



Nordea Bank Norge - kortinnløsning

Ruters Dialogkonferanse 24. mars 2015

24/03/2015

Making it possible

Nordea konsernet – tall og fakta

- Ledende finanskonsern i Norden og Østersjøområdet
- EUR 669,3 mrd i forvaltningskapital og en ren kjernekapitaldekning på 15,7%
- 11 mill kunder
- Ca 500.000 bedriftskunder
- Ca 700 kontorer
- Ca 32.300 ansatte

Kortområdet i Nordea

- Ca 8,5 mill utstedte kort
- Opererer i 7 land (Norden og Baltikum)
- Kortinnløsningsavtaler med mer enn 31.000 bedrifter
- Mer enn 800 mill innløste korttransaksjoner pr år
- Lisenser med Visa og MasterCard samt BankAxept

Kortinnløserens rolle

- Sørge for at forretningen får oppgjør for transaksjonen
 - Til avtalt tid og pris
- Være kortnettverkene «forlengede arm» i forhold til
 - Regelverk
 - Sikkerhet
 - Tiltak for å minimere risiko for «brand damage»
- kommer inn på et stadium når løsninger er i ferd med å velges/er valgt og da handler det om;
 - Kan man, ut i fra tekniske- og sikkerhetsmessige krav, akseptere løsningen?
 - Må være sertifisert for å kunne støtte opp rundt løsningen
 - Er uavhengig av leverandør/løsninger for både fysiske terminaler og øvrige kortbaserte betalinger



Hvordan kan Ruters behov dekkes gjennom flere avtaler innen betalingsløsninger.

- Betalingsløsninger som kan integreres med dagens distribusjonskanaler
 - Fysiske terminaler
 - Mobil App
 - E-commerce
 - eFaktura/Avtalegiro
- Betalingsløsninger knyttet til alternative distribusjonskanaler
 - Hvilke behov har Ruter (ut over det som allerede er dekket)?
 - I hvilken grad kan løsningene dekke behovet for alle reisende
 - under 30 år vs de som er over 60 år (med fare for å bli stigmatiserende..)
- Idéer for fremtidige betalingsløsninger og distribusjon for Ruters tjenester
 - Vil valgmulighetene begrenses av reguleringer
 - «Stortinget ber regjeringen ta initiativ til å opprette en nasjonal ordning med tilbud om elektronisk billett for sømløse kollektivreiser over hele landet, i samarbeid mellom de ulike aktørene.»

Forbrukeren må oppleve en fordel med nye betalingsystem

- Noen løsninger egner seg veldig godt for enkelte grupper
 - Unge tar lett til seg nye tjenester som er tilgjengelig
 - Eldre vil ofte møte enkelte «nyvinninger» med skepsis
- Hvordan sikre at man har løsninger til alle?
 - Noen ganger må «gamle» løsninger holdes i gang
 - Magnetstripe på kort
 - Brevgiro

«one size fits nobody»

En merkevare er en forutsetning for de fleste betalingssystem

- Det må være en merkevare
 - For at forbrukeren vet hva han kan forvente
- Det må være et nettverk
 - For å fastsette regelverk
 - For å bestemme ansvarsfordeling
- Det må være en oppgjørsmekanisme
- Troverdighet og tillit er avgjørende faktorer

Tanken var sikkert god, men..





Takk for oppmerksomheten!

**Ingar Jenack
Product Manager, Cards**

Making it possible