

Die Bankomatkarte wird mobil

Österreich als Referenzmodell

Thomas Chuda
thomas.chuda@psa.at

Mobiltelefon – Nutzer weltweit



5 Milliarden Mobiltelefonierer in 2017

geschätzte Anzahl der weltweiten Mobiltelefon Nutzer (in Millionen)

Quelle: eMarketer



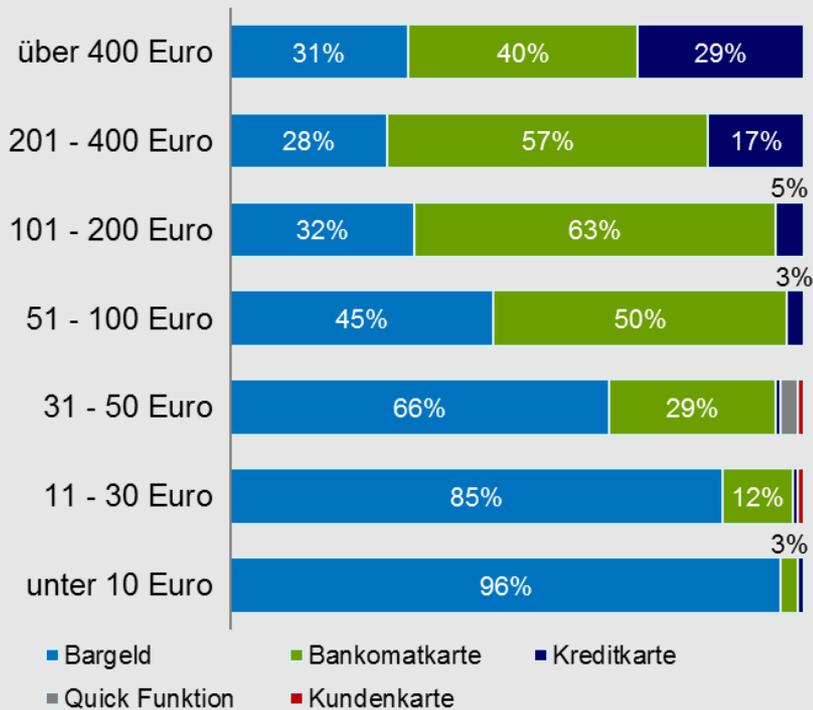
Verschiedene Anbieter

Global vs. Local

Europa sehr fragmentiert

Verwendung von Zahlungsmitteln in Österreich

Angaben 2011

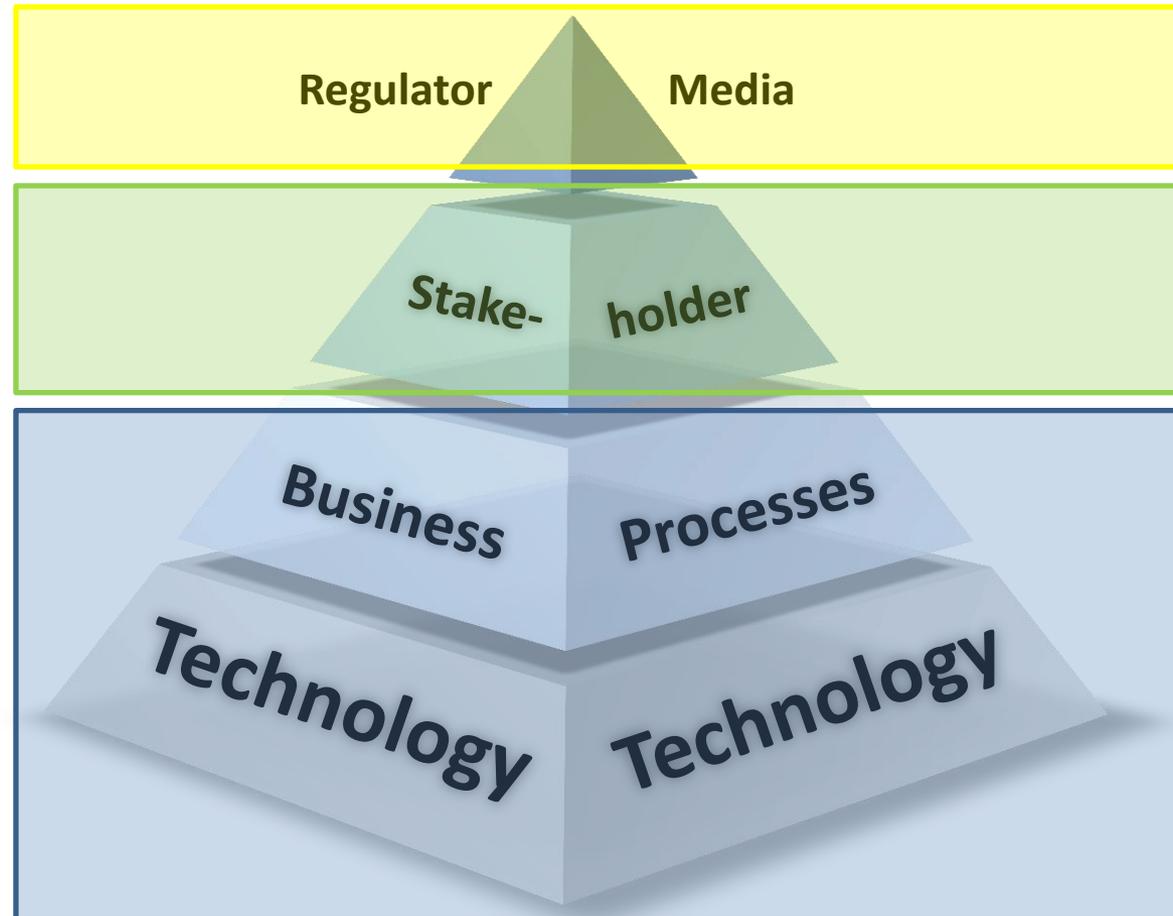


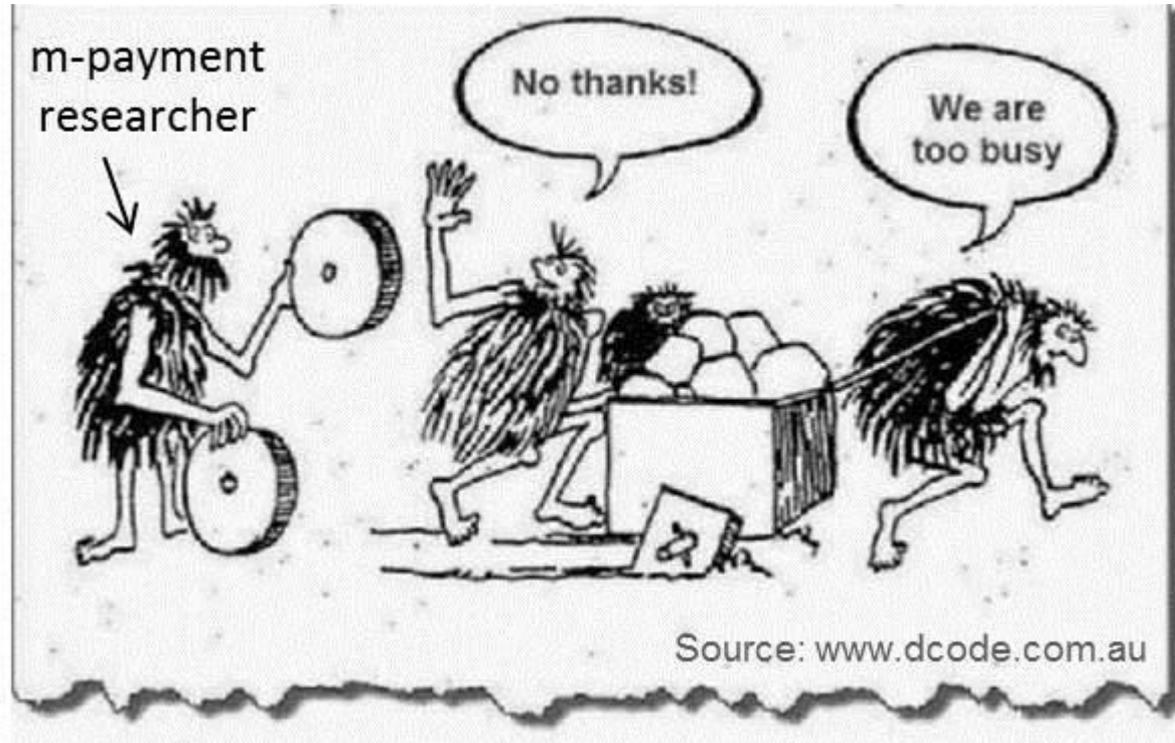
- Bargeld ist das **dominierende** Zahlungsmittel
- Smartphones in Österreich (2013):
 - **78%** sind Smartphones
 - **56%** nutzen ihr Smartphone für den mobilen Internetzugang
- Die Bankomatkarte ist ein **vertrautes**, technisch **sicheres**, rechtlich und prozessual **etabliertes** Produkt

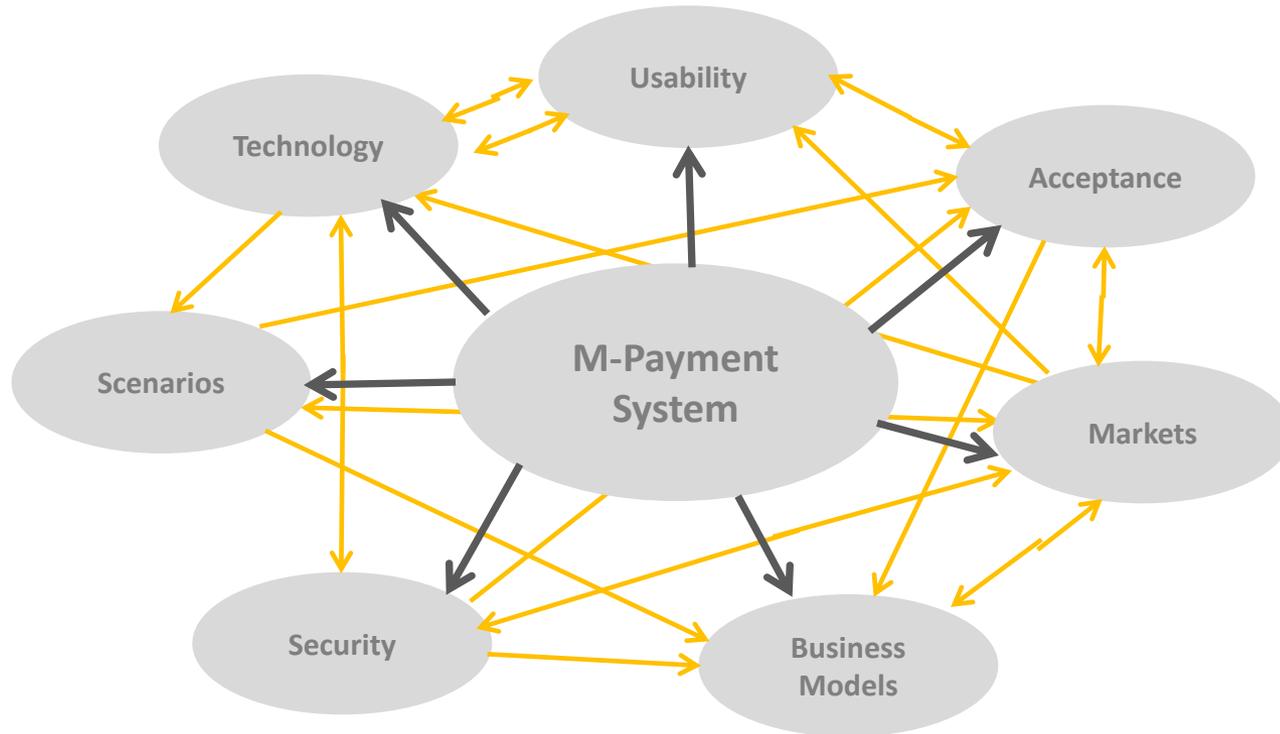


Quelle: Eigene Analysen, OeNB-Befragung zum Zahlungsverhalten, ECB Payment Statistics, RBR Card Payments in Western Europe 2012, mindtake research, Statistik Austria

Infrastrukturkritische Projekte unterliegen einer besonderen Betrachtung



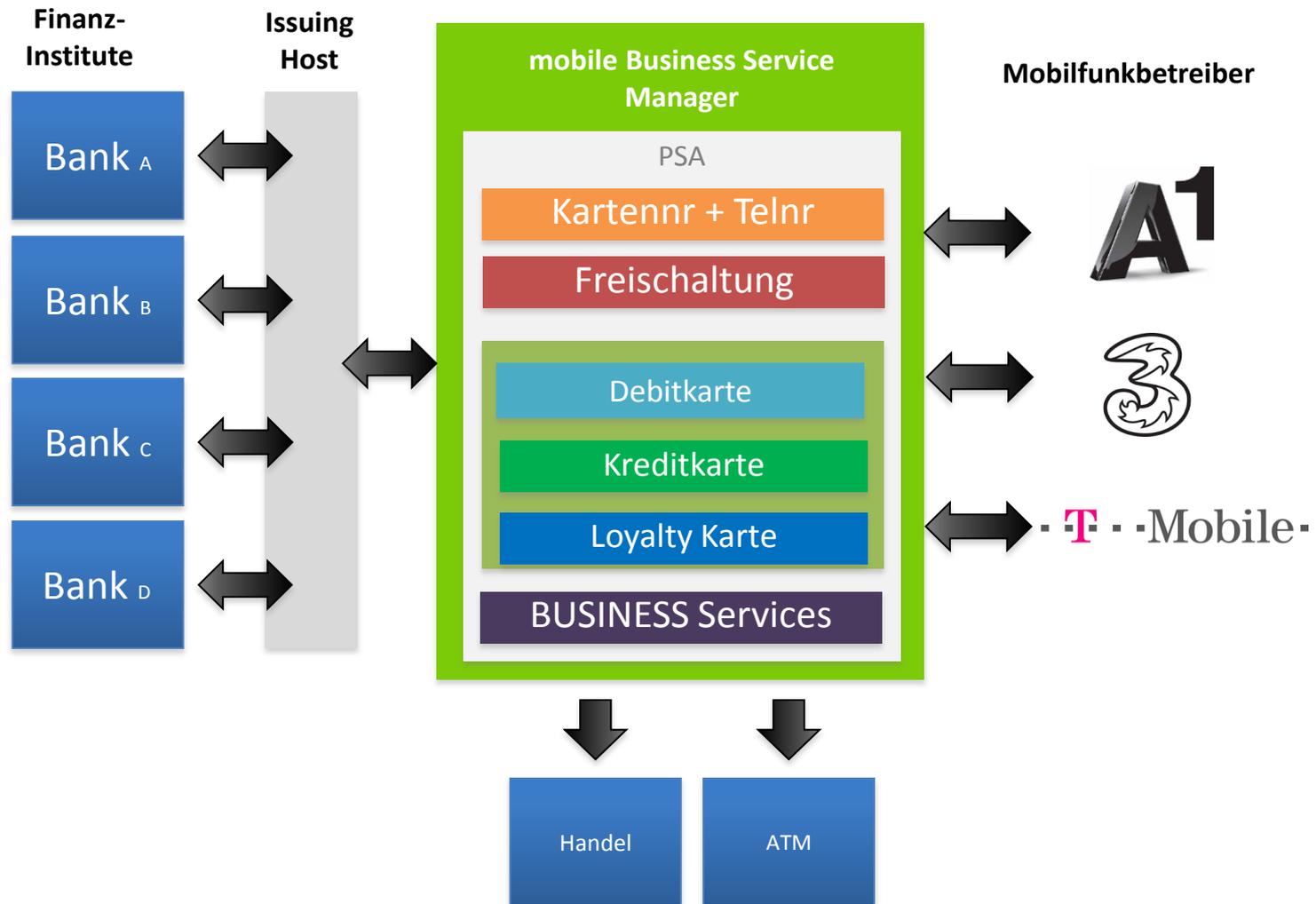


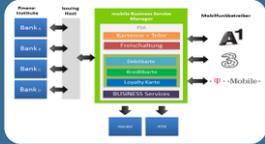


Anforderungen – KOOPERATION!



Der mobile Business Service Manager (BSM)





Erleichterung der m:n Verbindung zwischen Banken und Mobilfunkanbietern
PSA als zentraler vertrauenswürdiger Intermediär
Intelligente Nutzung von langjährig etablierten Prozessen und Infrastrukturen
Offen für alle Teilnehmer



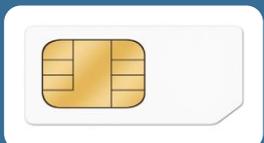
PSA stellt ein interoperables Modell zur Verfügung
dies bedeutet Kosteneinsparung durch Re-Use der bestehenden Infrastruktur
Eine Lösung für ganz Österreich, die auch international verwendbar ist



eine etablierte Bezahlmethode = Maestro-„Bankomatkarte“
d.h. die Themen Autorisierung, Clearing, Settlement, Akzeptanz, Händlergarantie, ... sind gelöst



Verwendung der existierenden NFC Akzeptanz-Infrastruktur
Keine zusätzlichen Investments beim Handel erforderlich



SIM-basiert – Chiptechnologie-Orientiert
Komfort und Konsistenz für den Endverbraucher
walletunabhängig - jeder Teilnehmer kann seine beliebige Wallet-App definieren

ergibt **Mehrwert** durch eine mögliche Verbindung von Debit- und Loyalty-Transaktionen, was zu einer **erhöhten Kundenbindung** führt