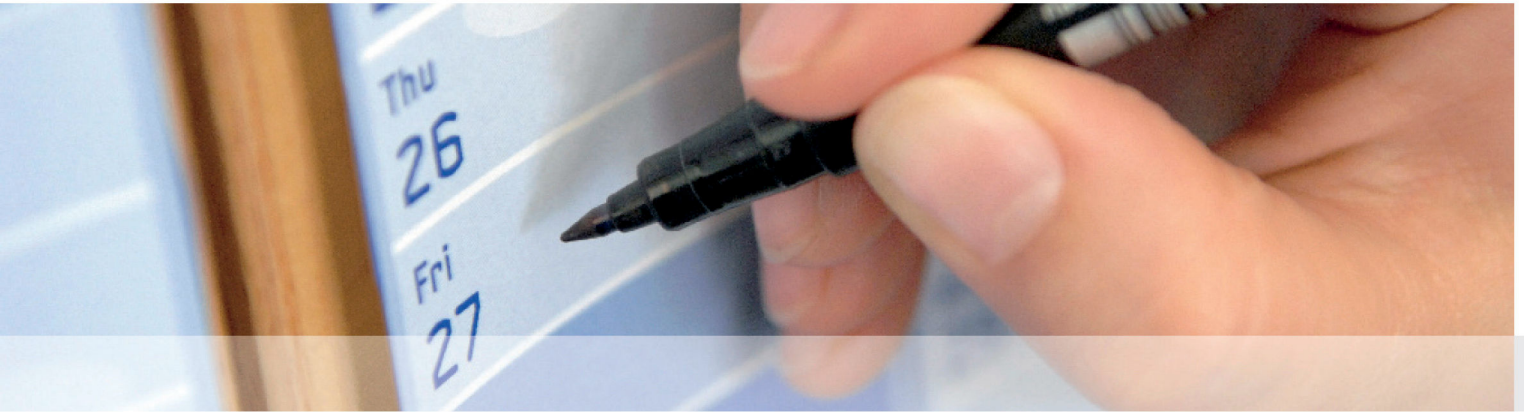




Pago gibt den Startschuss für Maestro International

Online-Händler nun mit Akzeptanz von UK- und internationalen Maestro-Transaktionen

Köln, 31. Oktober 2007 – Pago eTransaction Services GmbH gibt den Startschuss für Maestro International im E-Commerce. Bereits im Sommer 2006 konnte Pago als erster Acquirer außerhalb Großbritanniens eine Maestro-UK-Akzeptanz anbieten. Nach erfolgreicher Testphase übernimmt Pago nun auch Maestro International in den Regelbetrieb. Händler, die auf Pago setzen, sind jetzt in der Lage, allen ihren Kunden auch im Internet das Bezahlen mit der führenden internationalen Debit-Zahlart Maestro anzubieten.

„Mit der Akzeptanz von Maestro International stärkt Pago seine Position im internationalen Payment-Markt“, sagt Jürgen Herold, Geschäftsführer der Pago eTransaction Services. „Für uns ist die Möglichkeit, Online-Händler in ganz Europa mit der Maestro-Akzeptanz zu versorgen, von herausragender Bedeutung im Sinne der übergreifenden Strategie, alle wichtigen Zahlarten in allen europäischen Ländern anzubieten.“

Nicht nur in Großbritannien, sondern auch in den anderen europäischen Ländern werden die Maestro-Karten e-commerce-fähig. In Spanien und Österreich ist dies bereits der Fall, weitere Länder werden Zug um Zug folgen. Im Rahmen der SEPA (Single Euro Payments Area), des international vereinheitlichten Zahlungsverkehrs, kann Maestro schnell zum bedeutendsten Debitkartensystem Europas werden. Bereits heute existieren rund 250 Millionen Maestro-Karten.

Im klassischen Card-not-Present-Geschäft, also im Online-, Versand- oder Telefonhandel, erschließen sich einem Händler mit einer Maestro-Akzeptanz neue Kundenkreise. Auch von der Kostenseite her ist die Maestro-Akzeptanz für Händler interessant, da die Gebühren für Transaktionen niedriger sind als bei Kreditkarten und zusätzlich bei Debitkarten das Chargeback-Risiko generell geringer ausfällt. Als modernes und zukunftsweisendes Zahlverfahren setzt Maestro auch hinsichtlich der Sicherheit neue Maßstäbe. Alle Händler, die Maestro-Transaktionen akzeptieren, müssen am MasterCard SecureCode-Verfahren teilnehmen, das die Identität des Karteninhabers bei der Zahlung eindeutig feststellt. Dies bedeutet mehr Sicherheit für alle Beteiligten, den Kunden und den Händler.

Eine steigende Zahl von Konsumenten setzt die Maestro-Karte gern beim Online-Kauf ein. Der Unterschied zwischen einer „normalen“ Maestro-Karte – wie beispielsweise der in Deutschland gebräuchlichen EC-Karte – und der zukünftigen online-fähigen Version besteht darin, dass diese mit den typischen Sicherheitsmerkmalen einer Kreditkarte versehen sind. Konkret bedeutet das, dass die Karten folgende Merkmale aufweisen:

- Die Maestro-Kartennummer muss bekannt sein, beispielsweise durch Aufprägung wie bei den Kreditkarten oder schriftliche Bankmitteilung. Bisher war diese Nummer nur auf dem Magnetstreifen hinterlegt, und dem Kunden waren beispielsweise auf den deutschen EC-Karten nur seine Kontonummer, BLZ und interne Kartennummer der ausgebenden Bank ersichtlich.
- Der Kunde erhält einen Maestro SecureCode von seiner kartenausgebenden Bank. Bei einer Zahlung im Internet mit dem Maestro SecureCode authentifiziert sich der Karteninhaber durch Eingabe seiner Kartennummer mit seinem persönlichen SecureCode (Passwort).

Über Pago eTransaction Services GmbH:

Pago eTransaction Services GmbH (Köln) ist ein internationaler Acquirer und Payment Service Provider und ermöglicht es seinen Kunden, Zahlungen für Waren und Dienstleistungen einfach, sicher und schnell auf elektronischem Weg zu erhalten. Durch die einzigartige Integration von Karten-Akzeptanz und Zahlungs-Abwicklung öffnet Pago Handelsunternehmen unterschiedlicher Größe den Zugang zu allen international und national relevanten Zahlarten aus einer Hand. Zu den Zahlarten zählen die Kredit- und Debitkartensysteme Visa, MasterCard, Maestro, American Express, Diners Club, JCB, regional etablierte Direct-Debit-Verfahren sowie giropay. Zusätzlich zu den bewährten Payment und Risk Management Services bietet Pago wertvolle Business Administration Services an - wie Debitorenmanagement und weitere Leistungen, mit denen Online-Händler den Zahlungsverkehr besser kontrollieren und absichern können.

Pago wurde 1999 gegründet und ist ein Unternehmen der Deutsche Bank AG und der BHS Verwaltungs AG, das seine Services direkt und über ein weltweit operierendes Partner-Netzwerk vertreibt. Zu den Mandanten zählen Unternehmen aus allen Branchen - vom Einzelhandel über die Telekommunikation bis zum Tourismus - die sowohl im E-Commerce als auch im stationären und im Versandhandel tätig sind. Zurzeit sind Pago-Lösungen in über 6.000 europäischen Online-Shops implementiert. Transaktionen von rund 6.500 Terminals werden über die Pago-Plattform abgewickelt.
(Stand: Oktober 2007)

Weitere Informationen finden Sie unter www.pago.de

Pressekontakt

Pago eTransaction Services GmbH

Tobias F. Hauptvogel
Principal Marketing & Corporate Communications
Kaltenbornweg 1-3, 50679 Köln
Tel. 0221 3208 728
Fax. 0221 3208 8728
E-Mail: presse@pago.de

dreimarketing GmbH

Gernot Speck

Pinienstr. 2, 40233 Düsseldorf
Tel. 0211 984946 52
Fax. 0211 984946 53
E-Mail: pago@dreimarketing.de