

ProChip

Gemeinsam für den Chip im Alltag

GeldKarte-Schule – Bei Alkopops piepst's – Wirtschaftsfaktor GeldKarte – Jugendschutzsysteme im Vergleich – Vision der Chipkarte in 2020 – GeldKarte vs. Bargeld 2:0



TERMINALS

Terminals für
GeldKarte
seit 1996

Zehntausendfach
im täglichen
Einsatz

Zuverlässig im Innen-
und Außenbetrieb



Seit 1992 ist Celectronic ein
führender Hersteller von
Chipkarten-Terminals.

Dem großen Erfolg der ersten
CARD STAR Lesegeräte für Tele-
fonkarten folgten Terminals für
Krankenversichertenkarten
und für die GeldKarte.

Celectronic ist ein deutsches
Unternehmen mit der Ent-
wicklung, Fertigung und
dem Service in Berlin.

Celectronic versteht
sich als Partner von
Banken, Sparkassen,
Handel und Industrie.

Im Gesundheitswesen
begleitet Celectronic die
technische Einführung
der zukünftigen elektroni-
schen Gesundheitskarte.

Die bekannte Zuverlässigkeit
der Geräte und die umfassenden
Serviceleistungen von Celectronic
begründen die hohe Anerkennung des
Unternehmens im deutschen Markt.

CHIPKARTENSYSTEME



CARD
STAR / medic2
CARD
STAR / memo2
CARD
STAR / gkt
CARD
STAR / handy
CARD
STAR / classic
CARD
STAR / compact

celectronic
BERLIN

Entwicklung & Fertigung:
Celectronic GmbH
Nordlichtstraße 63-65
13405 Berlin
Tel.: 030 / 41 00 90-0
Fax: 030 / 41 00 90 99

Vertrieb:
Celectronic GmbH
Bachstraße 34
41352 Korschenbroich
Tel.: 02182 / 37 52
Fax: 02182 / 1 84 48

www.celectronic.de

Editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

es heißt: „Alles neu macht der Mai.“ Und so darf ich Sie als neuer Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e.V. erstmals an dieser Stelle begrüßen. In der fünften Ausgabe der ProChip erwarten Sie eine weitere Premiere. Mit unserer diesjährigen Jahresveranstaltung am 13. März in Berlin haben wir den Startschuss für einen neuen Arbeitsschwerpunkt der Initiative gegeben. Neben dem Thema „Jugendschutz mit der GeldKarte“ setzen wir künftig auf die wirtschaftlichen Vorteile des Chips. In dieser Jubiläumsausgabe stellen wir Ihnen daher eine neue Rubrik vor: den Wirtschaftsfaktor GeldKarte.

Wussten Sie, dass die Zirkulation von Bargeld in einer Volkswirtschaft eine Familie jährlich mit etwa 300 Euro belastet? Hätten Sie gedacht, dass die GeldKarte boomende Zukunftsbranchen der Wirtschaft in Deutschland unterstützen kann? Welche ökonomischen Alternativen die Chipkarte als Bezahlmittel und Jugendschutzsystem für Unternehmen und Gesellschaft bereit hält, lesen Sie in unserem Aufmacher ab S. 8. Ein Beitrag der Wirtschaftsuniversität Wien liefert Ihnen dazu die jüngsten Erhebungen zur Nutzung bargeldloser Bezahlsysteme in Österreich.

Kurz nach der Novellierung des Jugendschutz-Gesetzes in Deutschland – der Bundestag hat dem Entwurf der Regierung nun zugestimmt – legt Jürgen Kucharczyk, Mitglied des Bundestags, die Gründe und den Entwicklungsweg zur Neuauflage des Regelwerks dar. Dass beim Jugendmedienschutz technische Lösungen wie die GeldKarte berücksichtigt werden müssen, darin ist sich der SPD-Politiker mit dem Hans-Bredow-Institut einig. Dessen Evaluierungsergebnisse zum Jugendmedienschutz in Deutschland begrüßen wir ausdrücklich. Denn damit unsere Kinder und Jugendlichen im world wide web sicher surfen können, bietet die GeldKarte eine ebenso effiziente wie wirksame Lösung für Online-Betreiber und Provider.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre und freue mich auf Ihre Anregungen und Kommentare.

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

Ingo Limburg
Vorstandsvorsitzender Initiative GeldKarte e.V.

Inhalt

Der Chip
So funktioniert's

Seite 6

Wirtschaftsfaktor

Wirtschaftsfaktor GeldKarte

Ökonomische Alternative für Unternehmen und Gesellschaft

Seite 8

Nur Bares ist Wahres?

Ein Gastbeitrag von Eva Walther,
Wirtschaftsuniversität Wien, Institut
für Handel & Marketing

Seite 12

GeldKarte vs. Bargeld – 2:0

Bezahlen am Automaten: Ein Kostenvergleich

Seite 16

Jugendschutz

Jugendmedienschutz behutsam und zielgerichtet weiterentwickeln

Ein Gastbeitrag von Jürgen Kucharczyk,
Mitglied des Deutschen Bundestags

Seite 18

Jugendmedienschutz made in Hamburg

Initiative GeldKarte e.V. begrüßt Evaluierung
des Hans-Bredow-Instituts

Seite 22



Wirtschaftsfaktor Chipkarte

Warum Bargeld so teuer ist und welche ökonomische Alternative für Unternehmen und Gesellschaft die Chipkarte bietet.

Seite 8

Jugendmedienschutz behutsam und zielgerichtet weiterentwickeln

Jürgen Kucharczyk, Mitglied des Deutschen Bundestags, beschreibt Hintergründe und Entwicklungsweg zur Novellierung des Jugendschutzes in Deutschland.

Seite 18

Die GeldKarte-Schule

Bargeldlos kopieren, essen und waschen können Schüler und Studenten mit der GeldKarte. Für deutsche Bildungseinrichtungen hält der Chip zahlreiche Vorteile bereit.

Seite 34

Bei Alkopops piepst's Neue GeldKarte-Kassiersysteme unterstützen Handel beim Jugendschutz	Seite 24	Stühlerücken bei der Initiative GeldKarte e.V. Ingo Limburg ist neuer Vorstandsvorsitzender	Seite 40
Haftung der Provider auf dem Prüfstand Ein Gastbeitrag von Matthias Hartmann, Rechtsanwalt und Mitglied im Bundesverband Digitale Wirtschaft	Seite 26	GeldKarte auf der CeBIT Unterstützer der Initiative GeldKarte e.V. zeigen neue Anwendungen	Seite 42

Firmenportraits

Ein starkes Netzwerk Die Neuzugänge der Initiative GeldKarte e.V.	Seite 30
---	----------

Projekte + Aktuelles

Neuigkeiten rund um den Chip	Seite 32
Die GeldKarte-Schule Bargeldlos kopieren, essen und waschen	Seite 34
Wie aus Strichen Euros werden Neues Gutschein-Ladeterminal bringt schneller Geld auf den Chip	Seite 36
Die Politik im Blick Jahresveranstaltung der Initiative zum wirtschaftlichen Potenzial der GeldKarte	Seite 38

Hintergründe

Vision Chipkarte: Leichter Leben in 2020 Eurosmart prophezeit Erfolgskurs für Smart Cards	Seite 44
---	----------

Filter, Stick oder Chip? Technische Jugendschutzsysteme im Vergleich	Seite 46
--	----------

In eigener Sache

Impressum	Seite 49
Initiative GeldKarte e.V. Hand in Hand für den Chip im Alltag	Seite 50



Die Politik im Blick

Die 3. Jahresveranstaltung der Initiative zum wirtschaftlichen Potenzial der GeldKarte war ein voller Erfolg.

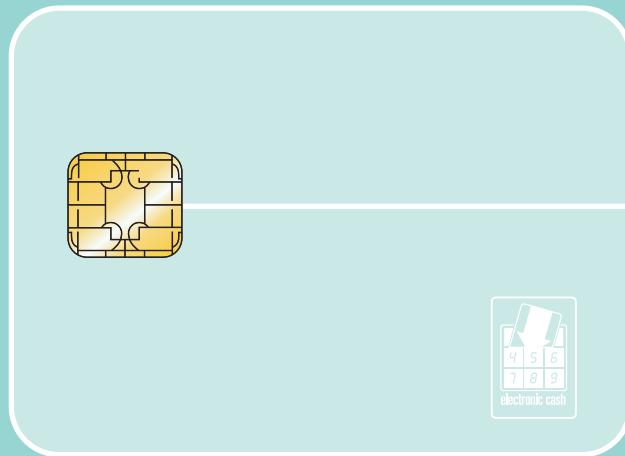
Stühlerücken bei der Initiative GeldKarte e.V.

Ingo Limburg ist neuer Vorstandsvorsitzender des Netzwerks rund um den Chip.

Vision Chipkarte: Leichter Leben in 2020

Der Verband Eurosmart prophezeit Erfolgskurs für Smart Cards. Die Chipkarte wird unseren Alltag in Zukunft leichter machen.

Der Chip



Die GeldKarte

Rund 68 Millionen Bankkarten in Deutschland haben den Chip bereits integriert. Das entspricht über 75 Prozent aller ausgegebenen ec- oder Kundenkarten der Banken bzw. Sparkassen.



Bargeldloses Zahlungsmittel

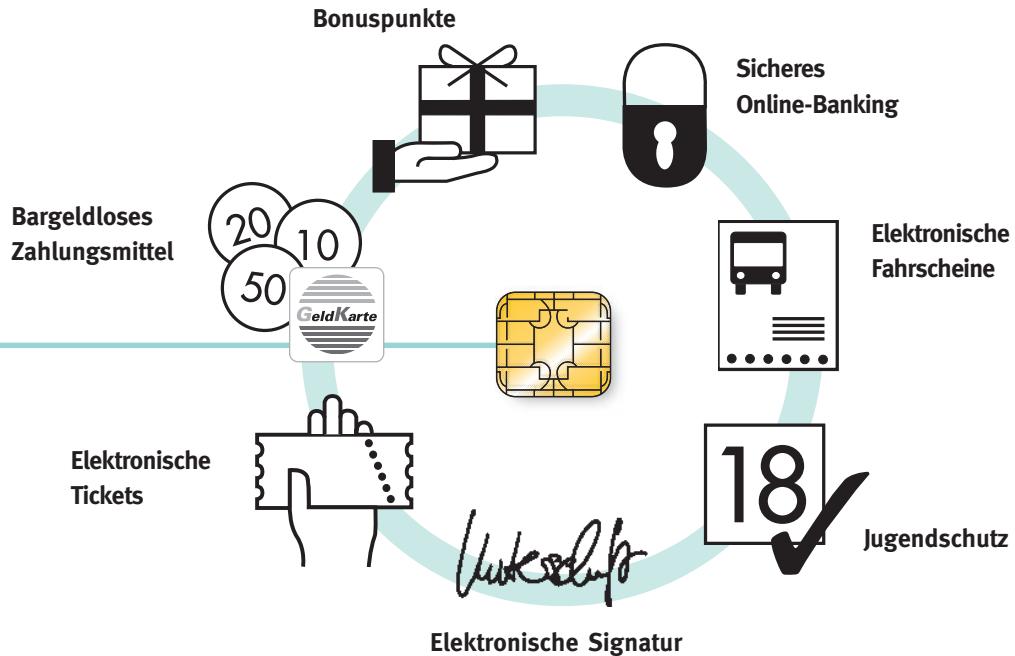
Lademöglichkeiten an nahezu allen Geldautomaten der Banken und Sparkassen in ganz Deutschland sowie im Internet

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

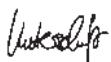
Anwendungen: Fahrkartenautomaten, Parkscheinautomaten, Zigarettenautomaten, Snackautomaten, Internet

Rund 600.000 Akzeptanzstellen in ganz Deutschland und im Internet

Alle Funktionen auf einen Blick



Elektronische Signatur



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

Bonuspunkte



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

Sicheres Online-Banking



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

Elektronische Tickets



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



Jugendschutz



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



Wirtschaftsfaktor Chipkarte

Ökonomische Alternative für Unternehmen und Gesellschaft

Die E-Mail hat längst den Brief abgelöst, statt der Platten- sammlung speichern Musikfans MP3s und „voipen“ ist in aller Munde. Die digitalen Lösungen sind schneller, moderner und kostengünstiger. So auch die Chipkarte. Das elektronische Trägermedium ist vielfältig einsetzbar und bietet effiziente Alternativen in vielen Anwendungsbereichen. Sei es zur Bezahlung, Identifikation oder Alterslegitimation – sowohl in der Volkswirtschaft als auch in Unternehmen sollte das ökonomische Potenzial der Chipkarte bei Überlegungen zur Wirtschaftlichkeit eine Rolle spielen. In vielerlei Hinsicht gilt: Wer auf Chipkarten setzt, verschafft sich einen Vorsprung vor den Wettbewerbern, national und international.

Plastik vs. Münzen – Deutsche noch immer Barzahler

Bares ist nicht Wahres, sondern vor allem teuer. Die Zirkulation von Münzen und Scheinen verursacht immense volkswirtschaftliche Kosten. Laut einer Auswertung unterschiedlicher europäischer Studien durch die Vrije Universiteit Brussel (vgl. ProChip Ausgabe 2) kostet die Zahlung mit Bargeld die Gesellschaft jährlich rund 0,5 Prozent des Bruttoinlandprodukts. In den Niederlanden wird die Volkswirtschaft beispielsweise mit bis zu 2 Milliarden Euro belastet. Das entspricht etwa 300 Euro pro Familie. Wesentlich effizienter ist die bargeldlose Bezahlung mit Debitkarten oder elektronischen Geldbörsen wie der GeldKarte. 50 bis 100 Milliarden Euro könnten europäische Banken laut einer Studie von McKinsey dadurch sparen. Dennoch greifen die Deutschen beim Bezahlen weiterhin zum Bargeld. Und dies viel häufiger als ihre europäischen Nachbarn: Rund 62 Prozent des Umsatzes im Einzelhandel werden in Deutschland laut dem Kölner EHI Retail Institute noch immer in bar abgewickelt. Das ist beinahe doppelt so viel wie etwa in Großbritannien, wo das Centre for Retail Research 2006 einen Barzahlungsanteil von nur noch

32,3 Prozent registrierte. Die Briten haben somit die Vorteile der bargeldlosen Zahlung für sich entdeckt und zählen verstärkt mit Debitkarten.

Teures Bargeld

Nicht nur die volkswirtschaftlichen Kosten des Bargeld-Handlings sind hoch, auch die Einzelhändler und Unternehmen können von der Bezahlung mit Chipkarte profitieren. Während Bargeld die Händler rund 2,75 Prozent des Umsatzes kostet, sind es bei der Bezahlung mit Debitkarten nur 1,1 Prozent. Bei der GeldKarte fallen sogar nur Kosten in Höhe von 0,3 Prozent des Kaufumsatzes an bzw. 1 Cent bei Transaktionen bis zu 5 Euro. Damit ist die GeldKarte das preiswerteste Plastikgeld. Neben den Verarbeitungsgebühren machen besonders das lästige Zählen und Aufbereiten des Bargelds die Annahme von Münzen und Scheinen für die Händler so teuer. Hinzu kommen das Falschgeldrisiko und der Aufwand für die Abholung des Bargelds in den einzelnen Filialen (s. S.16).

Auch und insbesondere am Automaten spart der Händler Kosten, wenn er die Chipkarte als Bezahlmittel akzeptiert. Nicht nur die Ausstattung des Automaten zur Abwicklung der Zahlung ist beim Bargeld teurer als z.B. bei der GeldKarte. Auch die nötigen, einmaligen Aufwendungen und laufenden Kosten der nachgelagerten Geldverarbeitung sind deutlich höher. Hier fallen besonders der Münzzähler und die Kosten, die durch die Verpackung der Münzen in Papierrollen entstehen, ins Gewicht. Darüber hinaus bieten die mit Bargeld gefüllten Automaten einen Anreiz für Aufbruch und Vandalismus. All dies entfällt bei der Zahlung per Karte, denn Umsätze werden einfach elektronisch an die Bank übermittelt und innerhalb kürzester Zeit dem Konto des Händlers gutgeschrieben.

Digitaler Alterscheck sichert Zukunftsmärkte

Neben der bargeldlosen Zahlung ermöglicht die Chipkarte den Betrieb zuverlässiger und gleichzeitig für den Nutzer anonyme Altersverifikationssysteme. Diese technische Jugendschutzlösung „made in Germany“ hält ein großes ökonomisches Potenzial bereit. Statt gesetzlicher Überregulierung kann das digitale Verfahren zur Alterslegitimation den Jugendschutz sicherstellen und gleichzeitig das Wirtschaftswachstum in Deutschland unterstützen. So war im vergangenen Jahr im Zuge der Diskussion um ein Verbot so genannter Killerspiele die boomende Spiele-Branche in Verruf geraten. Der Chip bietet eine Lösung für die Alterskontrolle, ohne den Zukunftsmarkt der Computerspiele durch weitreichende Herstellungs- und Handelsbeschränkungen zu schädigen. So-wohl bei Konsolen-, DVD- als auch bei Online-Spielen kann seitens des Anbieters zu jedem Spielstart eine Altersabfrage installiert werden, die mit Hilfe des Altersmerkmals im Chip zuverlässig beantwortet wird.

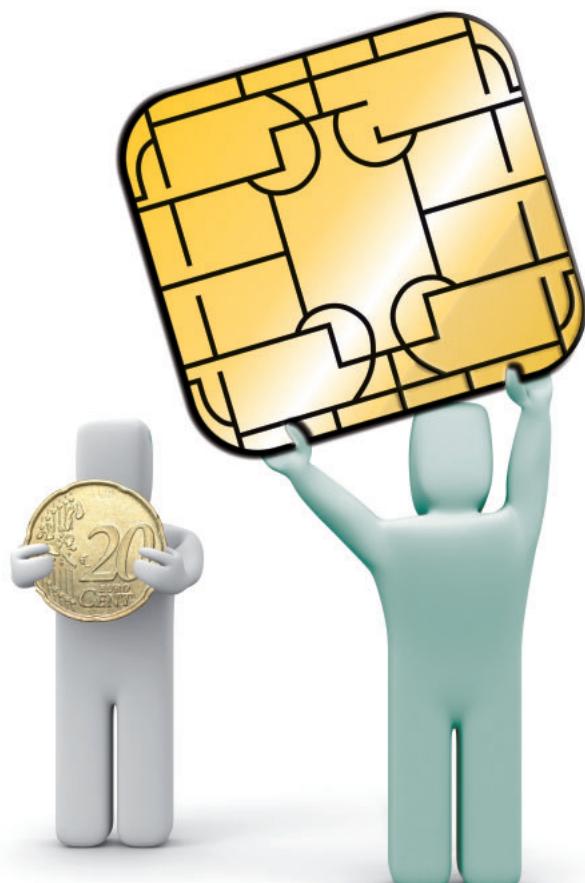
Ähnliches gilt für die Internetwirtschaft. Deutsche Betreiber von Erotik-Webseiten oder Anbieter von anderen Erwachseneninhalten im World Wide Web, die im Einklang mit den geltenden Gesetzen zu härteren Jugendschutzmaßnahmen aufgefordert werden, drohen damit, ins Ausland abzuwandern. Ebenso gerieten Provider von Internetzugängen ins Visier der Jugendschützer. Sie ermöglichen Minderjährigen den Besuch auf entwicklungsbeeinträchtigenden Webseiten, lautete die Kritik. Die Aussicht, quasi-zensorische Filtersysteme integrieren zu müssen, bedroht die legitimen wirtschaftlichen Interessen der Provider. Durch eine Abwanderung der Internetwirtschaft ins Ausland würden dem Staat nicht nur Steuereinnahmen entgehen, sie bedeutet auch den Verlust von Arbeitsplätzen in der IT-Branche und schadet der Entwicklung des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Die Alterslegitimation per Chipkarte bietet dagegen eine zuverlässige technische Lösung, die den Zugang Kinder und Jugendlicher zu nicht jugendgerechten Webseiten verhindern kann. So können Provider den vorbildlichen Jugendschutzbestimmungen in Deutschland nachkommen und gleichzeitig den legitimen Betrieb ihrer Kunden aufrechterhalten. Auf rund 180.000 Webseiten regelt der Chip auf den ec- oder Kundenkarten der Banken bzw. Sparkassen bereits den jugendgeschützten Zugang.

Gesellschaftliche Verantwortung dank Chip

Auch für die Unternehmer und Online-Händler im Bereich altersbegrenzter Produkte selbst ist der Einsatz der Chipkarte von wirtschaftlicher Bedeutung. Wer Kinder und Jugendliche durch ein sicheres Verfahren zur Alterskontrolle schützt, übernimmt gesellschaftliche Verantwortung und schafft so Vertrauen bei den Verbrauchern. Für Eltern stellt die digitale Alterslegitimation eine wichtige Orientierungshilfe dar bei der Entscheidung, welche Computerspiele sie im Kinderzimmer erlauben und auf welchen Internetseiten der Nachwuchs surfen darf. Ähnlich einem Qualitätssiegel hilft die Sicherung mit der Chipkarte einem Webseiten-Betreiber oder Hersteller von Computerspielen, sich positiv von der Konkurrenz abzusetzen.

Fazit: Vorsprung durch Chipkarten

Die Chipkarte zeigt ihr ökonomisches Potenzial in vielen Facetten. Die Reduzierung des Bargeldaufkommens senkt nicht nur die Kosten der Händler, sondern trägt auch zu einer enormen Entlastung des öffentlichen Haushalts bei. Deutschland kann sein bereits etabliertes Altersverifikationsverfahren per Chipkarte als vorbildliches Jugendschutzsystem in Europa positionieren. Und Zukunftsmärkte wie die boomende Computerspiele-Branche und die Internetwirtschaft können am Wirtschaftsstandort Deutschland erhalten bleiben, ohne dazu die gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen lockern zu müssen. ■



Unsicheres Online-Banking sichert Arbeitsplätze.



Online-Bankencheck: www.hbcf-finder.de
HBCI-Angebote Ihrer Hausbank finden.



Online-Banking gehört zu den Lieblingsschauplätzen organisierter Kriminalität. Die Internet-Mafia hat es auf Ihr Geld und Ihre Daten abgesehen und tüftelt immer gefährlichere Methoden aus. Seit 2003 haben sich Trojaner & Co. mehr als verzehnfach und tricksen mittlerweile sogar Virensanner und Firewalls aus.

Folgerichtig wurden Technologien entwickelt, die derartige Gefahren bannen – die derzeit sicherste: HBCI-Banking per Chipkarte, der bequemste und schnellste Weg, Ihr Geld und Ihre Daten erfolgreich zu schützen.

Die Schlüssel werden dabei auf der Chipkarte sicher aufbewahrt, außerhalb des angreifbaren PCs. Wie am Geldautomaten wird die PIN am sicherheitszertifizierten Chipkartenleser von REINER SCT eingegeben und die Banktransaktionen werden verschlüsselt an Ihr Kreditinstitut weitergeleitet.

Das bestätigen übrigens auch unabhängige Experten. Fragen Sie Ihre Bank oder Sparkasse nach HBCI.

HBCI mit Chipkarte – schlechte Karte(n) für Web-Ganoven.



Weitere Infos: www.reiner-sct.com

REINERSCT
Smart Card Technology is our business



Nur Bares ist Wahres?

Ein Gastbeitrag von Eva Walther, Wirtschaftsuniversität Wien,
Institut für Handel & Marketing

Gibt es im Handel und Dienstleistungsbereich immer noch Branchen, in denen dieser Leitsatz Gültigkeit hat? Nutzt der Konsument bargeldlose Zahlungsalternativen oder zahlt er häufiger bar? Das Zahlungsverhalten war oftmals Thema von Konsumentenbefragungen, jedoch gibt es kaum Studien, welche sich diesem Thema aus Unternehmersicht annehmen. Kann überhaupt eine generalisierbare Aussage über alle Branchen des Einzelhandels und des Dienstleistungssektors hinweg getroffen werden? Wie steht es um die Akzeptanz von Zahlungsalternativen? Warum bieten Händler und Dienstleister bargeldlose Zahlungsalternativen an bzw. warum nicht? Beeinflusst aus Sicht der Händler das Angebot an Zahlungsalternativen die Wahl des Geschäfts?

Seit 2006 wird diesen Fragestellungen am Institut für Handel & Marketing der Wirtschaftsuniversität Wien nachgegangen. Zwei Studien wurden zu diesem Thema durchgeführt. Die erste nimmt den Einzelhandel näher ins Visier und die zweite im Jahr 2007 den Dienstleistungssektor. Da nicht nur der Gesamtmarkt betrachtet werden soll, sondern auch mögliche Unterschiede zwischen einzelnen Branchen von Interesse sind, muss vorab ein geeignetes Branchengliederungsmodell gefunden werden, welches sowohl für den Einzelhandel als auch für die Dienstleistungsbereiche Anwendung finden kann. Zweckmäßig dafür ist die ÖNACE-Gliederung. Die von Statistik Austria (Bundesanstalt zur Erhebung von offiziellen Statistiken des Landes Österreich) verwendete ÖNACE 2003, abgeleitet aus der französischen Bezeichnung der europäischen Wirtschaftstätigkeiten-

klassifikation: „Nomenclature générale des activités économiques dans le communautés européennes“, ist seit 1. Januar 2003 verbindlich von allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union zur besseren internationalen Vergleichbarkeit von Statistiken anzuwenden. Die Untersuchung erfolgt in neun Unterklassen des Einzelhandels und in 21 Dienstleistungsbereichen. Wer davon ausgeht, dass der Einzelhandel mit seiner Produktvielfalt ein äußerst heterogener Bereich ist, wird feststellen, dass der Dienstleistungsbereich noch viel unterschiedlicher ist. Zweifel an der Vergleichbarkeit so unterschiedlicher Bereiche wie Friseur, Hotel und Tanzschulen, alle drei dem Dienstleistungsbereich zurechenbar, sind berechtigt. Jede Zahl muss vor diesem Hintergrund interpretiert werden. Im Einzelhandel verhält es sich ähnlich. Der Handel mit Möbeln weist beispielsweise beim Zahlungsverhalten kaum Ähnlichkeiten mit dem Lebensmitteleinzelhandel auf.

In beiden Studien werden Führungskräfte und Entscheider telefonisch mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens interviewt. Im Handel erfolgt eine zusätzliche persönliche Befragung der Geschäftsführer der jeweils umsatztstärksten Filialisten, im Dienstleistungsbereich die Marktführer einiger ausgewählter Bereiche. Im Einzelhandel werden neun verschiedene Branchen untersucht und im Dienstleistungssektor 21 verschiedene Branchen.

Der österreichische Zahlungskartenmarkt

Die bekannteste Debitkarte in Österreich ist die Maestro Bankomatkarte. Derzeit gibt es 7,2 Millionen, was bei einer gesamten Einwohnerzahl von 8,3 Millionen praktisch bedeutet, dass nahezu jeder eine solche besitzt. 263 Millionen Transaktionen mit einem Zahlungsvolumen von 13,4 Milliarden Euro werden 2007 damit getätig. Der durchschnittliche Rechnungsbetrag beläuft sich somit auf rund 51 Euro. Die österreichische elektronische Geldbörse Quick gibt es bereits seit 1996. Fast alle Maestro Bankomatkarten sind damit ausgestattet. Damit werden 28,6 Millionen Transaktionen mit einem Zahlungsvolumen von 150,4 Millionen Euro sowie einem durchschnittlichen Rechnungsbetrag von rund 5 Euro durchgeführt. Quick kann an beinahe allen Bankomatkassen verwendet werden, des Weiteren an Parkschein-, Getränke- und Zigarettenautomaten sowie Kopiergeräten, in Waschküchen und in Kabinen vieler Unternehmen und Schulen.

Die am häufigsten genutzten Kreditkarten sind Visa, Mastercard, Diners Club und American Express. Die Anzahl der Visa und Mastercard Kreditkarten beläuft sich auf jeweils über 1 Million ausgegebener Karten. Bei einer Gesamtzahl von 2,37 Millionen Kreditkarten wird ersichtlich, dass diese beiden die wichtigsten Karten darstellen. 232.000 Diners Club Karten sind mit einem Zahlungsvolumen von 1,34 Milliarden Euro an dritter Position. Über American Express liegen keine genauen Zahlen vor. Mit diesen Kreditkarten wird rund 63 Millionen Mal im In- und Ausland gezahlt. Das Zahlungsvolumen beträgt 6,81 Milliarden Euro und der durchschnittliche Rechnungsbetrag liegt somit bei 108 Euro, ungefähr die doppelte Höhe einer Debitkartenzahlung.

Der Handel

Die untersuchten Bereiche im Einzelhandel haben in Österreich eine Umsatzbedeutung von rund 22 Milliarden Euro. Bargeld wird von nahezu allen Unternehmen als Zahlungsmittel akzeptiert. Die Maestro wird bereits von zwei Dritteln und Quick immerhin schon von 40 Prozent als Zahlungsmittel angenommen. Überweisungen werden von mehr als der Hälfte der Unternehmen akzeptiert, genauso wie die Kreditkarten Mastercard und Visa. American Express und Diners Club von ungefähr einem Drittel. Der Hauptgrund für die Akzeptanz von Kreditkarten liegt im Serviceangebot für den Kunden.

Nur mehr 70 Prozent bezeichnen Bargeld als das wichtigste Zahlungsmittel und bereits 14 Prozent weisen die Maestro als dieses aus. Ebenfalls 14 Prozent nennen Überweisungen und 2 Prozent Kreditkarten. Zwei Drittel der Befragten geben an, dass die Akzeptanz von bargeldlosen Zahlungsmitteln als sehr wichtig bis wichtig einzustufen ist und 41 Prozent gehen davon aus, dass die Akzeptanz auch einen ausschlaggebenden Faktor für die Einkaufsstättenwahl des Kunden darstellt. Ein Drittel der befragten Handelsunternehmer führen ein Kundenkartenprogramm und 5 Prozent dieser Karten sind bereits mit Zahlungsfunktionen ausgestattet.

Die Studie ergibt ein Verhältnis von 59 zu 41 (siehe Abbildung 1). Diese Zahlen stellen eine Hochrechnung aus dem „Durchschnitt des Durchschnitts des Durchschnitts“ dar. Es gibt teilweise große Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen. Während der Lebensmitteleinzelhandel einen Barzahlungsanteil von 77 Prozent aufweist, verzeichnet die Branche Möbeleinzelhandel nur mehr einen Barzahlungsanteil von 34 Prozent. In dieser Branche überwiegen die Zahlungen mittels Überweisung, genauso wie im Einzelhandel mit Metallwaren. Bereits 17 Prozent der Zahlungen im Schuheinzelhandel werden mit Kreditkarten getätig, während im Lebensmitteleinzelhandel kaum Kreditkarten akzeptiert werden.

Ein möglicher Faktor für diese Heterogenität liegt in den durchweg unterschiedlichen Rechnungsbeträgen in den einzelnen Branchen. So betragen diese im Bucheinzelhandel rund 28 Euro und sind im Möbelhandel mit rund 2.400 Euro um ein Vielfaches höher anzusiedeln.

Der Dienstleistungsbereich

Die Umsatzbedeutung der 21 untersuchten Dienstleistungsbereiche liegt bei rund 53 Milliarden Euro. Wie auch im Einzelhandel akzeptiert nahezu jedes Dienstleistungsunternehmen Barzahlungen und ungefähr die Hälfte nimmt die Maestro Bankomatkarte und die Kreditkarten Mastercard und Visa als Zahlungsmittel an. Mehr als ein Drittel aller Befragten geben an, American Express und Diners Club anzunehmen. Jedes vierte Unternehmen akzeptiert Quick und bereits 5 Prozent haben Kundenkarten mit Zahlungsfunktion. Der Hauptgrund für die Akzeptanz von Kreditkarten liegt auch hier im Serviceangebot für den Kunden und der einfachen Abwicklung.



Wirtschaftsfaktor

62 Prozent geben an, dass Bargeld das wichtigste Zahlungsmittel darstellt, und 28 Prozent nennen Überweisungen, 5 Prozent Kreditkarten und 4 Prozent die Maestro Bankomatkarte.

Knapp zwei Drittel stuften die Akzeptanz von bargeldlosen Zahlungsmitteln als sehr wichtig bis wichtig ein und 40 Prozent glauben auch daran, dass dies ein ausschlaggebender Faktor für die Wahl des Dienstleisters ist. Ein Drittel der befragten Dienstleistungsunternehmen haben Kundenkarten im Einsatz und sind überzeugt, dass diese positive Effekte für das Marketing bringen und ein gutes Instrument zur Kundenbindung darstellen.

Das Ergebnis dieser Studie lässt sich mit 53 zu 47 (s. Abbildung 2) beziffern. Ähnlich wie in der vorhergehenden Studie stellen diese Zahlen eine Hochrechnung dar und müssen daher vor diesem Hintergrund interpretiert werden. Wie bereits eingangs erwähnt ist die Heterogenität hoch. Während man im sonstigen Gaststättenwesen 81 Prozent der Umsätze mit Barzahlungen erzielt und bei Mautgebühren sogar 86 Prozent, so sind es bei den Fernmelddiensten nur mehr 1 Prozent. In diesem Bereich werden 98 Prozent der Umsätze mit Bezahlung mittels Überweisung gemacht. Im Beherbergungswesen hat die Kreditkarte bereits einen Umsatzanteil von 27 Prozent und 17 Prozent bei Seilbahnen, 16 Prozent bei Taxis und Autovermietung, 15 Prozent bei Parkhäusern und -garagen sowie 11 Prozent bei öffentlichen Verkehrsmitteln.

Auch im Dienstleistungssektor kann von gänzlich unterschiedlichen Rechnungsbeträgen in den einzelnen Branchen ausgegangen werden. Werden in Reisebüros durchschnittlich 1.600 Euro ausgegeben, so liegen die durchschnittlichen Rechnungsbeträge bei Videotheken bei 6 Euro oder bei Friseuren bei 59 Euro. Teilweise sind auch die Spannweiten innerhalb der Branchen sehr hoch.

Cashless bald Realität?

Wie man aus den obigen Ausführungen ersehen kann, sind wir noch ein Stück weit weg von der „Cashless Society“. Es ist aber bereits absehbar, dass die bargeldlosen Zahlungen in nahezu allen Branchen stetig ansteigen werden. Vor allem die Maestro Bankomatkarte kann hohe Zuwachsrate verzeichnen. Von 2003 bis 2007 sind die Transaktionen um 66 Prozent und das Zahlungsvolumen um 60 Prozent gestiegen. Dieses Ergebnis könnte so interpretiert werden, dass die Bereitschaft, auch Kleinbeträge bargeldlos zu bezahlen, ebenso gestiegen ist. Auch Kleinstbeträge (Summen im „Cent-Bereich“) werden immer häufiger bargeldlos gezahlt. Dies kann durch 61 Prozent Steigerung bei Quick-Zahlungstransaktionen und 29 Prozent Steigerung des Quick-Zahlungsvolumens belegt werden. Die Quick-Ladungen haben sich seit 2003 sogar mehr als verdoppelt (+108 Prozent) und die Anwendungsbereiche werden immer mannigfaltiger. Blickt man der Realität ins Auge, wird deutlich, dass sich das Bargeld in absehbarer Zeit nicht ganz verdrängen lässt, obwohl der Griff zur Karte wohl in Zukunft immer alltäglicher wird.

Abbildung 1: Umsatzanteile im Einzelhandel

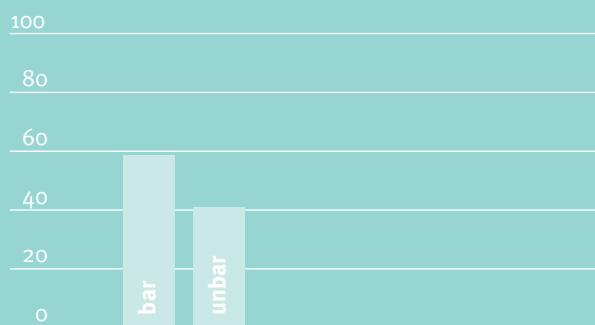
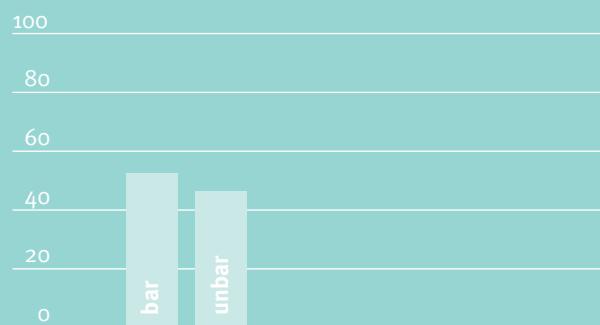


Abbildung 2: Umsatzanteile im Dienstleistungssektor





GeldKarte vs. Bargeld – 2:0

Bezahlen am Automaten: Ein Kostenvergleich

Kaffee, Süßigkeiten, Zigaretten, kleine Snacks – Die Coburger Ernst-Kühner OHG versorgt die Oberfranken an ihren Automaten mit Genussmitteln aller Art. Neben Bargeld setzt das Unternehmen dabei seit vielen Jahren auf die GeldKarte als ergänzende Bezahlmöglichkeit. Aus gutem Grund. „Denn die GeldKarte verursacht tatsächlich die geringsten Betriebskosten“, ist Peter Ehrl, Technikleiter der Ernst Kühner OHG, überzeugt. Beruhend auf langjährigen Erfahrungswerten ist die Ernst Kühner OHG bei einem Kostenvergleich von Bargeld- und GeldKarte-Bezahlung am Automaten zu einem eindeutigen Ergebnis gekommen.

Einsatzvoraussetzungen

Bargeld – Zunächst muss der Automat für den Einsatz des Bezahlsystems ausgerüstet werden. Um nicht nur passendes Bargeld der Kunden akzeptieren zu können, ist der Automat

mit einem Geldwechsler ausgestattet. Es entstehen Anschaffungskosten in Höhe von mindestens 280 Euro. Soll der stumme Verkäufer auch Scheine annehmen, benötigt er zusätzlich einen Banknotenakzeptor für mindestens 270 Euro. Des Weiteren ist im Durchschnitt ein Wechselgeldbestand von etwa 100 Euro erforderlich.

GeldKarte – Für die Bezahlung mit dem GeldKarte-Chip auf der geladenen ec- oder Kundenkarte der Banken bzw. Sparkassen bedarf der Automat lediglich eines standardisierten Terminals. Die Kosten hierfür liegen bei rund 200 Euro. Hinzu kommt für eine jederzeit gesicherte Bezahltransaktion eine so genannte Händlerkarte als Plug-in-Modul für das Terminal, die drei Jahre gültig ist. Dieses Sicherheitsmodul ist dem Bankkonto des Betreibers zugeordnet und kostet etwa 7,50 Euro pro Automat. Bei den einmalig anfallenden Kosten am Automaten gewinnt also die GeldKarte.

Wirtschaftsfaktor

Umsatzverarbeitung

Bargeld – Weitere Kosten fallen für den Automatenbetreiber regelmäßig an, um die Umsätze aus dem Automaten seinem Bankkonto gutzuschreiben. Bargeld muss nicht nur gezählt, sondern auch sortiert, in Papierrollen verpackt und zur Bank transportiert werden. Hier gilt: Zeit ist Geld. Allein fünf Minuten ist der Betreiber am Automaten selbst beschäftigt, um den Kassenbehälter zu leeren, gegebenenfalls Scheine zu entnehmen und Wechselgeld nachzufüllen. Das Auslesen der GeldKarte-Umsätze am Bezahlterminal mit einem Mobilen Datenerfassungsgerät (MDE) dauert hingegen weniger als eine halbe Minute.

Zurück in der Zentrale, zählt, sortiert und rolliert ein Mitarbeiter das Münzgeld, bündelt Scheine, verfasst ein Einzahlungsprotokoll und bringt das Bargeld – aus Sicherheitsgründen meist gemeinsam mit einer zweiten Person – zur Bankfiliale. Neben den permanenten Personalkosten sind dazu einmalig und je nach Unternehmensstruktur mindestens vier Maschinen anzuschaffen: eine Münzzählmaschine, ein Münzsortiergerät, ein Münzrollierer und ein Vakuum-Rollen-Verpackungsgerät. Hier fallen somit mindestens 16.000 Euro für das betriebliche Münz-„Hintergrundsystem“ an, Kosten für Rollpapier, Vakuumbeutel und die jährliche Wartung des Münzrollierers nicht mitgerechnet.

GeldKarte – Der Automatenaufsteller, der die GeldKarte nutzt, überträgt stattdessen lediglich die Daten seines MDE-Geräts auf einen Computer, druckt das Einzahlungsprotokoll aus und übermittelt die Umsätze elektronisch an seine Bank, ohne das Büro verlassen zu müssen. Bereits am nächsten Tag gehen die Umsätze auf dem Bankkonto des Betreibers ein. Die Kosten für MDE und PC belaufen sich auf höchstens 4.500 Euro. Hinzu kommt eine Transaktionsgebühr von 0,01 Euro pro verkauften Artikel. Auch bei der Umsatzverarbeitung gewinnt also die GeldKarte. Es steht 2:0.

Fazit

Nicht nur die Erstausstattung eines Automaten mit einem GeldKarte-Terminal stellt eine kostengünstige Ergänzung des Bezahlens per Bargeld dar. Auch mittelfristig ist durch die niedrige Bearbeitungszeit und die sichere sowie unkomplizierte Handhabung der GeldKarte ein Vorteil gegenüber dem Bargeld nicht in Abrede zu stellen. Durch den Wegfall des Bargelds nimmt außerdem das Ein- und Aufbruchrisiko am Automaten rapide ab. Langfristig werden Automatenbetreiber zudem die hohen Forderungen der Bundesbank für die Münzrollenfertiger nicht mehr wirtschaftlich erfüllen können. Für die Ernst Kühner OHG steht daher schon heute der Sieger bei der Automatenzahlung fest: die GeldKarte.

Bargeld vs. GeldKarte: Die Kosten im Vergleich

Bargeld

Anschaffungskosten

Geldwechsler	280,00 Euro	GeldKare-Terminal	200,00 Euro
Banknotenakzeptor	270,00 Euro	Händlerkarte pro Automat (3 Jahre gültig)	7,50 Euro
Münzzählmaschine	2.750,00 Euro	MDE	2.167,00 Euro
Münzsortierer	2.050,00 Euro	Linux-PC mit T3 mit Oracle DB für GeldKarte-Einreichprogramm	990,00 Euro
Münzrollierer	9.064,00 Euro		
Vakuum-Rollen-Verpackungsgerät	2.235,00 Euro		
Gesamt	16.649,00 Euro	Gesamt	3.364,50 Euro

Regelmäßige Kosten

Wartung des Münzrollierers (jährlich)	1.217,00 Euro	Wartung des MDE und GeldKarte-Einreichprogramms (jährlich)	273,60 Euro
Rollpapier (je 10.000 Rollen)	25,40 Euro	Transaktionsgebühr (je verkauften Artikel)	0,01 Euro
Vakuumbeutel (je 10.000 Rollen)	38,40 Euro		

Jugendmedienschutz behutsam und zielgerichtet weiterentwickeln

Ein Gastbeitrag von
Jürgen Kucharczyk, Mitglied
des Deutschen Bundestags
und Berichterstatter für
Jugendschutz und Jugend-
medienschutz in der SPD-
Bundestagsfraktion

Ein wirksamer Jugendmedienschutz ist und bleibt das zentrale Ziel einer verantwortungsvollen Jugend-, Familien- und Medienpolitik. In Deutschland existiert ein ausdifferenzierter rechtlicher Rahmen, der die Zulässigkeit bei der Verbreitung medialer Inhalte regelt, die für Kinder und Jugendliche und deren Entwicklung beeinträchtigend oder gefährdend sein könnten, wie zum Beispiel gewaltbetonte Inhalte. Das sind auf gesetzlicher Ebene das Jugendschutzgesetz des Bundes und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Länder.

Deutschlands Jugendschutzsystem kommt eine Vorreiterrolle gegenüber anderen europäischen Ländern zu. Unser Jugendschutz ist wirkungsvoll und seine verschiedenen Instrumente wie die Freiwillige Selbstkontrolle oder die Indizierung haben sich grundsätzlich bewährt. Wir wollen deshalb das Rad nicht neu erfinden, sondern lediglich in Detailfragen notwendige Verbesserungen vornehmen. Diese grundsätzliche Feststellung trafen auch die beiden Berichte des Hans-Bredow-Instituts, welche sich im Auftrag von Bundesfamilienministerin von der Leyen (CDU) der Analyse des deutschen Jugendmedienschutzsystems widmen.

Novellierung des Jugendschutzgesetzes

Jugendschutz ist einem kontinuierlichem Verbesserungsprozess unterworfen und muss den aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen angepasst werden. Um das Niveau des Jugendschutzes hoch zu halten und damit den Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sie gefährdenden Inhalten zu verbessern, werden wir das Jugendschutzgesetz in diesem Jahr novellieren. Den entsprechenden Gesetzentwurf werden wir in Kürze im Deutschen Bundestag





Jürgen Kucharczyk

Ein wirksamer Jugendmedienschutz ist und bleibt das zentrale Ziel einer verantwortungsvollen Jugend-, Familien- und Medienpolitik.

beraten. Er sieht vor, den Verbotskatalog der schwer jugendgefährdenden Trägermedien im Hinblick auf Gewaltdarstellungen zu erweitern. Ohne dass es eines speziellen Indizierungsverfahrens bedarf, gelten für diese Medien – zu denen Killerspiele und Horrorfilme zählen – gesetzliche Vertriebsbeschränkungen. Zukünftig sollen auch solche Medien, die besonders realistische, grausame und reißerische Darstellungen selbstzweckhafter Gewalt beinhalten, mit einem weit reichenden Abgabe-, Vertriebs- und Werbeverbot belegt werden. Auch die im Jugendschutzgesetz genannten Indizierungskriterien sollen in Bezug auf mediale Gewaltdarstellungen erweitert und präzisiert werden. Die Aufzählung im Gesetz soll zum Beispiel um Mord- und Metzelszenen, die detailliert dargestellt werden oder die Selbstjustiz verherrlichen, erweitert werden. Das Alterskennzeichen der Freiwilligen Selbstkontrolle (FSK) und der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) soll künftig eine bestimmte Größe haben und gut sichtbar platziert sein, so dass es dem Verkaufspersonal und den Käufern ins Auge springt. Diese Regelung soll verhindern, dass wie bislang häufig der Fall Spiele entgegen der Alterskennzeichnung verkauft werden. Für Eltern und Großeltern muss klar und deutlich erkennbar sein, welche Altersstruktur angesprochen ist.

Anpassung an gesellschaftliche Herausforderungen

Der Gesetzentwurf greift übrigens Anregungen der umfassenden und endgültigen Evaluation des Hans-Bredow-Instituts über das deutsche Jugendmedienschutzsystem sowie die Ergebnisse des runden Tisches zum Jugendschutz Ende November 2007 auf. Zu Letzterem sind wir zuständigen Bundestagsabgeordneten gemeinsam mit der Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Ursula von der Leyen, den zuständigen Landesministern sowie Vertretern der kommunalen Spitzenverbände, der Ressorts der Länder und des Bundes, der Jugend- und Jugendschutzverbände, der Kirchen und des Einzelhandels, der Tankstellen- und Videothekenbetreiber, des Gaststätten- und Hotelverbands und weiteren Experten zusammengekommen. Ziel des runden Tischs war die Verständigung auf konkrete Maßnahmen, um den Vollzug bei Verstößen gegen das Jugendschutzgesetz zu verbessern.

Die erste Novellierung des Jugendschutzgesetzes erfolgte im Jahr 2003. Die bisher letzte Änderung erfuhr das Jugendschutzgesetz übrigens im letzten Jahr mit den neuen Regelungen bezüglich des Rauchens. Ende 2007 wurde dann der „Entwurf eines ersten Gesetzes zur Änderung des Jugendschutzgesetzes“ vom Kabinett beschlossen. Das Ergebnis stellt das politisch Machbare dar und ist für alle Beteiligten ein gangbarer und zufriedenstellender Weg. Vor dem Hintergrund der erneuten Weiterentwicklung wird deutlich, dass es im Jugendschutz keinen starren Zustand geben kann, sondern dass wir kontinuierlich die gesetzlichen Regelungen auf die gesellschaftliche Situation hin überprüfen und – bei Bedarf – sinnvoll ergänzen müssen.

Hinsehen statt zensieren

Die ethisch-moralische Diskussion um die Herstellung von gewalthaltigen Computerspielen beschäftigt sich vor allem damit, dass die Empathie auf der Strecke bleibt. Das Leiden von Opfern bleibt ausgespart; hier wird stark vereinfacht, ein komplexer Handlungsrahmen fehlt. Jederzeit kann das Programm per Mausklick verlassen oder beendet werden. Das kann zu wirklichkeitsfernen Problemlösungen führen und die Flucht aus der realen Welt begünstigen, wenn diese zu schwierig wird. Dort fängt ein Teufelskreis an.

Es gibt zurzeit leider keine eindeutigen wissenschaftlichen Beweise dafür, dass der Konsum von gewalthaltigen PC-Spielen zum Ausleben von Gewalt in der Realität führt. Nachgewiesen sind allerdings ein erhöhtes Aggressionspotenzial und eine niedrigere Konzentrationsfähigkeit von Kindern und Jugendlichen die zuvor gewalthaltige Games spielten. Nachdenklich machen muss uns insgesamt jedoch die Tatsache, dass Schulkinder in der Summe gesehen zwischen zwei und fünf Stunden täglich sowohl Gameboy, Computerspiele, PC, DVD, Video als auch TV nutzen. Wichtigste Grundvoraussetzung für den Schutz vor gewalttätigen Handlungen, Verrohung oder auch Verwahrlosung ist ein eng geflochtenes soziales Netz aus Elternhaus, Schule und Jugendhilfe. Kinder und Jugendliche können nur dann ihre vielfältigen Potenziale optimal ausbauen und ihre Kreativität entfalten, wenn sie früh und individuell gefördert werden. Dazu können auch Computerspiele beitragen. Allerdings sollte ganz genau hingesehen werden, mit welchen Programmen Kinder und Jugendliche ihre Freizeit verbringen. Hier müssen Eltern, Freunde, Verwandte, aber auch Lehrer bei ihren Erziehungsaufgaben unterstützt,

fortgebildet und ihnen eine Orientierung gegeben werden, wie dies bisher etwa durch die Altersangaben von USK oder auch FSK geschieht. Der korrekte Umgang mit elektronischen Medien gehört heutzutage zur Basisqualifikation und ist Grundlage für einen selbstbestimmten Umgang der Jugendlichen mit den neuen Medien. Eine reine Verbotspolitik ist Ausdruck einer hysterisch geführten Diskussion. Sie spiegelt auf populistische Weise falsche Sicherheit vor, denn kein generelles Verbot von Gewaltspielen könnte real vorkommende Gewalt verhindern. Zensur ist keine Lösung!

Alterskontrolle im Internet

Wir Sozialdemokraten setzen uns für einen bewussten Umgang mit Neuen Medien ein. Dazu gehört meines Erachtens auch die Werbung für eine Ausweitung der deutschen Jugendschutzbestimmungen auf ganz Europa. Jugendschutz spielt beim Zugang zum Internet eine wichtige Rolle, zumal jugendgefährdende Online-Angebote wesentlich schwieriger zu kontrollieren und einzudämmen sind als beispielsweise der Vertrieb herkömmlicher Träger. Über zahlreiche Tauschbörsen haben Internetnutzer rund um die Uhr die Möglichkeit, illegal jugendgefährdendes Material herunterzuladen. Insbesondere im Hinblick auf Online-Angebote stehen uns noch einige Hürden bevor, die wir nur europaweit und gemeinsam nehmen können. Wir sind vor dem Hintergrund gefährdender Inhalte im Internet darauf angewiesen, dass die technologischen Möglichkeiten, den Zugang zu bestimmten Seiten und Foren zu sperren, vielfältig genutzt werden. Dies beinhaltet neben Filterlösungen der großen Zugangsprovider ebenso alternative Altersverifikationssysteme wie das der GeldKarte.

Biografie Jürgen Kucharczyk

geb. 15. Mai 1957	in Gevelsberg, römisch-katholisch, verheiratet, zwei Kinder
Ausbildung und Beruf	Realschulabschluss Berufsausbildung zum Fernmeldehandwerker Grundwehrdienst DAG-Technikum, Technischer Fachwirt Telekom
1984	Eintritt in die SPD Remscheid
seit 1998	Vorsitzender des SPD-Unterbezirks Remscheid
1989 bis 2006	Mitglied des Rates der Stadt Remscheid
1989 bis 2004	Vorsitzender des Jugendhilfeausschusses des Rates der Stadt Remscheid
Oktober 2004 bis Januar 2006	Zweiter Stellvertreter der Oberbürgermeisterin der Stadt Remscheid
Oktober 2005	Wahl in den Deutschen Bundestag (Wahlkreis 104; Solingen – Remscheid – Wuppertal II) Ordentliches Mitglied im Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
	Stv. Mitglied der Kinderkommission, im Unterausschuss Neue Medien und im Ausschuss für Arbeit und Soziales



Jugendmedienschutz made in Hamburg

Initiative GeldKarte e.V. begrüßt
Evaluierung des Hans-Bredow-Instituts

Deutschland hat Handlungsbedarf beim Jugendschutz in den Neuen Medien. Dies bestätigt das Hans-Bredow-Institut, das vergangenen Herbst seine Ergebnisse der Evaluierung des deutschen Jugendschutzes im Auftrag der Bundesregierung veröffentlicht hat. Die Initiative GeldKarte e.V. unterstützt die Forderung der Hamburger Medienforscher, vermehrt technische Lösungen zur Alterskontrolle zu berücksichtigen.

Ein einheitliches System

Ein Kernpunkt des Evaluierungsberichts ist die mangelnde Medienkompetenz der Eltern. Demnach stießen Erziehungsberechtigte mit den zunehmenden medialen Möglichkeiten ihrer Kinder insbesondere im Bereich der Computerspiele häufig an ihre erzieherischen Grenzen. Die Medien seien Eltern teils so fremd, dass sie „die Minderjährigen nach ihren eigenen Vorstellungen agieren lassen.“ Hier kann das einheitliche Altersverifikationssystem (AVS) der GeldKarte Abhilfe schaffen. Eltern müssen sich nicht mit einer Vielzahl unterschiedlicher Jugendschutzlösungen vertraut machen, sondern können sich auf die GeldKarte als ein zuverlässiges und etabliertes System verlassen.

So legitimieren sich nicht nur mehr als 1 Million Raucher täglich mit der GeldKarte am Zigarettenautomaten. Auch rund 180.000 Internetseiten sichern inzwischen nicht jugendfreie Inhalte mit dieser Lösung. Das AVS kann auch bei Online-Computerspielen sowie an Spielkonsolen für Videospiele zum Einsatz kommen und im Einzelhandel beim Verkauf von Trägermedien wie DVDs die Alterslegitimation sicherstellen. Die Alterskontrolle per GeldKarte ist eines der wenigen technischen Jugendschutzprogramme, die von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) positiv bewertet wurden.

Mehr technische Jugendschutzlösungen

Für den Bereich der Telemedien stellt das Hans-Bredow-Institut fest, dass das „Austarieren des Jugendmedien- schutzes besonders wichtig“ sei, um das Abwandern von Internetanbietern ins Ausland zu vermeiden. Verfahren wie die Sperrung von Internetseiten oder Filtersysteme sehen sich dem Vorwurf der Web-Zensur ausgesetzt, weil sie auch berechtigte Nutzer ausschließen. Bei der Legitimation mit der GeldKarte jedoch werden ausschließlich Jugendliche am Zugang zu den Internetseiten gehindert. Zudem können gezielt einzelne Seiten gesichert werden.

Die Evaluierung des Hans-Bredow-Instituts zeigt: Das Altersverifikationssystem per GeldKarte kann als entscheidender Baustein in den geforderten Jugendschutzprogrammen eingesetzt werden.

Sicheres Online-Banking: Ganz einfach!

HBCI



Sicheres Online-Banking:
Sm@rtTAN plus

Sicheres Online-Banking:
HBCI



Warum für einen Klasse-3-Leser mehr bezahlen?

Mit dem **KAAN-TriB@nk®** Kartenlesegerät steigern Sie ganz bequem Ihre Sicherheit beim Online-Banking – und das im Vergleich für wenig Geld. Nutzen Sie es im Offline-Modus für Sm@rtTAN plus (1.2 und 1.3) oder über USB an Ihrem PC angegeschlossen für das komfortable HBCI-Banking sowie für GeldKarte-Funktionen.

Das multifunktionale Lesegerät verfügt über eine Update-Funktion, womit Sie zukünftige Erneuerungen bequem nachrüsten können. **KAAN-TriB@nk®** kann mit HBCI-Programmen der Sparkassen, Volksbanken und diversen anderen Anbietern für sicheres Online-Banking eingesetzt werden und ist bereits heute auf Secoder und SigG vorbereitet.

Vertrauen Sie auf über 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Kryptografie, Smartcard- und PKI-Technologie. KOBIL ist heute technologischer Marktführer im Bereich der SmartCard Terminals und hat weltweit Millionen Nutzer.

Weitere Tools aus unserem Programm:



KOBIL EMV-TwinCAP
Sm@rtTAN plus Leser



- Ultra-kompakt
- vorbereitet für EMV-CAP
- GeldKarte Funktion
- Sm@rtTAN plus (Version 1.3)
- ZKA geprüft
- austauschbare Batterien
- bestes Preis-/Leistungsverhältnis
- logische Handhabung
- ausgezeichnetes Design



KOBIL mIDentity
Zero Footprint for Smartcard Applications

- Smart Card als sicherstes Medium
- Bankgeschäfte von jedem PC aus – weltweit, keine Installation von Treibern oder Software
- gesicherte Firmware- und Software-Updates
- Mitnahme von Applikationen
- keine beschränkte Lebensdauer
- Austauschbare Smartcard

*Erhältlich bei

amazon.de
GeldKarte-Shop
KOBIL Online-Shop



Security & Technology Consultation
MIT Sicherheit vernetzt!





Bei Alkopops piepst's

Neue GeldKarte-Kassiersysteme unterstützen Handel beim Jugendschutz

Ein 15-Jähriger betritt den 24-Stunden-Shop der Tankstelle. Betont lässig schlendert er zum Kühlschrank und greift sich einen Sechserpack Bier. So gewappnet geht er auf den Kassierer zu. „Und noch ne Packung Kippen“, murmelt er. Der Angestellte scannt die Waren und – PIIEEP! – schreckt auf.

So oder so ähnlich funktioniert Jugendschutz im Einzelhandel, wenn es nach den Vorstellungen von Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen geht. Ein Runder Tisch, zu dem die Ressortchefin vergangenen Herbst Experten aus Politik, Wirtschaft und Jugendschutzverbänden eingeladen hatte, verständigte sich auf Maßnahmen zur effektiveren Durchsetzung der Jugendschutzbestimmungen. Eine Vereinbarung sieht vor, Kassen in Geschäften und an Tankstellen so auszurüsten, dass sie ein deutliches Signal geben, wenn jugendschutzrelevante Produkte wie Alkohol, gewalthaltige Computerspiele oder Videos mit Altersbeschränkungen die Ladentheke passieren. So wird das Personal, wenn es bestimmte Waren scannt, automatisch dazu aufgefordert, das Alter des Käufers zu überprüfen.

Zuverlässiger Jugendschutz mit GeldKarte

Zur Alterskontrolle kann sich der Kassierer natürlich den Personalausweis des Kunden zeigen lassen. Schneller, einfacher und zuverlässiger ist aber die Legitimation mit der GeldKarte. Hypercom, Anbieter von Kartenzahlungssystemen und Premium-Partner der Initiative GeldKarte e.V., bietet künftig dem stationären Einzelhandel eine Lösung für den Jugendschutz mit GeldKarte: ein Bezahlterminal, das über den GeldKarte-Chip auf der ec- oder Kundenkarte der Banken bzw. Sparkassen oder kontogebundenen GeldKarte das Alter des Käufers feststellen kann. Damit sind Händler in der Lage, vor dem Verkauf von im Jugendschutzgesetz (JuSchG) geregelten Waren wie Alkohol oder Videospielen zunächst das Alter des Kunden zu überprüfen.

„Mit der Hypercom-Lösung können Händler das Risiko von Verstößen gegen das Jugendschutzgesetz ausschließen“, sagt Arne Meil, Sales Director Unattended bei Hypercom. „Die Kasse fragt beim Terminal das Altersmerkmal ab, sobald nicht-jugendfreie Ware gescannt wurde. Ist der Kunde keine 18 Jahre alt, wird die Ware für den Verkauf gesperrt“, erläutert das Vorstandsmitglied der Initiative GeldKarte e.V. Im anderen Fall läuft der Verkauf wie gewohnt weiter. Außerdem bietet die Alterslegitimation mit der GeldKarte Kunden und Handel den Vorteil, die Ware gleichzeitig bargeldlos bezahlen zu können. „Das System ist einfach in der Anwendung und in Zigarettenautomaten schon seit Langem erfolgreich im Einsatz“, so Meil. Hintergrund ist, dass seit 1. September 2007 nur Volljährige Zigaretten erwerben dürfen. Am Zigarettenautomaten wird des-

halb beispielsweise über den GeldKarte-Chip das Alter des Käufers geprüft.

Einzelhandel in der Verantwortung

Mit ähnlichen Verschärfungen sieht sich künftig auch der Handel konfrontiert: So plant die Bundesregierung, Verstöße gegen das JuSchG beispielsweise durch den Verkauf von Gewaltvideos an Minderjährige künftig härter zu bestrafen und mit bis zu vierstelligen Geldbußen zu ahnden. Das JuSchG reguliert unter anderem den Verkauf von Filmen, Computer- und Videospielen sowie von Tabakwaren und Alkohol an Minderjährige.

„Die Händler sind sich ihrer Verantwortung beim Verkauf von Alkohol sehr bewusst. Der Jugendschutz ist ein äußerst wichtiges Anliegen der Branche“, erklärt Dr. Detlef Groß, Geschäftsführer beim Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE). Der HDE war auch am Runden Tisch zum Thema Jugendschutz der Bundesfamilienministerin von der Leyen vertreten. Das Vorhaben, den Jugendschutz durch automatische Warnsignale an den Kassen sicherzustellen, bewertet Groß differenziert: „Es kann als unternehmerische Entscheidung zwar eine hilfreiche Unterstützung für das Kassenpersonal sein, wenn über automatisierte Systeme auf die Kontrollpflicht hingewiesen wird. Entscheidend bleibt aber, dass bei Bedarf tatsächlich kontrolliert wird. Mit oder ohne Warnsystem.“

Unnachgiebiger Verkäufer

Neben den Bezahlterminals sind auch die entsprechenden Kassen für die automatische Signalisierung technisch bereits möglich. Wincor-Nixdorf integriert beispielsweise Kassensysteme in Automaten, die bei Auswahl eines Produkts, das den Jugendschutzbestimmungen unterliegt, zur Legitimation mit der GeldKarte auffordern. Im ersten vollautomatischen 24-Stunden-Getränkemarkt in Braunschweig ist ein solches System seit etwa einem Jahr erfolgreich im Einsatz. Erst nach der erfolgreichen Legitimation mit dem Chip wird der Kauf alkoholischer Getränke möglich.

Nicht nur in Selbstbedienungsmärkten auch im klassischen Handel sind das Trio aus warnendem Kassiersystem, Bezahlterminal und GeldKarte eine sinnvolle Ergänzung in Sachen Jugendschutz. Denn in Zeiten starken Kundenzulaufs sind Fehler bei der Überprüfung der Ausweise all zu menschlich. Der Kartenleser auf der Ladentheke bleibt bei der Altersüberprüfung unnachgiebig. So kann das Altersverifikationssystem der GeldKarte den Verkäufer entlasten und dazu beitragen, Jugendschutz zuverlässig durchzusetzen.

Haftung der Provider auf dem Prüfstand

Gastbeitrag von Matthias Hartmann, Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht, Partner der Kanzlei HK2 Rechtsanwälte, Mitglied im Bundesverband Digitale Wirtschaft

Kirchberg vs. Arcor – der Fall sorgte jüngst für Furore. Die Kirchberg Logistik GmbH hatte als Betreiber von unter anderem Erotik-Internetseiten gegen den Internetprovider Arcor geklagt. Der Vorwurf: Arcor ermögliche Nutzern den Zugang zu im Ausland angesiedelten Online-Erotikangeboten, die konsequent den deutschen Jugendschutz umgingen. Ohne Einsatz einer aufwändigen Alterskontrolle könnten diese so eine enorme Internetreichweite mit entsprechendem Werbeumsatz erreichen. Das Landgericht Frankfurt am Main erließ zunächst eine entsprechende einstweilige Verfügung und verpflichtete Arcor zur Sperrung der Seite. Kritiker wittern Zensur, auch wenn die Verfügung inzwischen vermutlich aufgehoben wurde (Urteil vom 08.02.2008, 3-12 O 171/07).

1. Rechtliche Ausgangssituation

Mit größerem wirtschaftlichen Erfolg stehen intermediäre und technische Vermittler von Informationen vermehrt unter Druck, sich stärker bei der Aufklärung oder Verhinderung illegaler Kommunikationsinhalte zu engagieren. Im Fokus der Debatte stehen insbesondere die Provider. Traditionell werden die Dienstleistungen der Provider danach unterschieden, ob sich die Leistung in der technischen Verschaffung des Zugangs beispielsweise zum Internet erschöpft (Zugangsprovider) oder ob der Provider Inhalte seiner Kunden in Form von Webseiten speichert und für andere über das Internet verfügbar macht (Hosting, Inhaltsprovider). Obwohl es nun

Provider
~~Eltern~~ haften
für ~~Ihre~~ Kinder

schon seit über zehn Jahren spezielle Vorschriften für die Haftung der Provider für illegale Webseiteninhalte gibt, steht die rechtliche Situation immer wieder in der Diskussion. Eingangs beschriebene Jugendschutz-Klagen gegen Zugangsprovider sind nicht die einzigen rechtlichen Vorwürfe. Berüchtigt sind auch die Massenanzeigen von Inhabern von Urheberrechten, die dazu dienen, an abmahntaugliche Adressen von Nutzern zu gelangen, die illegal Musik oder Filme über so genannte File-sharing-Plattformen im Internet tauschen. Das Gesetz zur Vorratsdatenspeicherung, welches Provider zur Protokollierung des Telefon- und Internetnutzungsverhaltens ihrer Kunden verpflichtet, wird gerade durch die größte Verfassungsbeschwerde (etwa 35.000 Beschwerdeführer) in der Geschichte der Bundesrepublik angegriffen.

2. Bedeutung der Providerhaftung

Institutionen des Jugendschutzes oder auch Rechteinhaber und Unternehmen, die sich gegen illegale Wettbewerb aus Drittländern wehren wollen, haben bislang große Schwierigkeiten, die Beteiligten an einem rechtlich zweifelhaften Online-Forum oder einer Internetseite zu ermitteln und erkannte Rechtsverletzungen zu unterbinden. Die Inanspruchnahme der Provider ist deshalb so attraktiv, weil bei ihnen einerseits die Informationen über Rechtsverletzungen und Verletzer zusammenlaufen und andererseits hier die technischen Möglichkeiten einer Einwirkung zu bestehen scheinen. Denn die Provider erfahren mit der Abrechnung die Identität ihrer Kunden; über ihre Rechner laufen die Nutzungsvorgänge. Doch diese Daten sind sensibel. Freie Kommunikation ist nicht mehr gewährleistet, wenn sich ein Teilnehmer beobachtet fühlt.

Gleichzeitig ermöglichen die Provider die Ausübung des Grundrechts auf Informationsfreiheit, also des Rechts, sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten (Artikel 5 Abs. 1 Satz 1 GG). Jede Haftung der Provider hat unmittelbare Auswirkungen auf die Verbreitung von Informationen und die Internetkultur. Dies ergibt sich aus einem einfachen wirtschaftlichen Kalkül: Wenn erst einmal die technische Infrastruktur zur Filterung und Sperrung eingerichtet sein wird, werden Provider sich auch in Zweifelsfällen ohne Prüfung für eine Sperrung entscheiden, um dadurch eine Haftung gegenüber dem Anspruchsteller zu verhindern. Noch stärker ist dieser Effekt, wenn den Providern allgemeine, anlassunabhängige Überwachungspflichten auferlegt werden. Die Folge wird eine Selbstzensur um suspekt Angebote sein, da jede Prüfung für den Provider zu riskant

und aufwändig ist. Zu beobachten ist dies beispielsweise bei Linklisten oder Foren. Spätestens seit der Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 27.03.2007, VI ZR 101/06 – Meinungsforum Internet, heißt es bei allen strittigen Beiträgen in Online-Foren: Nicht prüfen – sperren!

3. Gesetzliche Konzeption

Dieses Spannungsverhältnis hatte der Gesetzgeber früh erkannt. Bereits das Informations- und Kommunikationsdienstes-Gesetz (IuKD) 1997 sah die Haftung der Provider für die Inhalte von Nutzern erst ab Kenntnis vor. Grundsätzlich sollten Provider keiner Pflicht unterliegen, Inhalte von sich aus zu kontrollieren. Diese Prinzipien wurden europäischer Rechtsrahmen durch die E-Commerce-Richtlinie im Jahr 2000, deren Umsetzung in nationales Recht sich seit dem 01.03.2007 im Telemediengesetz (TMG) findet.

Vereinfacht sieht die gesetzliche Regelung vor, dass Provider grundsätzlich weder für Inhalte haften, noch allgemeine Überwachungsmaßnahmen treffen müssen. Dieses Haftungsprivileg findet seine Grenze beim Zugangsprovider erst, wenn der Diensteanbieter Inhalt, Übermittlung oder Teilnehmer der Kommunikation selbst bestimmt oder gar sich mit dem Nutzer zu rechtswidrigen Handlungen verabredet. Beim Hosting endet die Freistellung von Haftung, wenn der Provider trotz Kenntnis konkreter rechtswidriger Geschehnisse nicht unverzüglich tätig wird, um Inhalte auf seinen Rechnern zu sperren.

4. Rechtsprechung

Auf diese einfachen und klaren Regelungen reagierte die deutsche Rechtsprechung ablehnend: Sie können bei Unterlassungsansprüchen, bei der Haftung für Links oder der Tätigkeit von Suchmaschinen und bei allen Inhalten, die sich der Provider „zu Eigen“ mache, nicht angewendet werden. Darüber geht der Bundesgerichtshof nun noch hinaus und lässt bestimmte Diensteanbieter im Internet dafür haften, dass sie eine „Gefahrenquelle“ geschaffen hätten (BGH vom 12.07.2007, I ZR 18/04 – jugendgefährdende Medien bei eBay).

Unmittelbar betrifft die Entscheidung lediglich eine besondere wettbewerbsrechtliche Konstellation bei Plattformbetreibern. Konkret ging es um den Verkauf jugendgefährdender Trägermedien über die Handelsplattform eBay. Ein Interessenverband des Videofachhandels hatte mehrfach die Auktionsplattform darauf hingewiesen, dass dort verschiedene indizierte Tonträger, DVDs und Spiele angeboten wurden.

Im konkreten Fall etwa soll eBay nicht verpflichtet sein, ständig die gesamte Liste indizierter und verbotener Trägermedien abzulegen.

Bei jeder konkreten Meldung hatte eBay zeitnah das jeweilige Angebot gesperrt. Das Einstellen solcher Artikel verstößt gegen die eBay-Verkaufsbedingungen. Die Handelsplattform unterhält selbst interne Kontrollmechanismen, um solche illegalen Angebote zu identifizieren und zu sperren. Bei täglich über 100.000 neu eingestellten Artikeln findet jedoch keine vollständige manuelle Kontrolle statt, sondern nur eine automatisierte Stichprobenprüfung. Der Videofachverband kritisiert dies als unzureichend. Er verlangte generell die Unterlassung des Internetvertriebs indizierter oder strafrechtlich verbotener Trägermedien. Das Oberlandesgericht Brandenburg hatte als Vorinstanz den Fall nach dem scheinbar gerade für diese Fälle geschaffenen § 11 Teledienstegesetz (TDG) (jetzt § 10 TMG) beurteilt und die Klage abgewiesen.

Anders der Bundesgerichtshof. Auf Unterlassungsansprüche sei das TDG bzw. das TMG nicht anwendbar. Ein Diensteanbieter, der darauf aufmerksam wird, dass sein Angebot die ernsthafte Gefahr begründe, dass Dritte durch das Wettbewerbsrecht geschützte Interessen von Marktteilnehmern verletzen, sei auf Grund einer wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflicht dazu verpflichtet, diese Gefahr im Rahmen des Möglichen und Zumutbaren zu begrenzen. Tut er das nicht, handelt er wettbewerbswidrig und kann auf Unterlassung und Schadensersatz in Anspruch genommen werden.



**Kommentar von Gerd M. Fuchs,
Referent Medienpolitik des Bundesverbands Digitale Wirtschaft**

„Haftung“! Das Drohwort der Digitalen Wirtschaft. Keine andere Branche sieht sich in so weiten Teilen seiner Märkte und Geschäftsmodelle mit Haftungsfragen konfrontiert. Das gilt auch und vor allem im Jugendschutz. Der Anbieter von Erwachseneninhalten muss ein Altersverifikationssystem (AVS) vorschalten, um seiner Verpflichtung nach dem Jugendmedien-schutzstaatsvertrag (JMStV) nachzukommen.

Das Problem: Es fehlt an genauen technischen Anforderungen an verlässliche AVS für Telemedien. Und dies vor dem Hintergrund, dass es nach aktuellem Stand der Technik unmöglich ist, jugendliche Nutzer vollständig auszuschließen. Eine Weitergabe der Zugangsdaten von Erwachsenen kann ebenso wenig vollends verhindert werden wie man einen absoluten Schutz gegen technisch versierte Hacker installieren kann.

Daher kann die Lösung nur sein, technische Hindernisse zu implementieren, die den Zugriff von Minderjährigen regelmäßig unmöglich machen. Womit eine Umgehung der Zugangsbarrieren lediglich in Ausnahmefällen denkbar ist.

Das System „fun SmartPay AVS“ in Verbindung mit der GeldKarte erfüllt beispielsweise die Bedingungen an ein gesetzeskonformes AVS. Mit solchen Systemen kann ein Anbieter sicher sein, dass er den Anforderungen des JMStV genügt. Ein schwieriges Feld.

Was genau möglich und zumutbar ist, sollen die Instanzgerichte ermitteln. Welcher wirtschaftliche Aufwand im Einzelnen verhältnismäßig erscheint, ist unter Berücksichtigung der gefährdeten Rechtsgüter abzuwägen. Im konkreten Fall etwa soll eBay nicht verpflichtet sein, ständig die gesamte Liste indizierter und verbotener Trägermedien abzugleichen. Wohl seien aber „gleichartige Rechtsverletzungen“ zu verhindern. Auffällig gewordene Anbieter oder Produkte seien besonders zu kontrollieren. Das erscheint automatisiert nicht ganz einfach angesichts der verbreiteten Verschleierung der Titel durch Auslassung oder Hinzufügungen von Buchstaben. Wie das ganze praktisch geschehen soll, musste der Bundesgerichtshof als reine Rechtsprüfungsinstanz aber nicht ausführen.

Dieses Urteil führt einen Paradigmenwechsel herbei. Bisher drohte Providern die Inanspruchnahme als Störer. Störer ist, wer die Rechtsverletzung eines Dritten maßgeblich fördert, ohne Täter oder Mittäter zu sein, und dabei zumutbare Prüfungspflichten versäumt. Die neue Haftung knüpft dagegen an die eigenverantwortliche Schaffung einer Gefahrenquelle und führt zu einer Handlungspflicht, deren Unterlassen Schadensersatzansprüche auslöst.

5. Ausblick

Dieser Neustart des Internethaftungsrechts wird der Gesetzgeber vermutlich nicht im Wege stehen. Zum einen besteht erheblicher Druck von Seiten der noch immer darbenden Verwertungsindustrie. Zum anderen greift der Staat selbst zur Überwachung und Kontrolle immer stärker in Kommunikationsvorgänge ein. Mit bedenkenswerter Regelmäßigkeit erlässt die Legislative Gesetze, die verfassungswidrig die Rechte der Bürger einschränken sollen. Vornehmlich dem Bundesverfassungsgericht ist es zu verdanken, wenn in der Informationsgesellschaft den Betroffenen etwas Selbstbestimmung über ihre Daten erhalten bleiben sollte. ■

Ein starkes Netzwerk

Die Neuzugänge der Initiative GeldKarte e.V.

Neu in den Reihen unserer Partner:



VISA Europe

Visa Europe stärkt als Premium-Partner das Netzwerk rund um die GeldKarte. Die Mitgliedsorganisation wurde im Juli 2004 gegründet und ist vollständig im Besitz und unter Kontrolle ihrer 4.500 europäischen Mitgliedsbanken. Über 348 Millionen Visa Debit-, Kredit- und Firmenkarten sind in Europa im Umlauf. Von neun in Europa für den privaten Konsum ausgegebenen Euro wird einer mit Visa bezahlt.

In Europa setzt Visa auf den EMV Chip, um Zahlungen noch sicherer zu machen. Mit V PAY hat **Visa Europe** eine europäische Debitkarte geschaffen, die allen Anforderungen des einheitlichen europäischen Zahlungsraums SEPA entspricht. V PAY basiert vollständig auf Chip- und PIN-Technologie. Dies reduziert Missbrauchsrisiken und die damit verbundenen direkten und indirekten Kosten wesentlich. V PAY trägt darüberhinaus dank seiner günstigen Gebührenstrukturen dazu bei, die Debitkarten-Abwicklungskosten um bis zu 50 Prozent zu senken.

GHP Card Systems GmbH

Als neuer Partner ist **GHP Card Systems GmbH** an Bord der Initiative GeldKarte e.V. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Produktion und Personalisierung von Karten aller Art. In den meisten seiner Produktgruppen ist der Bamberger Kartenhersteller Marktführer in Deutschland. Unter höchsten Sicherheitsvorkehrungen werden Kredit- und Bankkarten, Kundenkarten sowie Prepaid- und Voucherkarten produziert. Die kontaktlosen und kontaktbehafteten Chipkarten finden eine Vielzahl von Anwendungsfeldern, z.B. in der Telekommunikation, bei der Personenkontrolle sowie beim elektronischen Signieren und bei Zahlungsabwicklungen.



Firmenportraits

Zu unseren neuen Mitgliedern zählen:



CALE Deutschland

CALE Deutschland liefert Lösungen für unbewachte Zahlungs- und Gebührensysteme. Als Tochtergesellschaft der weltweit tätigen Cale Group ist das Nienburger Unternehmen Spezialist für Parkscheinautomaten, Schrankenanlagen und die Zahlung von ÖPNV-Tickets. Daneben bietet **CALE Deutschland** ein GeldKarte-Bezahlssystem für Stromversorgungssäulen auf Caravan-Stellplätzen an.

performance Medien & Datensysteme GmbH

performance Medien & Datensysteme GmbH vertreibt Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen bargeldloser Zahlungsverkehr, Automatenherstellung und -betrieb. Die SB-Systeme des Moerser Unternehmens bieten Sicherheit im Zahlungsverkehr. Zur Aufladung der GeldKarte gegen einen Gutschein-Code hat **performance** jüngst einen neuen Prototypen für ein Terminal entwickelt.

performance

• Medien & Datensysteme GmbH www.performance.de



Sielaff GmbH & Co. KG

Sielaff GmbH & Co. KG stellt seit über 120 Jahren Warenverkaufautomaten her. Mit rund 550 Mitarbeitern fertigt das Familienunternehmen in Herrieden Automaten, berät Kunden bei der Automatenkonfiguration, bietet Hilfe bei technischen Problemen und liefert umfangreiche Zusatzlösungen. **Sielaff** produziert Automaten mit verschiedenen Zahlsystemen: Münzschatzgeräten sowie Kartenlesesystemen, beispielsweise für den Einsatz der GeldKarte.



Neuigkeiten rund um den Chip

Überflieger GeldKarte – 42 Prozent mehr Umsatz

Auch für 2007 bestätigt sich: Die Akzeptanz des goldenen Chips steigt in der Bevölkerung kontinuierlich. Laut den aktuellen Zahlen des Zentralen Kreditausschusses wurde mehr als 52,8 Millionen Mal mit dem Chip im vergangenen Jahr gezahlt. Dabei wurden über 148 Millionen Euro umgesetzt, was im Vergleich zu 2006 einem Wachstum von 42 Prozent entspricht. Parallel nimmt die Anzahl der Ladetransaktionen um knapp ein Drittel zu. Bei rund 6,5 Millionen Ladungen wurde ein Gesamtbetrag von über 172 Millionen Euro vom Konto der Nutzer auf die „elektronische Geldbörse“ geladen. Zusatzfunktionen wie die Altersverifikation und die Online-Ladefunktion fördern den positiven Trend.

Sicherer Altersnachweis: KJM bewertet SIZCHIP-Plattform positiv

Die Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (KJM) hat erneut den Einsatz der GeldKarte für die Altersprüfung im Internet befürwortet. Brisanter Hintergrund: Nach Expertenschätzungen wählen jeden Monat mehr als 600.000 Jugendliche unter 17 Jahren in Deutschland Webseiten an, die nur für Erwachsene gedacht sind. Um dem einen wirksamen Riegel vorzuschieben, können die rund 68 Millionen Chipkarten der deutschen Kreditwirtschaft mit dem Segen der KJM künftig nicht nur über die Java-Technologie der fun communications GmbH, sondern auch über die Plug-in-Technologie des SIZ als Ausweis für jugendschutz-relevante Webseiten verwendet werden.

Projekte + Aktuelles

GeldKarte-Filmwettbewerb: and the winner is...

Beim zweiten Video-Contest der GeldKarte zeigen Hobbyfilmer erneut in witzigen Kurzfilmen, warum Kleingeld nicht nur teuer, sondern auch gefährlich sein kann. Aus den 38 Beiträgen kürte die Jury den Kurzfilm „Es war einmal“ zum Gewinner. Gewappnet mit der GeldKarte sagen in dem Spot Plastik-Ritter dem Münzgeld den Kampf an. Auch in den anderen Filmen erweist sich der Chip am Ende stets als Held – sei es bei Raubüberfällen, zur Beruhigung von Kleinkindern oder zur Flucht in die Matrix-Welt über das Münztelefon. Der Gewinnerfilm kann auf www.GeldKarte.de angesehen werden.

Neue Generation von Chipkartenlesern: ZKA stellt Secoder® vor

Der Zentrale Kreditausschuss (ZKA) hat ein Konzept für einen universellen Chipkartenleser, den so genannten Secoder®, entwickelt. Mit diesem neuen Typ Kartenleser will die Kreditwirtschaft eine einheitliche Lösung für die sichere Bezahlung im Internet unterstützen und Online-Banking, die elektronische Signatur sowie den Altersnachweis auf Webseiten absichern. Der Secoder® mit eingebauter Firewall ist mit allen bisherigen Kartenanwendungen kompatibel und kann beispielsweise zur Aufladung der GeldKarte im Internet genutzt werden. Alle Secoder-Modelle prüft der ZKA vor der Markteinführung auf ihre Sicherheit hin, bevor sie das Secoder®-Siegel der deutschen Kreditwirtschaft erhalten.

W3B-Studie: Online-Sicherheit mit Chip

Die GeldKarte kann sich als sichere Zahlungsmethode im Internet behaupten. Das zeigt die aktuelle W3B-Umfrage, die im Auftrag der EURO Kartensysteme GmbH durchgeführt wurde. Bereits 15 Prozent der befragten Internetuser setzen auf sicheres Online-Payment mit Kartenleser und Chip. Beim Online-Banking sehen 18,1 Prozent der Homebanker die auf dem HBCI-Verfahren basierende GeldKarte als sicherste Lösung an. Rund 30,4 Prozent der Befragten schätzen die GeldKarte als sinnvolles und wirksames Jugendschutzinstrument.

fun communications ist Cyberchampion 2007

Die fun communications GmbH ist mit dem High-Tech-Unternehmerpreis CyberChampion 2007 ausgezeichnet worden. In der Kategorie „High Potentials“ gewann der Förderer der Initiative GeldKarte e.V. den ersten Platz für die Smart Card-basierte Lösung fun SmartLine. Die Internetanwendung ermöglicht das Bezahlen, Aufladen und den Altersnachweis sowie Bonuspunkt- und Ticketsysteme mit der GeldKarte im Internet. Der Preis wurde am 13. November 2007 auf dem Hightech-Unternehmer-Kongress des CyberForums in Karlsruhe unter Schirmherrschaft des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg überreicht.

fun communications mit Smart AVS auf Erfolgskurs

Die fun communications GmbH meldet einen neuen Wachstumsrekord für 2007: Die Transaktionen beim Jugendschutz mit der GeldKarte im Internet über SmartAVS haben sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt. Das System, das den gesetzeskonformen Altersnachweis im Internet ermöglicht, ist von der Kommission für Jugendmedienschutz als Verfahren für den sicheren Jugendschutz zugelassen. Auf rund 180.000 Internetseiten leistet die GeldKarte bereits als Zutrittskontrolle zu Erwachseneninhalten und jugendgefährdenden Inhalten ihren Beitrag zum effektiven Jugendschutz.

4. S-CARD-Journalistenpreis zur Karte im Alltag

Die S-CARD Service GmbH, Mitglied der Initiative GeldKarte e.V., hat zum vierten Mal den Journalistenpreis „Bezahlen mit Karte im Alltag“ vergeben. Die Auszeichnung soll die Medienberichterstattung zu Kartenthemen und die Vermittlung erklärbungsbedürftiger Zusammenhänge durch die Presse konstruktiv fördern. Journalisten konnten Beiträge in Wort, Bild und Ton, die zwischen 1. September 2007 und 28. Februar 2008 publiziert wurden, einreichen. Gewonnen hat Dietrich Lange, Lokalredakteur im Wirtschafts-Ressort der „Schaumburger Nachrichten“ für seinen Artikel „Bar oder mit Karte?“, erschienen am 17. Februar 2007.

Neue Software erleichtert Abrechnung mit der GeldKarte

Mehr Service für Automatenaufsteller bietet die Security Research & Consulting GmbH mit einer neuen Software für Abrechnungsprozesse mit der GeldKarte. Bisweilen konnten in der Vergangenheit für Händler bei fehlerhaft gespeicherten Transaktionen mit der GeldKarte lange Wartezeiten für die Überweisung ihrer Umsätze anfallen. Die Software beschleunigt die Prüfung der Transaktionsdaten auf ihre Richtigkeit vor Übermittlung an das Bankinstitut und verkürzt so die Dauer bis zur Gutschrift der Umsätze. Auf diese Weise können zukünftig auch Automatenaufsteller besser vom Aufwärtstrend der GeldKarte profitieren und ihre Vorteile bei den Verbrauchern für sich nutzen.

Bundesweite Kampagne setzt Zeichen für die GeldKarte

EURO Kartensysteme GmbH und zahlreiche GeldKarte-Partner starten im Mai 2008 eine deutschlandweit angelegte Kampagne unter dem Motto: „Goldener Tipp: Zahl mit Chip“. Ziel der Aktion ist es, die Öffentlichkeit umfassend über die GeldKarte zu informieren und auf zahlreiche Einsatzmöglichkeiten aufmerksam zu machen. Ein leicht erkennbarer Aufkleber mit dem Kampagnen-Motto als Aufschrift sorgt an den verschiedenen Akzeptanzstellen für Wiedererkennung. Des Weiteren findet auf www.GeldKarte.de von 1. bis 31. Mai ein Online-Gewinnspiel statt. Hauptgewinn ist ein goldener Smart.



Die GeldKarte-Schule

Bargeldlos kopieren, essen und waschen

Projekte +Aktuelles

PISA hat's ans Tageslicht gebracht: Die Deutschen hinken dem internationalen Bildungsdurchschnitt hinterher. Mehr Geld für Schulen und Universitäten lautet seitdem die politische Devise. Die Mittel sollen vom Staat, aus der Wirtschaft oder von den Studierenden kommen. Auch die Bildungseinrichtungen selbst können zur Verbesserung ihres Haushalts beitragen, ohne an der Lehre zu sparen. Durch den Einsatz bargeldloser Zahlsysteme könnten Hoch- und andere Schulen ihren Verwaltungsaufwand erheblich senken. An Kopierern, in Mensen und Schulkantinen sowie in den Waschküchen der Studentenwohnheime bietet die GeldKarte eine effiziente Alternative zu Bargeld und Insellösungen wie speziellen Jetons.

GeldKarte setzt sich an Hochschulen durch

Die Deutsche Hochschule für Verwaltungswissenschaften (DHV) Speyer setzt bereits seit über einem Jahr auf die GeldKarte. Die Speyerer Studenten können an Getränkeautomaten, in der Kantine und am Kopierer bequem mit dem Chip zahlen.

Inzwischen kopieren, drucken und scannen auch die Studierenden der Verwaltungsfachhochschule Wiesbaden bargeldlos mit dem einheitlichen elektronischen Zahlmittel. Canon-Kopiergeräte an den Studienorten Wiesbaden, Mühlheim, Gießen und Kassel sowie Kopierer an der DHV Speyer wurden von Inform, Premiumpartner der Initiative GeldKarte e.V., mit einem GeldKarte-Bezahlsystem ausgestattet. Auf diese Weise können die Studenten in Speyer und Wiesbaden bequem Ausdrucke und Kopien am Kopierer abrufen und direkt mit der GeldKarte bezahlen.

Kostengünstig, einfach, schnell

Die Bedienung ist einfach: GeldKarte in das Bezahlterminal am Kopierer oder Waschautomaten einführen, das verfügbare Guthaben wird angezeigt, die Bezahlung erfolgt. Die Zahlung ist sicher und anonym und funktioniert ohne Eingabe einer PIN. Das Aufladen der Karte erfolgt schnell und einfach an Geldautomaten, speziellen Ladeterminals oder im Internet. Schüler und Studenten müssen keine Münzen mehr wechseln oder Jetons kaufen und profitieren zusätzlich von den vielen weiteren Anwendungsmöglichkeiten der GeldKarte.

Durch die bargeldlose einheitliche GeldKarte-Lösung sparen Universitäten, Schulen oder Bibliotheken die erheblichen Kosten, die ansonsten durch die Münzgeldverwaltung oder Insellösungen wie separate Druck- und Kopierkarten anfallen. Das GeldKarte-Bezahlsystem schafft Transparenz und Kostenkontrolle. Die Einnahmen werden sofort automatisch auf dem Bankkonto der Bildungseinrichtung verbucht. Die schnelle Gutschrift des Umsatzes erhöht die Zinsgewinne. An unbeaufsichtigten Kopierern und Waschautomaten gilt zudem: Das GeldKarte-Kassiersystem ist vandalismusresistent, verhindert Einbruchdiebstähle, und es können individuelle Öffnungszeiten eingestellt werden. Die Bezahlung selbst erfordert keine Online-Verbindung.

Leerer Bauch studiert nicht gern

Diese Vorteile machen die GeldKarte auch zum idealen Bezahlmedium für Menschen und Kantinen. In dem modernen Berufsschulzentrum in der Münchener Riesstraße sorgen EDV Service Schaupp und die Stadtsparkasse München für eine schnelle und effiziente Bezahlung mit der GeldKarte in der Mensa. Insgesamt wurden dabei zehn Kassenplätze installiert. Die meisten Schüler sind an die Nutzung der GeldKarte gewöhnt. So hatte sich bereits nach drei Wochen das System bei den Mensagästen durchgesetzt. Lange Warteschlangen an der Kasse sind hier kein Thema.

Im Bereich der Mittagsverpflegung in Grund- und sekundären Schulen bietet die GeldKarte weitere Vorteile: Die ec- oder Kundenkarte der Banken bzw. Sparkassen mit Chip erleichtert den Kindern den Bezahlvorgang. Die S-CARD Service, ein Tochterunternehmen des Deutschen Sparkassenverlags, bietet eine Komplettlösung an, die einfach, schnell und sicher mit der GeldKarte in Verbindung mit einem Schülerkonto funktioniert. Über 50 Schulen in ganz Deutschland setzen das System bereits erfolgreich ein. Nach der Essensauswahl und bargeldlosen Zahlung am schuleigenen GeldKarte-Terminal wird ein Beleg ausgedruckt, mit dem der Schüler seine Mahlzeit erhält. Die Eltern können mit Hilfe eines Kartenlesers die letzten 15 Transaktionen anschauen und so nachvollziehen, ob das Kind sein Geld tatsächlich für das Mittagessen verwendet hat. Auch eine Essensvorbestellung lässt sich mit diesem System gut organisieren. Zudem können Kinder aus sozial schwachen Familien ihre Essensgutscheine diskret auf ihre GeldKarte laden lassen, statt diese vor den Augen ihrer Mitschüler in der Mensa vorzuzeigen. Nur eine minimale technische Ausstattung in der Schule ist nötig, damit das Bezahlen mit der GeldKarte funktioniert. Alternativ zur kontogebundenen Karte kann auch eine kontoungebundene GeldKarte, eine sogenannte „whitecard“, zum Einsatz kommen.

Mehr Bildung, weniger Bargeld

Das Potenzial zur Verwaltungsmodernisierung durch bargeldlose Zahlsysteme im deutschen Bildungssektor ist erheblich: insgesamt könnten 10.340 berufsbildende Schulen und Hochschulen in Deutschland, 50.000 allgemeinbildende Schulen und Einrichtungen der Erwachsenenbildung sowie 2.000 öffentliche Bibliotheken und rund 1.000 Studentenheime ihre Kosten mit der GeldKarte senken. Am Kopierer, in der Waschküche und in der Mensa.

Ein System für alle Vorteile von Smart Cards im Internet

fun SmartLine



SmartPay Online Bezahlen mit der GeldKarte von Beträgen bis zu 200,00 Euro

SmartAVS Altersverifikation für den gesetzeskonformen Jugendschutz durch geschlossene Benutzergruppen

SmartTicket Eintrittskarten, Berechtigungen, Bonuspunkte und Gutscheine auf Smart Cards speichern und einlösen/entwerten

SmartID Smart Card-basiertes Identity Management. Authentisierung mit der Smart Card als Zugangsschutz zu Webangeboten. Kompatibel zu Liberty Alliance

SmartSign Elektronische Unterschriften für die rechtsverbindliche digitale Signatur zur Integration in jede Webanwendung

Warum setzen führende Jugendschutzportale und Webshops auf die Altersverifikation von fun communications?

fun communications bietet mit SmartAVS die einzige Lösung zur Altersverifikation mit der GeldKarte im Internet, die von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zugelassen ist.

Erhältlich bei folgenden ausgewählten Partnern:

B+S Card Service GmbH
www.sparkassen-internetkasse.de

CompuTop Wirtschaftsinformatik GmbH
www.computop.de

S-CARD Service GmbH
www.scard.de

VÖB-ZVD Bank für Zahlungsverkehrsdienstleistungen GmbH
www.voeb-zvd.de

WEBSALE AG
www.websale-ag.de



www.fun.de



Wie aus Strichen Euros werden

Neues Gutschein-Ladeterminal bringt schneller Geld auf den Chip

„Ruckzuck ran ans Geld.“ So lautet die Devise eines neuen Ladeterminals, an dem sich Besitzer ihre GeldKarte blitzschnell über einen Gutschein-Code aufladen können. Damit hat sich die Ladeinfrastruktur für den Chip um einen neuen Baustein erweitert und die Nutzung wird noch einfacher.

Möglich wird die neue GeldKarte-Station durch die Online-Ladefunktion des Chips. Seit September 2007 kann die elektronische Geldbörse auch im Internet gefüllt werden. Neben dem Laden der GeldKarte über giropay auf www.geldkarte-laden.de erfreut sich auch die Aufladung gegen Gutscheincode immer größerer Beliebtheit. Händler können sich als Agenten bei EURO Kartensysteme, dem Betreiber des Systems, registrieren. Auf einer gesicherten Internetseite können sie sich spezielle Lade-Codes mit individuell hinterlegten Gegenwerten von 0,01 bis 200 Euro generieren. Die 21-stelligen Codes können auf ein beliebiges Medium aufgebracht und verteilt werden, etwa als Coupons auf Flyern oder als Beigabe zu einem Produkt.

Bisher mussten die Besitzer des Gutscheins den Code in die vorgesehene Maske auf www.GeldKarte-laden.de oder direkt auf der Homepage des Händlers tippen, um sich den hinterlegten Betrag online auf ihre GeldKarte zu speichern. Mit dem neuen Ladeterminal, das die Firma performance Medien & Datensysteme GmbH als Prototyp entwickelt hat, kann der Nutzer seine GeldKarte innerhalb weniger Sekunden laden: Statt Zahlen ist der Code als Strichcode auf den Gutschein aufgebracht. Das Ladeterminal hat einen eingebauten Barcodeleser, an den der Gutscheinbesitzer seinen Ladecode hält. Nach Interpretation und Verifikation des Codes wird via Online-Anbindung die Ladung der GeldKarte mit dem entsprechenden Betrag angestoßen.

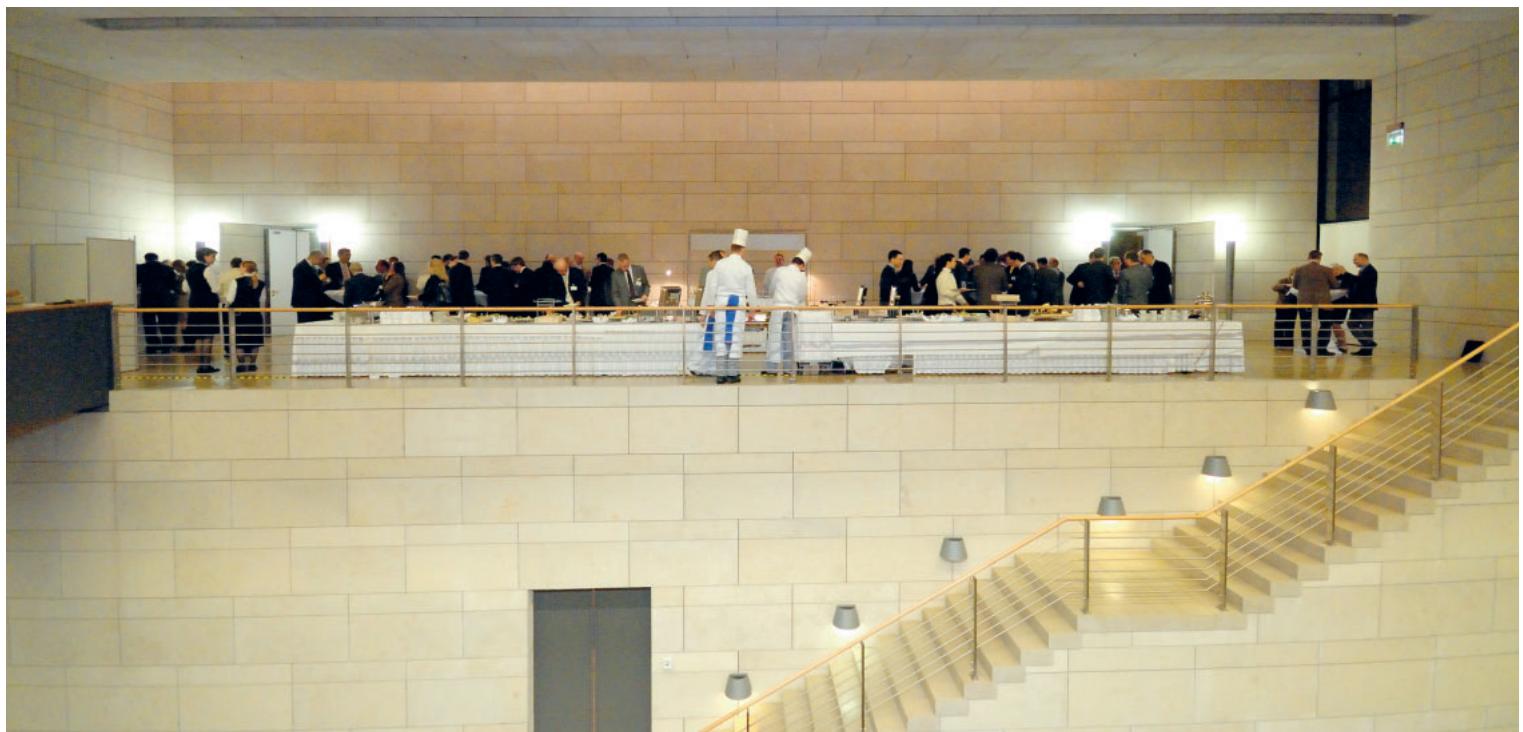
Die Gutschein-Ladestation, die sich momentan noch in Entwicklung befindet, eignet sich besonders für den Einsatz in Stadien oder bei Großveranstaltungen, bei denen die GeldKarte als Zahlungsmittel akzeptiert wird – und die Abwicklung tausender Besucher innerhalb weniger Minuten funktionieren muss. Der Veranstalter kann entsprechende Barcode-Gutscheine an die Gäste verkaufen. Ohne lange Warteschlangen könnten diese sich ihre GeldKarten schnell und unkompliziert an dem neuen Terminal aufladen – und sie ebenso unkompliziert beim Erwerb von Getränken, Speisen oder Fanartikeln wieder entladen.



Die Politik im Blick

Jahresveranstaltung der Initiative zum
wirtschaftlichen Potenzial der GeldKarte





Nach ihrer 3. Jahresveranstaltung in Berlin am 13. März 2008 zieht die Initiative GeldKarte e.V. eine positive Bilanz: Der „Wirtschaftsfaktor Chipkarte“ war ein voller Erfolg. Mit knapp 90 Teilnehmern verzeichnetet der Verband einen immer stärkeren Zulauf zu seinem bereits traditionellen Diskussionsforum rund um die GeldKarte. Die zahlreichen Gäste aus Bundestag, Ministerien und Wirtschaft in der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft zeigten reges Interesse an den Gastvorträgen und debattierten das ökonomische Potenzial der GeldKarte und anderer Zahlkarten. Denn Bargeld ist teuer – für Unternehmen und Verbraucher ebenso wie für die gesamte Gesellschaft.

In unmittelbarer Nähe zum Reichstag stellte Ingo Limburg den Gästen die GeldKarte als effiziente Alternative zu Bargeld vor. „Die GeldKarte belastet den Händler nur mit 0,3 Prozent des Kaufumsatzes“, erklärte der neu ernannte Vorstandsvorsitzende der Initiative GeldKarte e.V. den Chip der deutschen Kreditwirtschaft zum kostengünstigsten Plastikgeld. Er zog ein klares Fazit: Wer auf Zahlkarten wie die GeldKarte setzt, verschafft sich einen Vorsprung im Wettbewerb, sei es bei der Bezahlung oder im Jugendschutz.

Vorsprung durch Chip

Die Zirkulation von Bargeld verursacht immense volkswirtschaftliche Kosten. Mit 190 bis 285 Milliarden Euro belastet Bargeld die europäische Gesellschaft. Auch Einzelhändler, insbesondere Automatenaufsteller, kostet das Handling von Münzen und Scheinen etwa 30 Prozent ihres Gesamtgewinns. Vor dem Hintergrund dieser Zahlen kritisierte Jutta Müller-

Liefeld, Leiterin V PAY Marketing bei Visa Europe, dass die Deutschen von der schnellen und effizienten Bezahlung mit Karten weniger Gebrauch machen als viele ihrer europäischen Nachbarn. Im Zuge der Schaffung eines einheitlichen Zahlungsverkehrsraums in Europa (SEPA) spielt jedoch die Chipkarte eine immer größere Rolle. In der Nutzung von Chipkarten sieht sie großes wirtschaftliches Potenzial – vor allem für die Reduzierung des Betrugsriskos und die Verringerung des Bargeldeinschlusses.

Wachstumschance Jugendschutz

Wie chipbasierte Jugendschutzlösungen eine Wachstumschance für Deutschland darstellen können, erläuterte Marco Wanderwitz, Vorsitzender der „Jungen Gruppe“ der CDU/CSU-Bundestagsfraktion. Mit dem Altersverifikationssystem der GeldKarte können Anbieter gewalthaltiger Computerspiele oder von Erotik-Internetseiten zuverlässig den vorbildlichen Jugendschutzbestimmungen in Deutschland nachkommen und gleichzeitig ihre legitimen wirtschaftlichen Interessen verfolgen. Wanderwitz lehnte Ansätze zu gesetzlicher Überregulierung im Jugendschutz ab und forderte, durch den verstärkten Einsatz technischer Verfahren zur Alterslegitimation das Wirtschaftswachstum in Deutschland zu unterstützen.

Im Anschluss an die Vorträge bot die Galerie der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft Raum für den persönlichen Dialog mit den Referenten und den Meinungsaustausch. Ein Argument konnte dabei niemand von der Hand weisen: Die GeldKarte bietet eine effiziente Alternative zu Bargeld und nachteiligen Lösungen im Jugendschutz, die sowohl Politik als auch Wirtschaft berücksichtigen sollte.



Stühlerücken bei der Initiative GeldKarte e.V.

Ingo Limburg ist neuer Vorstandsvorsitzender

Projekte + Aktuelles

Die Initiative GeldKarte e.V. hat einen neuen Kopf: Die diesjährige Jahreshauptversammlung am 13. März 2008 in Berlin hat Ingo Limburg, Marketingleiter für die GeldKarte bei der EURO Kartensysteme GmbH, Frankfurt, zum neuen Vorstandsvorsitzenden ernannt.

Neue Herausforderungen

Ingo Limburg ist seit über sieben Jahren im Bereich der Kredit- und Debitkarten tätig. Die letzten drei Jahre betreute er den Bereich Sicherheitsmanagement für Zahlungskarten bei der EURO Kartensysteme GmbH, Förderer der Initiative GeldKarte e.V., und das Informationsportal www.kartensicherheit.de. Der Diplom-Kaufmann unterstützte als Vorstandsmitglied die European ATM Security Association bei der Verbrechensprävention im Bereich Kartenbetrug und der Zusammenarbeit zwischen Industrie, Kreditwirtschaft und Strafverfolgungsbehörden. Zudem vertrat Ingo Limburg die Interessen des deutschen Kreditgewerbes in nationalen und internationalen Gremien zu Sicherheitsthemen. Seit Januar 2008 leitet er das Marketing zum Thema GeldKarte bei der EURO Kartensysteme GmbH. In dieser Funktion ist Limburg mit der bundesweiten Kommunikation rund um die GeldKarte betraut.



Ingo Limburg

„Ich freue mich darauf, gemeinsam mit unseren 61 Unterstützern die GeldKarte als technische Jugendschutzlösung und effizientes Bezahlmittel in Deutschland weiter voranzutreiben“, begrüßt Ingo Limburg die neuen Herausforderungen nach seiner Ernennung zum Verbandsobmann. Für 2008 setzt er neben dem Thema Jugendschutz mit der GeldKarte den Wirtschaftsfaktor Chipkarte auf die Agenda des Verbands. Den Startschuss für den neuen Arbeitsschwerpunkt gab Limburg bei seinem ersten öffentlichen Auftritt als neuer Vorstandsvorsitzender auf der Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte e.V. im März in Berlin.

Im Amt bestätigt

Die beiden weiteren Vorstandsmitglieder Peter Ehrl, Ernst Kühner OHG, und Arne Meil, Hypercom, die seit April 2007 Mitglieder des Vorstands der Initiative GeldKarte e.V. sind, wurden einstimmig in ihrem Amt bestätigt.

Mit Leib und Seele

Nach knapp dreijähriger Amtszeit löst Limburg mit seiner Ernennung als Vorstandsvorsitzender seinen Vorgänger Volker Koppe ab. Der ehemalige Marketingleiter GeldKarte leitete die Geschicke der Initiative GeldKarte e.V. von Anbeginn mit leidenschaftlichem Engagement. Gemeinsam mit sechs weiteren Unterstützern gründete er im Mai 2005 den Verein. Unter seiner Leitung etablierte die Initiative ihre Zeitschrift ProChip als beliebtes Branchenmagazin. Mit Charisma und Sachverstand gelang es Koppe, als Experte zum Thema technischer Jugendschutz und GeldKarte im politischen Raum Anerkennung zu finden. Seine umfangreiche Erfahrung in Marketing und Public Relations, insbesondere im Kartengeschäft und im E-Payment, stellte er wie kaum ein anderer in den Dienst des goldenen Chips. Im Namen aller Mitglieder dankt die Initiative GeldKarte e.V. Volker Koppe für seinen unermüdlichen Einsatz für die Verbreitung der GeldKarte.

GeldKarte auf der CeBIT

Unterstützer der Initiative GeldKarte e.V.
zeigen neue Anwendungen

495.000 Besucher und 5.845 Aussteller aus 77 Ländern hat die CeBIT 2008 nach Hannover gezogen. Auch neue Produkte rund um die GeldKarte waren unter den zahlreichen IT-Innovationen zu finden. Die Unterstützer der Initiative GeldKarte e.V. präsentierte dem internationalen Fachpublikum eine neue Generation Chipkartenleser und innovative Anwendungen für den Chip im Internet.

Erste Secoder für sicheres Online-Banking

REINER SCT, Förderer der Initiative GeldKarte e.V., stellte die erste Anwendung des neuen Secoder-Standards vor: Online-Banking mit Chipkarte und dem Kartenleser cyberJack SECODER. Mit dem Secoder hat der Zentrale Kreditausschuss (ZKA) der deutschen Kreditwirtschaft ein Konzept für einen universellen Chipkartenleser entwickelt, um eine einheitliche Lösung für die sichere Abwicklung von Zahlungen im Internet zu bieten.

Auch ein weiterer Förderer der Initiative GeldKarte e.V. setzt bereits auf den Secoder: KOBIL Systems präsentierte Lösungen für sicheres Online-Banking. Ein Highlight war der Leser KAAN TriB@nk, der durch seine Update-Möglichkeit für das neue ZKA-Verfahren vorbereitet ist. Features wie Online-/Offline-Funktionen, ein sicheres Update-Verfahren und ein fairer Preis sorgten für großen Ansturm auf den KOBIL-Stand.

Die ZKA-Sicherheitsuntersuchung für den Secoder-Standard steht bei beiden Kartenlesern noch aus.

Good News für Online-Anbieter

Seine neue SIZCHIP-Plattform zeigte das SIZ Informatikzentrum der Sparkassenorganisation, Premiumpartner der Initiative GeldKarte e.V. Die Plug-in-basierte Internet-Lösung für Online-Händler verbindet den Chipkartenleser am PC des Anwenders mit dem Hintergrundsystem des Anbieters. So kann der Internetanbieter verschiedene Funktionen der GeldKarte nutzen – von der Altersverifikation über das Laden der GeldKarte im Internet bis hin zum sicheren Login bei Portalen. Internetanbieter können die SIZCHIP-Plattform lizenziieren, der Betrieb durch das SIZ ist ebenfalls möglich.

fun communications präsentierte seine neue Lösung WebCard Loyalty zur Kundenbindung im Internet. Das System basiert auf Microsoft CardSpace, das die klassische Authentisierung mit Benutzernamen und Passwort durch eine neue Technologie ersetzt, die es dem Nutzer ermöglicht, seine digitalen Identitäten selbst zu verwalten und mit höchster Sicherheit auszutauschen. Mit der virtuellen Kundenkarte des Förderers der Initiative GeldKarte e.V. bieten sich Internetanbietern zahlreiche Möglichkeiten zur Kundenbindung wie Bonuspunkteprogramme oder Rabatte bei Partner-Shops. ■

Foto © Deutsche Messe AG, Hannover





**Mit Sicherheit
gut beraten.**

SRC Security Research & Consulting GmbH

Graurheindorfer Straße 149a
D-53117 Bonn

Telefon: +49(0)228 2806-0

E-Mail: info@src-gmbh.de
Internet: www.src-gmbh.de



Vision Chipkarte: Leichter Leben in 2020

Eurosmart prophezeit Erfolgskurs für Smart Cards

10. Juni 2020. Herr Schmitt läuft durch den Supermarkt. Sein Einkaufswagen diktiert ihm den kürzesten Weg durch die Gänge, damit er möglichst schnell die Waren auf seiner elektronischen Liste einsammeln kann. Im Laufe der Woche hat Herr Schmitt die RFID-Tags – das sind kleine Aufkleber, die als Transponder die Produkt-Daten an ein Empfangsgerät senden – auf den Produkten, die ihm ausgegangen sind, gesammelt. Zum schreiben seiner Einkaufsliste liest er die RFID-Tags mit einem speziellen Chip ein, den der Supermarkt zur Verfügung stellt und der in das Mobiltelefon des Kunden integrierbar ist. In dem Laden synchronisiert Herr Schmitt

zunächst seinen Einkaufswagen mit der im Mobiltelefon gespeicherten Shopping-Liste. Jedes Mal, wenn Herr Schmitt jetzt ein Produkt in den Einkaufswagen legt, fügt dieser automatisch den Preis der Ware einem elektronischen Kassenzettel hinzu. Am Ende des Einkaufs bezahlt Herr Schmitt seine Waren elektronisch: Die Transaktion findet zwischen Herrn Schmitts Chip auf dem Handy und seinem Einkaufswagen statt.

Hintergründe

Am Anfang war die GeldKarte

Dies ist ein Szenario der Zukunft, wie es sich der europäische Smart Card-Verband Eurosmart vorstellt. Doch schon heute sind Smart Cards aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken: 500 Millionen Bankkarten, 2,6 Milliarden SIM-Karten in Mobiltelefonen, 105 Millionen ID-Karten im Gesundheitssektor. 40 Jahre ist es her, seit die ersten Patente für Chipkarten erlassen wurden. Waren Smart Cards anfangs vor allem in der Telekommunikation im Einsatz, haben sie in den vergangenen 30 Jahren in immer mehr Lebensbereichen Anwendung gefunden. In Deutschland stand am Anfang dieser Entwicklung die GeldKarte. In den 1980er Jahren wurde sie erfunden, um den Magnetstreifen abzulösen. Ihr Miterfinder Wolfgang Rankl von Giesecke & Devrient, Premium-Partner der Initiative GeldKarte e.V., erhielt im Februar 2008 den Smart Card Preis 2008 des Fraunhofer-Instituts Sichere Informations-Technologie (SIT). Zunächst wurde die GeldKarte in erster Linie als bargeldloses Bezahlmittel genutzt, allmählich hält der Chip der deutschen Kreditwirtschaft aber auch im Jugendschutz, als Zugangskontrolle in Unternehmen, im Online-Banking sowie im elektronischen Ticketing Einzug.

4 Milliarden Smart Cards weltweit

In einem Vision Paper entwickelt Eurosmart seine Vorstellung über den Fortschritt der Chipkarte bis 2020. Insgesamt erwartet Eurosmart für die Smart Card-Branche ein Marktwachstum von etwa 20 Prozent pro Jahr bis 2020. Hauptwachstumsbereiche sind der öffentliche und der Gesundheitssektor. 1999 wurden weltweit etwa 1,4 Milliarden Smart Cards geliefert, mit 1,1 Milliarden Stück fast ausschließlich an den Telekommunikationssektor. 2007 ist die Zahl der ausgelieferten Smart Cards auf über 4 Milliarden gestiegen. Inzwischen finden fast zehn Prozent davon Verwendung im Regierungs- und Gesundheitsbereich. Die eCard-Strategie der Bundesregierung und die Einführung von ePass und elektronischer Gesundheitskarte sind prominente Beispiele hierzulande. Dieser Anwendungsbereich für Chipkarten wächst dreimal so schnell wie der Telekommunikationsbereich. Auch bei

Finanzdiensten und im Handel ist eine steigende Smart Card-Nutzung zu verzeichnen.

Web 2.0 sei Dank

Laut Eurosmart wird der Wachstumskurs der Smart Card zum einen durch den rasanten Erfolg von Web 2.0-Diensten angetrieben. Telefonieren über Skype, Filme veröffentlichen bei YouTube, Networking über MySpace – die Menschen kommunizieren immer stärker direkt und interaktiv über das Internet. Hier entsteht zunehmend der Bedarf, die Identitäten der „gesichtlosen“ Nutzer zu verwalten, Zugänge zu regulieren und die Kommunikation abzusichern. Die Themen Sicherheit im Netz und Jugendschutz stehen zunehmend im Fokus der Öffentlichkeit. Beide Probleme können mit Smart Cards wie der GeldKarte gelöst werden. Sie bieten ein wesentlich höheres Maß an Schutz und Verlässlichkeit als mit Passwort gesicherte Zugänge.

Als Motor für die Entwicklung der Smart Card-Branche sieht Eurosmart zudem die Terrorismus-AnGST in Europa. Sie fördert das Bedürfnis nach Sicherheit in der Bevölkerung und drängt die Regierung zum Handeln. In der Folge haben sichere Smart Card-Produkte wie der elektronische Reisepass Konjunktur. Weiteren Antrieb erhält die Smart Card durch die Weiterentwicklung der Medizin. Technische Neuerungen bringen auch hier Chipkarten ins Gespräch. Zum Beispiel könnten Herzschrittmacher künftig über eine Smart Card mit einem externen Leser verbunden werden, der wichtige Daten über die Funktionstüchtigkeit des Herzens liefert. Intelligente Chipkarten, die Maschinen anstelle von Menschen steuern, werden in Zukunft immer wichtiger. Im Bereich der elektronischen Zahlung wird die Einführung der Single European Payment Area (SEPA) den Einsatz von Chipkarten verstärken.

Schon heute sind Smart Cards aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. 2020 werden Anwendungen mit Chipkarten noch in viel mehr Bereichen selbstverständlich integriert sein. Smart Cards werden in Zukunft unser aller Leben einfacher und bequemer machen.

Tabelle 1: Smart Card-Lieferungen weltweit 2007

Branchen	Karten (in Millionen)	
	Memory*	Microprocessor**
Telekommunikation	440	2600
Finanzdienstleistung/Handel/Kundenbindung	30	500
Regierung/Gesundheit	300	105
Transport	160	15
Pay TV	-	70
Unternehmenssicherheit	20	20
Sonstige	10	15
Gesamt 2007	960	3325
Gesamt 2007	4285	

Quelle: <http://www.eurosmart.com/>

* Memory-Smart Cards sind Speicher-Chipkarten mit einfacher Logik

** Microprocessor-Smart Cards sind Prozessor-Chipkarten mit eigenem Kartenbetriebssystem und kryptografischen Fähigkeiten.



Filter, Stick oder Chip?

Technische Jugendschutzsysteme im Vergleich

Der Bundesgerichtshof hat es im Oktober 2007 in seinem wegweisenden Urteil zum Jugendschutz im Internet bestätigt: Die Alterskontrollen auf vielen Erotik-Seiten im Internet sind unzureichend. Laut Jugendmedienschutz-Staatsvertrag müssen Anbieter auf ihren jugendgefährdenden Webseiten den Zugriff Jugendlicher wirksam unterbinden. Um einen effektiven Jugendschutz im Web zu gewährleisten, müssen einfache und naheliegende Umgehungsmöglichkeiten der Altersverifikation ausgeschlossen sein. Eine Face-to-Face-Kontrolle der Kunden ist in der virtuellen Welt nicht möglich. Technische Jugendschutzlösungen können diese Überprüfung durch verschiedene Verfahren ersetzen.

Überprüfen der Personalausweisnummer

Eine beliebte Lösung zahlreicher Internet-Anbieter ist die Abfrage der Personalausweisnummer. Nach Eingabe der Ziffern und teilweise zusätzlich der Postleitzahl des Ausstellungsortes erhält der Nutzer Zugang zur Webseite. Teilweise ist außerdem die Eingabe eines Namens, einer Adresse und einer Kreditkartennummer oder Bankverbindung erforderlich. Diese Systeme stufte der Bundesgerichtshof als unzureichend ein. Jugendliche können sich leicht die Ausweisnummern von Erwachsenen beschaffen, die sogar im Internet gehandelt werden. Einige Tabakwarenhersteller sichern die Werbeinhalte für Zigaretten auf ihren Webseiten neben dem Perso-Check zusätzlich durch Passwort und Freischalt-Code. Diese Methode ist bei entwicklungsbeeinträchtigenden Webinhalten ausreichend. Sie sind zwar jugendschutzrelevant, wirken sich aber weniger schlimm auf den jugendlichen Betrachter aus und unterliegen daher weniger strengen Bestimmungen als jugendgefährdende Inhalte. Bei jugendgefährdenden Angeboten bedarf es allerdings schärferer Schutzvorkehrungen als den Perso-Check.

Filtersysteme und Jugendschutzprogramme

Zum Schutz von Kindern und Jugendlichen integrieren viele Internet-Provider Filtersysteme in ihre Portale. Hier gibt es drei Funktionsweisen. Beim Black-List-Verfahren lässt der Filter den Besucher alle Webseiten aufrufen, die nicht auf der schwarzen Liste stehen. Das White-List-Verfahren arbeitet umgekehrt: Ausschließlich die auf der weißen Liste registrierten Internetadressen können angesurft werden. Die dritte Möglichkeit ist das Labelling. Bei der Internet Content Rating Association (ICRA) können Webanbieter ihre Seiten freiwillig als jugendgefährdend registrieren lassen. Eine vor den Browser geschaltete Filtersoftware blockt die mit dem ICRA-

Label markierten Webseiten. Die Filtersysteme haben sich in der Vergangenheit allerdings als durchlässig erwiesen. Auch das Jugendschutzprogramm von ICRA konnte bislang keine Zertifizierung der KJM erlangen. Das Problem: Findige Jugendliche wissen den Filter zu knacken.

Altersverifikationssysteme

Für eine effektive Alterskontrolle im Internet muss der Kunde zumindest einmal durch persönlichen Kontakt überprüft werden. Die Bundesrichter empfehlen bei jugendgefährdenden Inhalten die von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) befürworteten Altersverifikationssysteme (AVS). Diese Konzepte, die nur geschlossenen Benutzergruppen Zugang gewähren, erfordern eine einmalige persönliche Identifizierung der Nutzer und eine technische Authentifizierung bei jedem Abruf von Inhalten der Webseite. Um sich auf der Webseite registrieren zu können, muss ein Mitarbeiter des Internet-Anbieters den Kunden zuvor identifizieren. Zahlreiche Internet-Anbieter nutzen statt der Face-to-Face-Kontrolle das Post-Ident-Verfahren, bei dem der Kunde in einer Postfiliale seinen Personalausweis vorzeigt und von dem Postmitarbeiter identifiziert wird. Danach erhält der Nutzer eine Zugangsberechtigung. Bei jedem Aufruf des Internetangebots kann er sich sodann beispielsweise mit Hilfe einer PIN authentifizieren. Um das Risiko einer Weitergabe dieser Daten an Jugendliche zu reduzieren, kommen in der Regel individualisierte Hardware-Komponenten zum Einsatz wie Smart Card, USB-Stick, CD-Rom oder Mobiltelefon.

SCHUFA IdentitätsCheck Jugendschutz

Der SCHUFA IdentitätsCheck Jugendschutz ist, anders als Post-Ident, ein elektronisches Verfahren zur Identifizierung potenzieller Internet-Kunden. Dazu übermittelt der Webseiten-Betreiber Name, Anschrift und Geburtsdatum des neuen Nutzers nach dessen Einverständniserklärung an die SCHUFA. Dort werden die Personalien mit dem SCHUFA-Datenbestand abgeglichen. Darüber hinaus muss ein so genanntes „Qualitätsbit“ vorliegen, d.h., ein Vertragspartner der SCHUFA hat die Identität der Person in der Vergangenheit bereits durch die Vorlage eines Personalausweises geprüft. Dies kann zum Beispiel bei der Eröffnung eines Girokontos geschehen sein. Vorteil gegenüber dem Post-Ident-Verfahren: der Kunde spart den Weg zur Postfiliale. Als Teilprozess ist der SCHUFA IdentitätsCheck Jugendschutz von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) zertifiziert. Allerdings muss der Internet-Anbieter zusätzlich die Authentifizierung des Nutzers bei jedem Besuch der Webseite sicherstellen.

[Verify-U]

Als Gesamtkonzept zur Altersverifikation, das sowohl Identifizierung als auch Authentifizierung des Internet-Kunden sicherstellt, bewertete die KJM beispielsweise [verify-U] der Cybits AG als positiv. Nutzer, die sich bei dem Webportal verify-u.de registrieren, werden via SCHUFA IdentitätsCheck geprüft. Anschließend erhalten sie ihre Zugangsberichtigung zu Internetangeboten verschiedener Partner. Der Zugang ist sowohl über eine spezielle Software an einem PC als auch per Handy möglich.

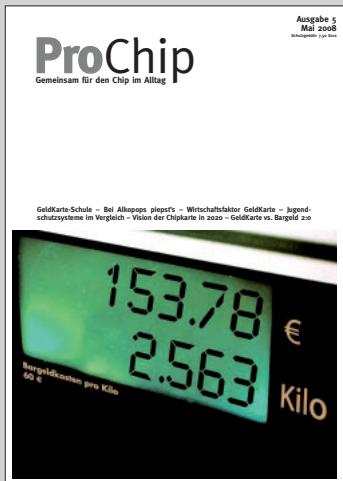
Lotto Ident

Lotto Hamburg bietet seinen Kunden mit einem eigenen AVS die Möglichkeit, ihr Zahlenglück auch im Internet zu versuchen. Dazu lässt der Spieler in einer Lotto-Annahmestelle per Personalausweis seine Volljährigkeit überprüfen. Nach der erfolgreichen Identifizierung erhält der Kunde seinen persönlichen Lotto-Internet-Stick. Diese Smart Card mit USB-Anschluss steckt der Nutzer vor jedem Lotto-Spiel in seinen Computer und gibt zusätzlich eine PIN zur Authentifizierung ein.

Alterscheck mit GeldKarte

Im April 2008 zertifizierte die KJM die Software-Plattform SIZ-CHIP des SIZ Informatikzentrum der Sparkassenorganisation, mit deren Hilfe Internetanbieter die Jugendschutzfunktion der GeldKarte nutzen können. Diese datenschutzrechtlich geprüfte Altersverifikation wurde von der KJM im Rahmen der Software „fun SmartPay AVS“ bereits 2005 als positiv bewertet. Bei dem AVS mit der GeldKarte handelt es sich um einen verschlüsselten Datensatz in dem GeldKarte-Chip, der den Karteninhaber anonym als volljährig ausweist. Die Face-to-Face-Kontrolle des Karten-Eigentümers findet bei der Kontoeröffnung statt. Die Authentifizierung des Webseiten-Besuchers erfolgt über einen Chipkartenleser am Computer, über den lediglich das auf dem Chip enthaltene Altersmerkmal überprüft wird. Die Karte mit Zugriff auf ein Konto und einer Bargeldfunktion ist ein sensibles Gut, das nicht leichtfertig aus der Hand gegeben wird. So wird das Missbrauch-Risiko gesenkt. Im Gegensatz zu anderen AVS kann die GeldKarte nicht nur im Internet, sondern auch am Automaten, bei Computerspielen oder an der Ladentheke zum Einsatz kommen. Auf diese Weise kann Deutschland einheitliche Kontrollmechanismen im Jugendschutz schaffen und so seine Vorreiterrolle im Jugendschutz weiter ausbauen.





EDV SERVICE
SCHAUPP GMBH
Service mit System



Komplett-Software-Lösungen aus einer Hand für Gemeinschaftsverpflegung, Krankenhäuser, Schulen und Gastronomie. Wir unterstützen Sie bei der Einführung und Anwendung unserer Software.

MIN-TEC® - Bargeldlose Essensabrechnung in Schulen

MIN-POS® PC-Kassenlösung, Zahlungssysteme	MIN-POWER® Raumreservierung, Konferenzplanung	MINERWAS® Warenwirtschaft, Kalkulation	MIN-CARE® Software-Lösung für Krankenhäuser
--	--	---	--

Fordern Sie unsere Infobroschüre an: Telefon 07142 - 90 10 0
www.edv-schaupp.de

Impressum

Herausgeber

Initiative GeldKarte e.V.

V.i.S.d.P.

Ingo Limburg

Kontakt

c/o PRGS, Unter den Linden 74, 10117 Berlin

Telefon: 030 – 2123422-71

Fax: 030 – 2123422-99

E-Mail: linda.toenskoetter@Initiative-GeldKarte.de

Web: www.Initiative-GeldKarte.de

Redaktion

Nicole Beck, Sandra Schubert, Linda Tönskötter

Gastautoren

Gerd M. Fuchs, Bundesverband Digitale Wirtschaft

Matthias Hartmann, Kanzlei HKz Rechtsanwälte

Jürgen Kucharczyk, Mitglied des Deutschen Bundestags

Eva Walther, Wirtschaftsuniversität Wien,

Institut für Handel & Marketing

Anzeigen

Linda Tönskötter

Konzeption & Gestaltung

double com GmbH

Ohmstraße 5

80802 München

Produktion/Druck

SPARKS PRODUCTION

f-media druck GmbH

Auflage

1.500

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

Initiative GeldKarte e.V.

Hand in Hand für
den Chip im Alltag

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

Die Initiative GeldKarte e.V. versteht sich als Netzwerk aus Unternehmen und Institutionen, die die GeldKarte akzeptieren oder die entsprechende Infrastruktur bereitstellen. Nach außen bündelt sie die Interessen ihrer Mitglieder und vertritt sie gegenüber Politik und Medien. Als Motor der GeldKarte treibt die Initiative einzelne Anwendungsbereiche gezielt voran. Sie recherchiert neue Einsatzmöglichkeiten, initiiert Pilotprojekte und unterstützt bestehende Aktivitäten ihrer Mitglieder, insbesondere in den Bereichen Marketing, Public Relations und Public Affairs.

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

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

@ http://www.Initiative-GeldKarte.de




Initiative GeldKarte e.V.

Gemeinsam für den Chip im Alltag

Donnerstag, 15.05.2008

- [Home](#)
- [Ziele](#)
- [Mitglieder](#)
- [Projekte](#)
- [Presse](#)
- [Aktuelles](#)

Initiative unterstützen 

Ihr Unternehmen beschäftigt sich mit der Chipkarte und möchte sich an der Initiative GeldKarte beteiligen? Dann werden Sie Mitglied!

Machen Sie die GeldKarte **zur GoldKarte!** 

Suche

Newsletter

ProChip 

In Kürze: Die neue ProChip!

Wussten Sie, dass die Zirkulation von Bargeld in einer Volkswirtschaft eine Familie jährlich mit etwa 300 Euro belastet? Hätten Sie gedacht, dass die GeldKarte boomende Zukunftsbranchen der Wirtschaft in Deutschland unterstützen kann? Welche ökonomischen Alternativen die Chipkarte als Bezahlmittel und Jugendschutzsystem für Unternehmen und Gesellschaft bereit hält, erfahren Sie bald in der ProChip 5 in der neuen Rubrik "Wirtschaftsfaktor GeldKarte".

Die bisherigen Ausgaben der ProChip gibt's [hier](#).



09.05.2008 Neues Jugendschutzgesetz: Keine Lösung gegen Killerspiele im Web
 Das verabschiedete novellierte Jugendschutzgesetz berücksichtigt nicht den wachsenden Markt der Computerspiele im Internet. Die GeldKarte bietet einheitliches System zum Alterscheck bei Games – online und offline.
[mehr...](#)

Aktive Beteiligung

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

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

Partner sind insbesondere Interessenvertretungen, allen voran Verbände, die vom verstärkten Einsatz der GeldKarte profitieren. Sie erhalten über die Initiative interessante Infor-

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

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

Mehr Informationen und Details erfahren Sie im Internet.

www.Initiative-GeldKarte.de

Förderer:**Celectronic GmbH**

Nordlichtstr. 63-65, 13405 Berlin, www.celectronic.de,
Rainer Czmok, r.czmok@celectronic.de

EURO Kartensysteme GmbH

Solmsstr. 6, 60486 Frankfurt/M.,
www.eurokartensysteme.de, Hans-Werner Niklasch,
hans-werner.niklasch@eurokartensysteme.de

fun communications GmbH

Lorenzstr. 29, 76135 Karlsruhe, www.fun.de,
Michael Weiß, michael.weiss@fun.de

KOBIL Systems GmbH

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

REINER SCT Kartengeräte GmbH & Co. KG

Goethestr. 14, 78120 Furtwangen, www.reiner-sct.com,
Carsten Sommer, csommer@reiner-sct.com

Premiumpartner:**B + S Card Service GmbH**

Lyoner Str. 9, 60528 Frankfurt,
www.bs-card-service.com,
Arno Matla, amatla@bs-card-service.com

CompuTop Wirtschaftsinformatik GmbH

Schwarzenbergstraße 4, 96050 Bamberg,
www.computop.de, Ralf Gladis, ralf.gladis@computop.de

Giesecke & Devrient GmbH

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

Inform GmbH

Hermann-Gebauer-Str. 22, 1220 Wien, www.inform.at,
Franz Schraml, franz.schraml@inform.at

**SIZ Informatikzentrum der
Sparkassenorganisation GmbH**

Simrockstr. 4, 53113 Bonn, www.siz.de
Thomas Krebs, thomas.krebs@siz.de

**Hypercom – The new name for
Thales e-Transactions**

Konrad-Zuse-Str. 19-21, 36251 Bad Hersfeld,
www.thalesonline.com,
Arne Meil, arne.meil@thales-e-transactions.de

**Tobaccoland Automatengesellschaft
mbH & Co. KG**

Krahnendonk 121 a+b, 41066 Mönchengladbach
www.tobaccoland.de,
Hartmut Wißkirchen, hartmut.wisskirchen@tobaccoland.com

Visa Europe

Schillerstr. 19, 60313 Frankfurt am Main, www.vpay.com,
Volker Koppe, koppev@visa.com

www.Initiative-GeldKarte.de

Partner:

ASSA ABLOY Identification Technologies GmbH

Am Klingenweg 6a, 65396 Walluf, www.aaitag.com

Volker Kunz, volker.kunz@omnikey.com

Buhl Data Service GmbH

Am Siebertsweiher 3/5, 57290 Neunkirchen (Siegerland)

www.buhl.de, Dr. Adnan Ritzka, ritzka@buhl-data.com

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

Schellingstraße 4, 10785 Berlin, www.bvr.de

Oliver Hommel, hommel@bvr.de

Bundesverband deutscher Banken e.V. (BdB)

Burgstraße 28, 10178 Berlin, www.bankenverband.de,

Joachim Fontaine, joachim.fontaine@bdb.de

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

Stadtwaldgürtel 44, 50931 Köln, www.bdta.de,

Carsten Zenner, zenner@bdta.de

Bundesverband Öffentlicher Banken e.V. (VÖB)

Lennéstraße 11, 10785 Berlin, www.voeb.de,

Michael Rabe, Michael.Rabe@voeb.de

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

Charlottenstraße 47, 10117 Berlin, www.dsgv.de,

Sven Mones, sven.mones@dsgv.de

Frankfurter Sparkasse

Neue Mainzer Str. 47-53, 60255 Frankfurt/M.,

www.frankfurter-sparkasse.de,

Reinhold Dörr, reinhold.doerr@frankfurter-sparkasse.de

Gemalto GmbH

Forellenstraße 120, 44653 Herne, www.gemalto.com,

Stefan Hailmann, stefan.hailmann@gemalto.com

GHP Card Systems GmbH

Kronacher Str. 61, 96052 Bamberg, www.ghp.de,

Ramona Ebert, r.ebert@ghp.de

Infineon Technologies AG

Am Campeon 1-12, 81726 München, www.infineon.com,

Ursula Schilling, ursula.schilling@infineon.com

PPC Card Systems GmbH

Senefelderstr. 10, 33100 Paderborn, www.ppc-card.de,

Frank Ludwig, f.ludwig@ppc-card.de

Sagem Orga GmbH

Heinz-Nixdorf-Ring 1, 33106 Paderborn,

www.sagem-orga.com,

Silvio Stockmann, silvio.stockmann@sagem-orga.com

Star Finanz GmbH

Sachsenfeld 4, 20097 Hamburg, www.starfinanz.de,

André M. Bajorat, amb@starfinanz.de

Mitglieder:

Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft e.V. (BDV)
Weisshausstr. 36-38, 50939 Köln, www.bdv-online.de

CALE Deutschland GmbH
Osterberg 2a, 31582 Nienburg/Weser,
www.caledeutschland.de,
Reinhard Kipka, reinhard.kipka@caledeutschland.de

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

Dammann Marketing
Lübbecker Str. 10, 32429 Minden,
www.dammann-marketing.de,
Friedrich Dammann, info@dammann-marketing.de

Deutscher Genossenschafts-Verlag eG
Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden, www.dgverlag.de,
Peter Gruhn, pgruhn@dgverlag.de

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

double com GmbH
Ohmstr. 5, 80802 München, www.double-com.de,
Kathrin Bregulla, kathrin.bregulla@double-com.de

Dresdner-Cetelem Kreditbank GmbH
Schwanthalerstr. 31, 80336 München, www.dresdner-cetelem.de, Silke Hubert, s.hubert@dresdner-cetelem.de

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

EDV-Service Schaupp GmbH
Gansäcker 25, 74321 Bietigheim-Bissingen, www.edv-schaupp.de, Willi Schaupp, wschaupp@edv-schaupp.de

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

foxtello ltd.
Postfach 760 302, 22053 Hamburg, www.foxtello.de,
Oliver Scheer, scheer@foxtello.de

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

HARTING Systems GmbH & Co. KG
Max-Planck-Str. 1, 32339 Espelkamp,
www.harting-systems.com,
Dr. Stefan Bruns, stefan.bruns@harting-systems.com

Hermann Ross KG
Handwerkstr. 1a, 77964 Kehl, www.ross-kg.com,
Michael Lewandowski, montage@ross-kg.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
Hauptstr. 1-5, 51399 Burscheid, www.ksk-koeln.de,
Marcus Schmitter, marcus.schmitter@ksk-koeln.de

Kreissparkasse Ludwigsburg
Schillerplatz 6, 71638 Ludwigsburg, www.ksklb.de,
Manfred Ehrhardt, manfred.ehrhardt@ksklb.de

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

New Voice GmbH
An der großen Wisch 2, 26133 Oldenburg,
www.new-voice.de,
A. Hintermeier, a.hintermeier@new-voice.de

performance Medien & Datensysteme GmbH
Konrad-Zuse-Str. 12, 47445 Moers, www.performance.de,
Paul Kowalczyk, kowalczyk@performance.de

portrix.net GmbH
Stresemannstr. 375, 22761 Hamburg,
www.portrix.net,
Niclas Schröder, n.schroeder@portrix.net

relatio PR GmbH
Franz-Joseph-Str. 15-17 RG, 80801 München,
www.relatio-pr.de,
Anja Feuerabend, anja.feuerabend@relatio-pr.de

S-CARD Service GmbH
Am Wallgraben 125, 70565 Stuttgart, www.scard.de,
Matthias Kaufmann, matthias.kaufmann@scard.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
Dudenstraße 15, 36251 Bad Hersfeld,
www.sparkasse-bad-hersfeld-rotenburg.de,
Steffen Sauer, e-banking@spk-hef.de

Sparkasse KölnBonn
Hahnenstr. 57, 50667 Köln,
www.sparkasse-koelnbonn.de, Hans-Günter Pitzler,
hans-guenter.pitzler@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

triplesense GmbH
Hanauer Landstr. 186, 60314 Frankfurt am Main,
www.triplesense.de,
Julia Saswito, j.saswito@triplesense.de

VÖB-ZVD Bank für
Zahlungsverkehrsdienstleistungen GmbH
Godesberger Allee 88, 53175 Bonn, www.voeb-zvd.de,
Antonio da Silva, antonio.dasilva@voeb-zvd.de

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

Zigaretten Glasschröder GmbH & Co. KG
Industriestr. 12, 94469 Deggendorf, www.zigl.de,
Alexander Glasschröder, amg@zigl.de

www.Initiative-GeldKarte.de

