

Ausgabe 3 · 2006

perspectives

Das Postbank Magazin für Entscheider

Interview

Ein Plädoyer von Peter Schurau
für die Eigenkapital-Stärkung

Basel II

Ein Wegweiser zur
Unternehmens-Finanzierung

Süddeutscher Verlag

Eine Zeitung und
ihre Erfolgsgeschichte

No Limits

Extremsportler suchen immer neue Herausforderungen. Im Bildband „No Limits“ haben Fotografen das Überschreiten von Grenzen in faszinierenden Bildern festgehalten.



Team-Spieler: Christian Kipper, Geschäftsführer ARD-Fernsehlottarie, und Martin Harms, Firmenkundenbetreuer der PB Firmenkunden AG (v.l.).

giropay® – der sichere Weg zum Glück

Anfang des Jahres wurde die neue ePayment-Lösung giropay® in Deutschland eingeführt und übertrifft bereits sämtliche Erwartungen. Auch die ARD-Fernsehlottarie „Ein Platz an der Sonne“ hat sich für das komfortable Online-Bezahlsystem entschieden – „perspectives“ zeigt, warum.

Wir drehen an einem großen Rad“, sagt Christian Kipper, Geschäftsführer der ARD-Fernsehlottarie. Der gebürtige Badener greift zum rot-weißen Glücksrad und lässt die Zahlen kreisen. Bei einem Jahresumsatz von 165 Mio. Euro (2005) ist diese Aussage nicht nur ein passendes Bild für das florierende Unternehmen ARD-Fernsehlottarie. Sie deutet auch große Vorhaben an: die Einführung des neuen Online-Bezahlsystems giropay®.

Bereits seit 2002 vermarktet die ARD-Fernsehlottarie Lose über das Internet. Bezahlt wird bisher per Online-Überweisung, im Lastschriftverfahren oder auch mit den Kreditkarten von Visa oder MasterCard. „Das läuft schon wun-

derbar“, sagt Christian Kipper. Der virtuelle Vertriebsweg werde von den Mitspielern verstärkt angenommen. Rund 60.000 Lose habe die ARD-Fernsehlottarie vom Jahr 2002 bis heute bereits auf diese Weise abgesetzt. Das sei jedoch nur ein Bruchteil von dem, was zukünftig online möglich ist. Allein über die Filialen der Postbank und der Deutsche Post AG werden jährlich rund 100.000 neue Lose abgesetzt. Hinzu kommen unzählig viele Lose, die über

andere Banken und weitere Vertriebskanäle verkauft werden. „Die Gesamtzahl zu überblicken ist nahezu unmöglich, da neben Einzellosen auch Dauerlose laufen. Insgesamt sind rund 3 Millionen Lose im Spielbestand“, sagt der Lotteriechef.

Die gigantischen Dimensionen lassen sich jedoch anhand anderer Zahlen erahnen: Alle Losverkäufe und Lastschriftinzüge zusammengenommen ergaben im vergangenen Jahr mehr als

9 Millionen Transaktionen. Abgewickelt wird dieses Zahlungsvolumen letztendlich zu großen Teilen über die Postbank, die Hausbank Nr. 1 des Hamburger Lotterie-Anbieters. Denn die Postbank verwaltet u.a. sämtliche Lastschriftverfahren und kümmert sich somit auch um alle Einzugsermächtigungen, die über andere Banken eingerichtet worden sind. Alles zusammen bewegt die Postbank etwa 60 Prozent des Gesamtumsatzes der ARD-Fernsehlottarie – 2005 waren das rund 102 Mio. Euro.

„Die Postbank kennt uns gut“, sagt Christian Kipper. „Deswegen haben wir uns auch bei der Einführung von giropay® für die Postbank entschieden.“ Der Lotteriechef glaubt zwar nicht, dass zukünftig alle Zahlungen nur noch über das Internet laufen. „Denn sehr viele Mitspieler gehen nach wie vor zur Postbank oder zu einer anderen Bank und sagen, dass sie ein Los kaufen wollen.“ Allerdings ist er sicher, über den virtuellen Vertriebsweg weitaus größere Verkaufszahlen erreichen zu können als bisher.

Das meint auch Firmenkundenbetreuer Martin Harms: „Mit giropay® bieten wir eine neue, sichere Bezahlförm an, die von mehr als 20 Millionen Online-Banking-Kunden genutzt werden kann.“ giropay® ist eine Gemeinschaftsentwicklung der Postbank, der Sparkassen-Finanzgruppe sowie der IT-Dienstleister der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Die Postbank hat als einer der größten Zahlungsverkehrsspezialisten Europas giropay® Anfang des Jahres mit zur Marktreife geführt und als Erster das neue ePayment-System der ARD-Fernsehlottarie vorgestellt.

„Wer giropay® nutzt, zahlt genau so sicher wie beim Online-Banking mit der Hausbank“, weiß der Postbanker Martin Harms, der die ARD-Fernsehlottarie bei der Einführung von giropay® begleitet. Ein Vorteil, den viele Online-Shopper nutzen können. Denn neben den 2,3 Mio. Online-Banking-Kunden der Postbank haben mittlerweile auch 84 Prozent aller Sparkassenkunden und 80 Prozent aller Kunden der Volks- und Raiffeisenbanken die Möglichkeit, giropay® als Bezahlförm im Internet zu wählen. „Die Verbreitung von giropay® liegt damit weit über dem ursprünglich avisierten Ziel und hat alle Erwar- ▶

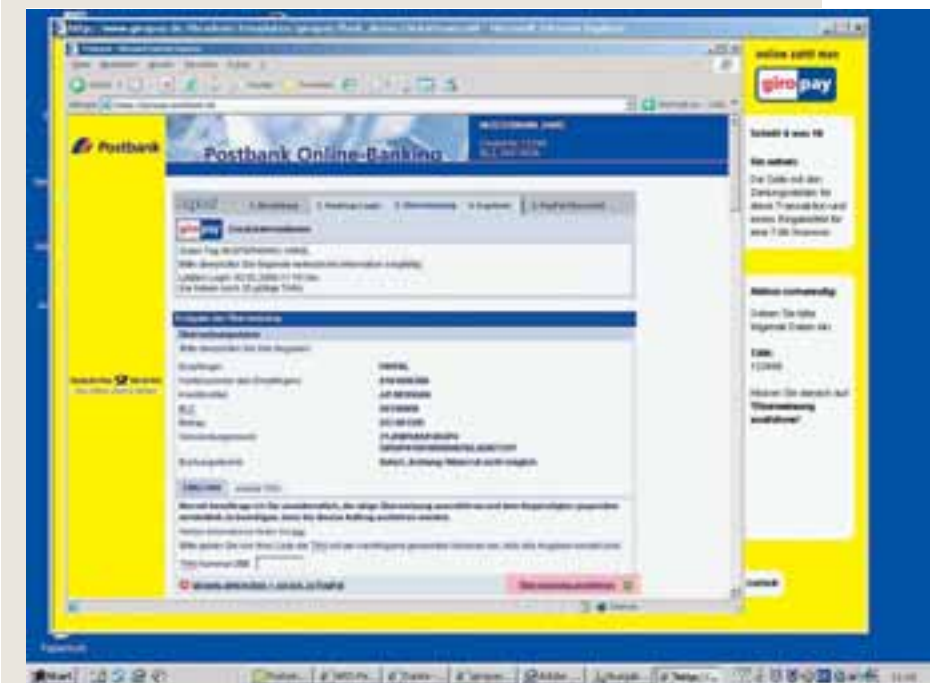
giropay® setzt auf ein vertrautes Verfahren und macht Einkaufen im Internet noch komfortabler



Wer über die Webseite der ARD-Fernsehlottarie Lose kauft und giropay® als Bezahlförm wählt, wird direkt zum Online-Banking-Portal seiner Bank weitergeleitet. Voraussetzung: Der Käufer ist Online-Banking-Kunde bei seiner Bank und das Institut hat giropay® ins System integriert. Danach loggt sich



der Käufer – wie gewohnt – mit seiner persönlichen PIN ein, bestätigt die Zahlung mit einer TAN oder dem bei seiner Bank üblichen Verfahren. Nach der Zahlung wird er automatisch zur ARD-Fernsehlottarie zurückgeleitet. Dieses einfache Verfahren lässt sich auf alle Online-Shops anwenden.



Interview

„Der Firmenkunde bekommt über die Postbank alles aus einer Hand“



Frank von Seth,
Zahlungsverkehrsmanager
bei der PB Firmenkunden AG.

perspectives: Die ARD-Fernsehlotterie hat sich für giropay® entschieden. Wie groß ist der Aufwand bei der Implementierung des Systems?

F. von Seth: Der Aufwand ist gering. Für das Online-Angebot muss keine neue Software installiert werden. Bei giropay® handelt es sich um eine Internetanwendung, die allein durch Aufrufe mit Parameterübergabe gesteuert wird. Bei der Einführung der direkten Online-Überweisung vor vier Jahren hatten wir bereits sehr gute Erfahrungen mit der ARD-Fernsehlotterie gemacht. Wir kennen die Serverstrukturen des Unternehmens und werden giropay® schnell und gemeinsam integrieren.

perspectives: Wann wird giropay® dort verfügbar sein?

F. von Seth: Beide Seiten beabsichtigen, giropay® zur Weihnachtszeit anbieten zu können. Denn von Mitte November an, über Weihnachten bis ins neue Jahr ist die Hauptgeschäftszeit der Lotterie.

perspectives: Welche Dienstleistungen bietet die Postbank rund um giropay® an?

F. von Seth: Der Firmenkunde bekommt über die Postbank alles aus einer Hand. Er hat also einen zentralen Ansprechpartner, der die Lösungen

präsentiert. Technischer Support wird von uns organisiert. Natürlich engagieren wir uns bei unseren Kunden auch immer über die Zahlungsaufgaben hinaus. So unterstützen wir sie auch beim Aufbau von Datenverarbeitungsstrukturen oder liefern technischen Support, der auch mal weit über die gewöhnlichen Bürozeiten hinausgeht.

perspectives: Welche Online-Bezahlssysteme werden bei der ARD-Fernsehlotterie zukünftig angeboten?

F. von Seth: Das Lastschriftverfahren und die Möglichkeit, über die Kreditkarten zu bezahlen, sollen erhalten bleiben. Hinzu kommt giropay®. Sobald giropay® bei der ARD-Fernsehlotterie eingeführt ist, wird es die direkte Online-Überweisung ersetzen.

perspectives: Wird die ARD-Fernsehlotterie durch giropay® mehr Online-Transaktionen generieren?

F. von Seth: Davon gehen wir fest aus. Die überproportional steigenden Zuwachsraten beim bundesweiten eCommerce-Umsatz lassen auf wesentlich mehr hoffen. Vor zwei Jahren wurden in Deutschland bereits insgesamt 22,3 Milliarden Euro über das Internet umgesetzt. Für das Jahr 2008 prognostiziert der BITKOM, also der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien, 89,4 Milliarden Euro. Man sieht es bei der Lotterie heute schon. Immer mehr Mitspieler nutzen die komfortable Möglichkeit, zu Hause oder im Büro Lose kaufen zu können. Mit giropay® wird es noch einfacher und noch sicherer.

perspectives: Welche Kostenvorteile bringt giropay®?

F. von Seth: Die Zahlungsgarantie bis zu 5.000 Euro, reduzierte Buchhaltungsaufwände und ein beschleunigter Warenausgang können in vielen Fällen bares Geld wert sein.

tungen übertroffen“, sagt der PB Firmenkundenbetreuer.

Die Gründe für die hohe Akzeptanz der neuen ePayment-Lösung sind klar: giropay® bietet sowohl für Unternehmen als auch für Online-Käufer überzeugende Vorteile. „Für Unternehmen bedeutet giropay® vor allem einen gesicherten Zahlungseingang mit einer in Realtime ausgesprochenen Zahlungsgarantie“, erläutert Martin Harms. Zudem lassen sich die Zahlungseingänge zu 100 Prozent automatisch in die Buchhaltung eines Unternehmens überführen. Denn alle erforderlichen Daten, wie Preis oder der Verwendungszweck, werden sofort in die Online-Banking-Maske integriert und können vom Käufer nachträglich nicht mehr verändert werden.

Mit anderen Worten: giropay® funktioniert schnell, sicher und einfach. Das gilt auch für den Online-Käufer. Entscheidet er sich für giropay®, wird er automatisch zum Online-Banking-Portal seiner Bank weitergeleitet – sofern diese giropay® integriert hat – und überweist dort den Betrag, so wie er es von seinem vertrauten Online-Banking-Verfahren gewohnt ist.

Diese einfache und zudem sichere Anwendung hat die Entscheider bei der ARD-Fernsehlotterie überzeugt. Christian Kipper: „Ich sehe der Zukunft unseres Unternehmens sehr zuversichtlich entgegen, weil wir uns über solche Innovationen dem veränderten Käuferverhalten stets zeitnah anpassen.“ Immer mehr Mitspieler sparen sich mittlerweile den Weg zur Bank. Sie surfen lieber im Internet und treffen dort die Kaufentscheidungen. „Wir können solche modernen Vertriebswege nutzen und anbieten, weil wir aufgrund unserer langjährigen Erfolgsgeschichte das Vertrauen der Menschen genießen“, weiß der Geschäftsführer. Das sei schon in der Vergangenheit so gewesen. So wurden 1993 die ersten Electronic-Banking-Konten eingerichtet; seit 2002 sei die direkte Online-Überweisung über die Homepage der ARD-Fernsehlotterie möglich, und jetzt setze giropay® diese Entwicklung konsequent fort.

All diese Neuerungen bei der ARD-Fernsehlotterie wurden von der Postbank eingerichtet und vorangetrieben. „Wir haben uns daher auch bei der Ein-

führung von giropay® wieder für die Postbank entschieden“, sagt der Lotteriefachmann und lobt die „guten Erfahrungen aus der gewachsenen Historie“.

Das erste Zusammentreffen der beiden „big player“ in ihrem Segment liegt weit zurück: 1960 übernahm das Postscheckamt – so hieß die damals noch staatliche Behörde – den Zahlungsverkehr der gerade erst vier Jahre alten ARD-Fernsehlotterie. So manches Mal ging das Engagement dabei auch über das Übliche hinaus. „Ein Mitarbeiter des Postscheckamts saß bei den Losziehungen mit dabei. Bei den Sonderziehungen zog er unter notarieller Aufsicht sogar die Lose aus der Lostrommel“, erzählt Firmenkundenbetreuer Martin Harms aus der Vergangenheit.

Heutzutage wird in Hamburg das Glücksrad gedreht. Die rot-weiße, gezeichnete Holzscheibe erfüllt schon seit vielen Jahren zuverlässig ihren Dienst. „Das Verfahren ist gut; hier müssen wir nichts investieren“, sagt Christian Kipper. Die Erlöse aus der gemeinnützigen ARD-Fernsehlotterie fließen in soziale und karitative Projekte aller Wohlfahrtsverbände in ganz Deutschland. Der Staatsvertrag für die Lotterie sieht vor, dass u.a. 30% des Umsatzes in die Gewinnausschüttung und 30% dem guten Zweck zugeführt werden müssen. Seit Jahren können rund 40% dem guten Zweck zufließen, 2005, dem bisher erfolgreichsten Jahr in der Geschichte der ARD-Fernsehlotterie, waren es rund 67 Millionen Euro, die karitativen Einrichtungen und bedürftigen Menschen zur Verfügung gestellt wurden.

„Unser Grundprinzip ist die perfekte Mischung aus ‚Helfen und Gewinnen‘. Der Mitspieler kann einen attraktiven Preis gewinnen. Er weiß aber auch, dass über sein Mitspielen bedürftigen Menschen in unserem Land geholfen wird“, sagt Lotteriefachmann Christian Kipper. „Neben unserem Motto ‚Helfen und Gewinnen‘ liegt die größte Motivation darin, dass das Mitspielen schnell und einfach möglich ist. Wer online ein Los bestellt, hat dazu künftig die noch komfortablere Möglichkeit, dies auch über giropay® zu bezahlen, wenn ihm seine Bank diese Möglichkeit zur Verfügung stellt.“

Daten & Fakten – die ARD-Fernsehlotterie

50 Jahre ARD-Fernsehlotterie heißt 50 Jahre helfen und gewinnen – immer wieder neu!



Vor 50 Jahren begann die Erfolgsgeschichte der ARD-Fernsehlotterie. „Ein Platz an der Sonne“ – so der damalige Slogan – wurde zum Markenzeichen.

Nahzu jeder kennt sie. Viele sind mit ihren TV-Shows wie „Ein Platz an der Sonne“, „Die Goldene 1-Hitparade“ und „Einfach Millionär“ aufgewachsen. Doch die ARD-Fernsehlotterie steht nicht nur für Unterhaltung und Lotteriegewinne, sondern vor allem für tatkräftige Unterstützung hilfsbedürftiger Menschen. Seit ihrer Gründung am 28.



Das Einzellos kostet 5 € und nimmt an 1 Haupt- und 6 Wochenziehungen teil.



Das Mega-Los für 10 € im Monat bietet die Chance auf ein Traumhaus.

April 1956 konnten umgerechnet mehr als 1 Milliarde Euro für karitative Zwecke eingespielt und damit mehr als 4.000 soziale Einrichtungen für Kinder, Behinderte, sozial benachteiligte oder ältere Menschen unterstützt werden. Zudem wurden unzählige Mitspieler mit Geld- und Sachpreisen glücklich und viele sogar zu Millionären gemacht.

Die ARD-Fernsehlotterie ist in den vergangenen fünf Jahrzehnten zu einem der erfolgreichsten Unternehmen mit sozialem Auftrag in Deutschland geworden. Mit seiner 50-jährigen Geschichte ist das Gewinnspiel zudem die älteste Fernsehlotterie der Welt. Und die traditionsreichste, was das soziale Engagement betrifft.

So gründete die ARD-Fernsehlotterie 1967 die Stiftung „Deutsches Hilfswerk“, die seitdem den Reinerlös der ARD-Fernsehlotterie an gemeinnützige soziale Einrichtungen und Projekte in ganz Deutschland vergibt.

Hier dreht sich alles um die Lose: Einzellose, Eurojahreslose, Eurodauerlose oder Mega-Lose. Lose, die einmal pro Woche bzw. alle sechs Wochen bei der Hauptziehung ermittelt werden. Zu gewinnen gibt es das Traumhaus mit Grundstück, die Sofortrente von bis zu 5.000 Euro sowie Geld bis zu einer Million Euro und Sachpreise wie Autos und Reisen.

Schenken Sie einen Platz an der Sonne! Die ARD-Fernsehlotterie bietet Firmenkunden ein ideales Geschenk für Kunden oder Mitarbeiter: Das Los als Beileger, Brief, Briefbogen, Doppelpostkarte oder Grußkarte. Die Kosten sind gering; bei den Beschenkten aber lässt sich auf diese positive Weise leicht und nachhaltig Aufmerksamkeit erregen. Die Lotterie unterstützt seit 5 Jahrzehnten soziale Einrichtungen – das ist stets ein Gewinn. Und vielleicht wird einer der Beschenkten selbst zum Gewinner.