schon gewusst? Berlin-Potsdam ist eine von vier Modellregionen für Elektromobilität in Deutschland. Mit groß angelegten regionalen Pilotvorhaben werden Projekte, z. B. in den Bereichen emissionsfreies Fahren und Erweiterung der öffentlichen Ladeinfrastruktur, gefördert. Der Bund stellt hierfür insgesamt 180 Millionen Euro zur Verfügung. Allein in der Modellregion Berlin-Potsdam beteiligen sich insgesamt 257 Partner aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft mit den Branchen Automobilherstellung und -zulieferung, Energieversorgung und -technik, Infrastruktur, Logistik, Transport, Informations- und Kommunikationstechnologie an den Projekten.



Sicherheit im Zahlungsverkehr – Risikopotenziale und effektiver Schutz

Die Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte diskutiert steigende Anforderungen an moderne Bezahlsysteme

„Innovativ ist, wer konkrete, neue Lösungen liefert“, leitet Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e. V., am 24. Mai 2012 in Berlin eine Diskussion mit politischen Entscheidungsträgern und Vertretern der Wirtschaft ein. Anlass war die bereits zum siebten Mal stattfindende und in Berlin etablierte Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte. Ob die GeldKarte diesen Anforderungen gerecht wird, diskutierten mit Michael Findeisen, Ministerialrat im Bundesministerium der Finanzen, Dr. Gernot Rößler vom Bundesverband deutscher Banken und Thomas Röttgermann, Geschäftsführer des VfL Wolfsburg, drei Experten, die es wissen müssen.

Im Fokus der Diskussion standen neben Innovation und Anwenderfreundlichkeit vor allem Fragen über die Sicherheit von Bezahlsystemen. Dabei erklärte Michael Findeisen, dass Vorgaben der Europäischen Union und das Ziel des Ministeriums, das Geldwäscherrisiko bei zugelassenen Bezahlsystemen so gering wie möglich zu halten, immer wieder Anlass für politische Regelungen bieten. Diese können auch die GeldKarte einschließen. Über den goldenen Chip resümierte Findeisen aber letztlich: „Die GeldKarte ist unter Solvenz- und Geldwäschemaßstäben eines der sichersten Zahlungsmittel weltweit.“ Dr. Gernot Rößler rückte vor allem die ökonomische Bedeutung

in den Fokus, denn mit der GeldKarte sind die Zahlungen garantiert und die Daten sind vor dem Zugriff Dritter geschützt. Neben Aspekten der Sicherheit sind für den VfL Wolfsburg vor allem praktische Überlegungen ein ausschlaggebendes Kriterium für die Einführung der VfL Karte auf Basis der GeldKarte im Stadion gewesen, erläuterte Thomas Röttgermann. Die GeldKarte überzeugt durch Anwenderfreundlichkeit und ist ein wahres Multitalent: Neben dem Bezahlen von Getränken und Snacks ist sie gleichzeitig Mitglieds- und Dauerkarte für die Fans. Besonders mit der Kontaktlos-Technologie sparen die Kunden künftig noch mehr Zeit beim Bezahlen.



Jahrevent 2012





GeldKarte auf dem Green & Blue Open Air

Damit in Oberhausen mehr Zeit fürs Wesentliche blieb, war das GREEN & BLUE erneut bargeldlos und setzte auf die elektronische Geldbörse: Am 02.09.2012 stieg im ehemaligen Waldschwimmbad Oberhausen bei Frankfurt eines der beliebtesten deutschen Open Airs im Bereich der elektronischen Musik: das GREEN & BLUE. Bei strahlendem Sonnenschein zahlten die über 10.000 Gäste an den beiden Bars sowie an sämtlichen Verpflegungsständen per GeldKarte.

Initiative-Mitglieder innovativ bei girogo-Terminals

Gleichzeitig konnten sich die Gäste am GeldKarte-Stand bei den Promotern über den Chip informieren. Auch 2012 war das Initiative-Mitglied SSG Lange & Partner AG für die GeldKarte im Einsatz und sorgte für die Technik rund um das Laden und Bezahlen.

Die Nachfrage für girogo-fähige Terminals ist groß. In der Region Hannover, Braunschweig, Wolfsburg sind bereits rund 1.000 girogo-fähige Terminals installiert. Viele wurden von Initiative-Mitgliedern entwickelt und produziert.

Das H5000 von VeriFone ist ein Multifunktionsterminal, das unschlagbar schnell girogo-Transaktionen abwickeln kann über Kassenanbindungen oder an stationären Terminals angeschlossen werden und übernimmt die Funktion der kontaktlos-Schnittstelle.

girogo erobert den CHIO Aachen

Nicht nur Ross und Reiter stellten beim berühmten Weltfest des Pferdesports, dem CHIO in Aachen, vom 29. Juni bis 8. Juli 2012 rekordverdächtige Zeiten auf. Schnell waren auch die Besucher beim Bezahlen von Speisen und Getränken mit der CHIO-Karte. Denn 2012 wurde erstmals die girogo-Funktion auf der Karte integriert, um sekundenschnell und bequem Beträge bis 20 Euro kontaktlos zu bezahlen. Laden und erwerben konnten Reitsportinteressierte die Karte direkt auf dem CHIO-Gelände in Aachen.

kann und auch für girocard-Zahlungen maximal 3,2 Sekunden benötigt.

FEIG ELECTRONIC bietet mit dem OBID myAXXESS flatOne den weltweit ersten EMV Level 1 zertifizierten Leser, der sich flächenbündig in Vendings-Automaten aus Metall einbauen lässt. Keine Chance für Vandalismus und Umwelteinflüsse.

Mit dem iPP350 von ingenico können alle bekannten kontaktlosen Zahlverfahren wie auch kontaktbehaftete Zahlungen abgewickelt werden. Bundesweit hat es die erste Typzulassung als Lade- und Zahlterminal für das kontaktlose Zahlverfahren girogo erhalten.

CCV bietet mit dem VIVOpay5000 eine praktische Erweiterung für Händler, die ihre bestehenden Terminals aktuell nicht ersetzen möchten, ihren Kunden aber dennoch den Service bieten möchten, mit girogo zu zahlen. Es kann über Kassenanbindungen oder an stationären Terminals angeschlossen werden und übernimmt die Funktion der kontaktlos-Schnittstelle.

Die GeldKarte auf den bundesweiten „Tagen der Schulverpflegung“



Immer mehr Kinder haben auch nachmittags Unterricht und sind mittags auf ein gutes und leckeres Essen in der Mensa angewiesen. Um auf die Bedeutung dieses Themas aufmerksam zu machen, fanden vom 24. September bis zum 23. Oktober 2012 deutschlandweit die „Tage der Schulverpflegung“ statt. Mit verschiedenen Aktionen beteiligten sich alle 16 Vernetzungsstellen der Schulverpflegung in den einzelnen Bundesländern. So hatten am hessischen Tag der Schulverpflegung am 10. Oktober 2012 die Anbieter von Küchen- und Mensaausstattung, Bestell- und Abrechnungssystemen die Möglichkeit, sich zu präsentieren und über ihr Angebot zu informieren. Die Initiative-Mitglieder S-CARD Service und GiroWeb Nord waren hier ebenfalls vertreten und beantworteten alle Fragen rund um die Möglichkeiten der GeldKarte.

GiroWeb Nord präsentiert sich auf Ganztagschulkongress

Während hierzulande erst rund 50% der Schulen als Ganztageseinrichtung ausgelegt sind, gibt es im Sprachgebrauch unserer Nachbarländer nicht einmal ein Wort für „Ganztagschule“. So stand der Ganztagschulkongress in Saarbrücken vom 28. bis 30. November 2012 unter dem Leithema „Ganztagschule in Europa“. Der Kon-

gress sollte vermitteln, wie selbstverständlich Ganztagschulen in zahlreichen Ländern schon heute sind. Die Veranstaltung bot den Besuchern die Gelegenheit, mit Vertretern von Schulen und anderen Interessierten über alle Belange einer Ganztagschule zu sprechen. Mit vor Ort war auch Initiative-Mitglied GiroWeb Nord, um die GeldKarte-Lösungen für die Schulverpflegung vorzustellen.

KOBIL mit dem Innovationspreis-IT 2012 ausgezeichnet

Unter mehr als 2.500 Einsendungen kam die Lösung von Initiative-Mitglied KOBIL unter die



Die Softwarelösung mlDentity App Security Toolkit (mlD AST) von KOBIL Systems wurde beim Innovationspreis-IT 2012 ausgezeichnet. Das mlD AST dient zur Absicherung von Apps sowie für den Basisleser iDToken, der Anwendungen mit dem neuen Personalausweis absichert.

Eine Jury aus 100 Juroren aus Forschung und Wissenschaft entscheidet über die Vergabe der Preise. Der Innovationspreis-IT wurde bereits zum neunten Mal vergeben. Die Schirmherrschaft hatten im vergangenen Jahr Cornelia Rogall-Grothe, die Bundesbeauftragte für Informationstechnik der Bundesregierung, und die IBM Deutschland GmbH übernommen.

EHI-Studie zeigt:

Jeder zweite Händler will kontaktloses Bezahlen anbieten

Der Umsatz mit Zahlungskarten übersteigt 2011 erstmals die Hürde von:



Das ist das Ergebnis der Umfrage zu kartengestützten Zahlungssystemen, die das EHI Retail Institute im Einzelhandel durchgeführt hat. Dabei wurden 510 Unternehmen befragt, die in Summe rund 54 % des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland ausmachen. Damit ist der Bargeldanteil gegenüber dem Vorjahr weiter zurückgegangen und beträgt nur noch 57,2 %. Besonders dem kontaktlosen sowie mobilen Bezahlen bescheinigt der Handel vielversprechende Zukunftsperspektiven. So plant jeder zweite Händler kurz- bis mittelfristig, in seine IT-Infrastruktur zu investieren. An erster Stelle steht dabei mit weitem Abstand die NFC-Technologie, die kontaktloses und mobiles Bezahlen ermöglicht. Dabei beabsichtigt jeder zweite Händler, seinen Kunden das kontaktlose Bezahlen anzubieten. Von den bereits existierenden Systemen PayPass (Mastercard), PayWave (Visa) oder girogo (Deutsche Kreditwirtschaft) habe aber noch keines die Nase vorn. Der Handel könnte sich laut Umfrage vor allem eine Kombination dieser Bezahlverfahren vorstellen.



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 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 z. B. von strategischem Support bei eigenen Marketingmaßnahmen.

↗ Über weitere Vorteile einer Mitgliedschaft und Neuigkeiten rund um die GeldKarte können Sie sich auf unserer Webseite informieren. www.Initiative-GeldKarte.de

Vorstellung neuer Mitglieder



Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft

Vending-Automaten sind seit jeher ein wichtiges Einsatzfeld der GeldKarte. Die Vorteile: bargeldlos zahlen ohne Kramen nach Kleingeld für die Kunden und ein geringeres Vandalismusrisiko sowie höhere Wirtschaftlichkeit auf Seiten des Automatenaufstellers. Mit dem BDV hat die Initiative GeldKarte kompetente Unterstützung in diesem wichtigen Bereich: Der Verband ist die führende Wirtschaftsvereinigung der Hersteller und Betreiber von Getränke- und Verpflegungsautomaten und der in diesem Bereich tätigen Lebensmittelhersteller. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit mit unserem neuen Mitglied.



Hoellinger GmbH

Die Firma Hoellinger ist neuer Premiumpartner der Initiative GeldKarte e. V. Das 1950 gegründete Unternehmen ist einer der marktführenden Servicedienstleister für Vendingautomaten, Kaffeemaschinen, Trinkwasseranlagen und Zahlungssysteme. Spezialisiert ist die Hoellinger GmbH dabei auf die Systemintegration von Zahlungssystemen in Vending- und Ticketautomaten. Sie bietet ihren Kunden Komplettlösungen von der Beratung bis zum Kundendienst. Hoellinger möchte daher ihren Beitrag dazu leisten, dass die Marke girogo als integrativer Bestandteil in allen Vending- und Ticketautomaten flächendeckend verfügbar wird.

Kooperation mit der Initiative GeldKarte e.V.



Gut vernetzt mit dem DNSV

Zum Jahresbeginn startete die Initiative GeldKarte in eine neue Kooperation mit dem Deutschen Netzwerk Schulverpflegung (DNSV). Die Initiative GeldKarte ist fortan Fördermitglied des DNSV. In unserer Zusammenarbeit mit unserem neuen Kooperationspartner vereinen wir unsere Kompetenzen im Bereich der Schulverpflegung und profitieren von einem starken Partner. Über den DNSV konnten wir bereits Anfang des Jahres in der Zeitschrift Schulverpflegung einen Einheft zur GeldKarte in der Schule ermöglichen. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit dem DNSV, mit der wir die Arbeit unserer Mitglieder noch gezielter unterstützen können.

↗ Weitere Informationen: www.dnsv.eu

Die Mitglieder

Zurzeit engagieren sich folgende Unternehmen, Verbände und Institutionen in der Initiative GeldKarte e. V.

Förderer:

EURO Kartensysteme GmbH
Solmsstr. 6, 60486 Frankfurt a. M.
www.eurokartensysteme.de
Ingo Limburg
ingo.limburg@eurokartensysteme.de

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

Premiumpartner:
B + S Card Service GmbH
Lyoner Str. 9, 60528 Frankfurt a. M.
www.bs-card-service.com
Matthias Kaufmann
matthias.kaufmann@bs-card-service.com

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

HOELLINGER GmbH
Eichenstraße 18, 65933 Frankfurt a. M.
www.hoellinger.de
Albert Mager
albert.mager@hoellinger.de

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

Ingenico GmbH
Am Gierath 10, 40885 Ratingen
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

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

SSG mbH
Am Schloß 8, 16818 Wustrau
www.ssg.de
Bert Engelmann
bert.engelmann@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-Str. 19–21, 36251 Bad Hersfeld
www.verifone.com
Dr. Martin Hausmann
martin.hausmann@verifone.com

Visa Europe
Schillerstr. 19, 60313 Frankfurt a. M.
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
Waldstr. 11 a, 13403 Berlin
www.watroma.de
Björn Riesebeck
bjoern.riebeck@watroma.de

Partner:
Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e. V. (BVR)
Schellingstr. 4, 10785 Berlin
www.bvr.de
Matthias Hönißch
m.hoenisch@bvr.de

Bundesverband deutscher Banken e. V. (BdB)
Burgstr. 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)
Lennéstr. 11, 10785 Berlin
www.voeb.de
Michael Rabe
michael.rabe@voeb.de

CCV Deutschland GmbH
Gertraudenstr. 18, 10178 Berlin
www.ccv.eu
Volker Czmok
v.czmok@de.ccv.eu

Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V. (DSGV)
Charlottenstr. 47, 10117 Berlin
www.dsgv.de
Hans-Dieter Lahmann
hans-dieter.lahmann@dsgv.de

exceet Card AG
Senefelderstr. 10, 33100 Paderborn
www.exceet-card-group.com
Frank Ludwig
f.ludwig@exceed-group.com

FEIG ELECTRONIC GmbH
Lange Str. 4, 35781 Weilburg
www.feig.de
Hassan Nagi
hassan.nagi@feig.de

Frankfurter Sparkasse
Neue Mainzer Str. 47–53
60255 Frankfurt a. M.
www.frankfurter-sparkasse.de
Michael Mücke
michael.muecke@frankfurter-sparkasse.de

Gemalto GmbH
Mercedesstr. 13, 70794 Filderstadt
www.gemalto.com
Dr. Christoph Siegelin
christoph.siegelin@gemalto.com

Morpho Cards GmbH
Riemekestr. 160, 33106 Paderborn
www.morpho.com
Christopher Goulet
christopher.goulet@morpho.com

Star Finanz GmbH
Sachsenfeld 4, 20097 Hamburg
www.starfinanz.de
Vanessa Wefelshütten
vanessa.wefelshuetten@starfinanz.de

VfL Wolfsburg Fußball GmbH
In den Allerwiesen 1, 38446 Wolfsburg
www.vfl-wolfsburg.de
Uwe Kämpfe
uwe.kaempfe@vfl-wolfsburg.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
Bismarckstr. 122–124, 51373 Leverkusen
www.bayero4.de
Simon Pallmann
simon.pallmann@bayero4.de

brandmission
Hanauer Landstr. 196 A
60314 Frankfurt a. M.
www.brandmission.com
Damir Tomas
tomas@brandmission.com

Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft e. V.
Universitätsstr. 5, 50937 Köln
www.bdv-online.de
Dr. Aris Kaschfi
a.kaschfi@bdv-koeln.de

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

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

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

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

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

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

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

EDV-Service Schaupp GmbH
Gansäcker 25, 74321 Bietigheim-Bissingen
www.edv-schaupp.de
Markus Rinsch
mrinsch@edv-schaupp.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
Lorenzstr. 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
Handwerkstr. 1 a, 77964 Kehl
www.ross-kg.com
Marco Lasch
marcolasch@ross-kg.de

Mitglieder (Fortsetzung):

IHGE Fuchs Elektronik GmbH
Blumenweg 11, 63829 Krombach
www.ihge.de
Helmut Fuchs
ihgegbmh@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
Neue Poststr. 15, 53721 Siegburg
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
Ullsteinstr. 114, 12109 Berlin
www.mcsberlin.de
Bernd Strößner
bernd.stroessner@mcsberlin.de

Münchner Verkehrsgesellschaft mbH (MVG)
Emmy-Noether-Str. 2, 80287 München
www.mvg-mobil.de
Achim Heinig
heinig.achim@swm.de

OPC® cardsystems GmbH
Diedenhofener Str. 22, 54294 Trier
www.opc.de
Klaus Dieter Schömer
kdschoemer@opc.de

Paycult GmbH & Co. KG
Alter Teichweg 63, 22049 Hamburg
www.paycult.com
Helmut Butt
helmut.buttl@paycult.com

performance Medien & Datensysteme GmbH

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

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

relatio PR GmbH
Steinsdorfstr. 2, 80538 München
www.relatio-pr.de
Anja Feuerabend
anja.feuerabend@relatio-pr.de

S-CARD Service GmbH
Am Wallgraben 125, 70565 Stuttgart
www.scards.de
Kay Heidemann
kay.heidemann@scards.de

Sielaff GmbH & Co. KG
Münchener Str. 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
Dudenstr. 15, 36251 Bad Hersfeld
www.sparkasse-bad-herfeld-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

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

Stadtsparkasse München
Sparkassenstr. 2, 80331 München
www.stadtsparkasse-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 Landstr. 184
60314 Frankfurt a. M.
www.triplesense.de
Julia Saswito
j.saswito@triplesense.de

VÖB ZVD Processing GmbH
Alemannenstr. 1, 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. | c/o ADVICE PARTNERS GmbH (Geschäftsstelle der Initiative) | Haus der Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40 | 10117 Berlin | Tel. (0 30) 212 34 22-71 | Fax (0 30) 212 34 22-99
Ansprechpartnerin: Heike Lange | E-Mail: heike.lange@initiative-geldkarte.de