



# Geben Sie Ihren Kunden die Tools zur Verwaltung ihrer eigenen Abonnements



# Wie Händler ihre Geschäftsmodelle transformieren, um Abonnements anzubieten

**Das E-Commerce im Einzelhandel verzeichnete einen kometenhaften Anstieg und wächst weiterhin in einem rasanten Tempo.**

Laut Statista<sup>1</sup> belief sich der weltweite E-Commerce-Umsatz im Jahr 2021 auf ca. 4,9 Billionen US-Dollar. Dieser Betrag wird in den nächsten vier Jahren um über 50 % steigen und bis 2025 die 7,4-Billionen-Dollar-Marke erreichen. Aber mit der zunehmenden Digitalisierung unseres Lebens stehen wir auch vor neuen Herausforderungen, die wir bewältigen müssen.

Ein Bereich, der sowohl in der Wirtschaft als auch in unserem täglichen Leben wächst, sind Online-Abonnements. Die Coronavirus-Pandemie hat dem Abonnementsgeschäft einen großen Schub gegeben. Immer mehr Händler setzen auf Abonnementsmodelle, um ihre Einnahmen in unsicheren Zeiten abzusichern.

Es gibt derzeit mehr als 21 Kategorien von Abo-Händlern, darunter Video- und Musik-Streaming, Cloud-Speicher, digitale Zeitungen, WLAN und Identitätsschutz, und sie alle haben unterschiedliche Gebühren, Pläne zur Verlängerung und Testphasen<sup>2</sup>.

## Wir definieren Abonnement wie folgt:

Eine wiederkehrende Zahlung, die mit einer Karte (Debit, Kredit oder Prepaid) für den Erhalt eines Produkts oder einer Dienstleistung nach einem vorab vereinbarten Zeitplan eingezogen wird.



**Das Abonnement-Geschäftsmodell bietet sowohl für den Verbraucher als auch den Händlern die folgenden Vorteile:**



### Verbraucher

- Niedriger Preis im Vergleich mit einem einmaligen Kauf
- Mehrwert einschließlich zusätzlicher Dienstleistungen, mehr Komfort, Personalisierung oder geringere Umweltbelastung
- Feste Servicekosten, die an einem regulären, vorab vereinbarten Datum in Rechnung gestellt werden. Diese Festkosten können mehrere Produkte umfassen, die gebündelt geliefert werden, beispielsweise Amazon Prime
- Möglichkeit, ein neues Produkt oder eine Dienstleistung zu einem niedrigeren Preis als bei einem einmaligen Kauf auszuprobieren



### Händler

- Bessere Umsatzprognosen, die zu Kostensenkungen führen können
- Möglichkeit neue Märkte zu erschließen
- Zuverlässigere Kundendaten während des gesamten Lebenszyklus der Abonnements
- Besseres Engagement und Kundenbindung

<sup>1</sup> Statista.com, E-Commerce-Umsatz im Einzelhandel weltweit in den Jahren 2014 bis 2025.

<sup>2</sup> Digitalmusicnews.com, Abonnements-Sättigungsbericht 2021: Im Durchschnitt verfügen US-amerikanische Haushalte gleichzeitig über 9 verschiedene Abonnements 19. April 2021

# Die Pandemie veränderte das Kaufverhalten und beschleunigte die „Subscription Economy“.

Die weltweite Pandemie bot eine einzigartige Chance für die „Subscription Economy“. Die erzwungenen Lockdowns und obligatorischen COVID-Beschränkungen veränderten das Verbraucherverhalten, da die Menschen nicht mehr ihren normalen Gewohnheiten nachgehen konnten. Und da Verbraucher immer mehr Zeit mit ihren Geräten verbrachten, haben sie viele Dinge, von Lebensmitteleinkäufen bis hin zu ihren sozialen Kontakten, online und nicht in Person durchgeführt. Um diese neuen Geschäftsmöglichkeiten zu nutzen, haben viele Unternehmen ihre Geschäftsmodelle digitalisiert. Viele Verbraucher wurden zum Abonnement-Kauf gedrängt, viele von ihnen zum ersten Mal<sup>3</sup>. Abonnements halfen ihnen, ihre Herausforderungen zu bewältigen, wenn z. B. ihr Waschpulver ausgeht oder sie sich um ihre Kinder, die zu Hause unterrichtet werden, kümmern müssen.

Die Verbraucher nutzten zunächst die herkömmlichen Abonnementmodelle, einschließlich digitaler Streaming-Dienste und Lebensmittel/Haushaltsprodukte, um den täglichen Bedarf zu decken. Da die Pandemie andauerte und viele soziale Einrichtungen noch geschlossen waren, suchten die Verbraucher nach Erfahrungen, die sie normalerweise außerhalb des Hauses erhalten würden, wie monatliche Parfümabonnements, hochwertige Essensboxen und von Stylisten kuratierte Kleiderboxen. Parfumado, ein Kosmetik-Abo-Service mit Sitz in den Niederlanden, hat seine Abonnentenzahl im Jahr 2020 verdoppelt und versendet jetzt 35.000 Parfums pro Monat<sup>4</sup>. Dieser Wunsch nach neuen Erlebnissen zu Hause führte zu vielen neuen Abonnement-Modellen.

## Die Auswirkungen von COVID-19 auf globale Abonnements

**51 %** Die Pandemie hat sich nicht auf meine Erfahrung mit Abonnements ausgewirkt

**37 %** Ich habe neue Abonnements, die mir in dieser Zeit geholfen haben

**13 %** Ich musste einige Abonnements aufgrund der Pandemie kündigen, herabstufen oder pausieren

Quelle: Ystats.com, Snapshot: Europäischer Markt für Abonnements und wiederkehrende Zahlungen 2021, Oktober 2021 Basierend auf einer Multiple-Choice-Umfrage von 1.598 Befragten aus 91 Ländern weltweit, die vom April bis Mai 2021 durchgeführt wurde.



<sup>3</sup> Ystats.com, Snapshot: Europäischer Markt für Abonnements und wiederkehrende Zahlungen 2021, Oktober 2021  
<sup>4</sup> Retaildetail.eu, Parfüm-Abo-Service will Europa von Belgien aus erobern, 31. März 2021

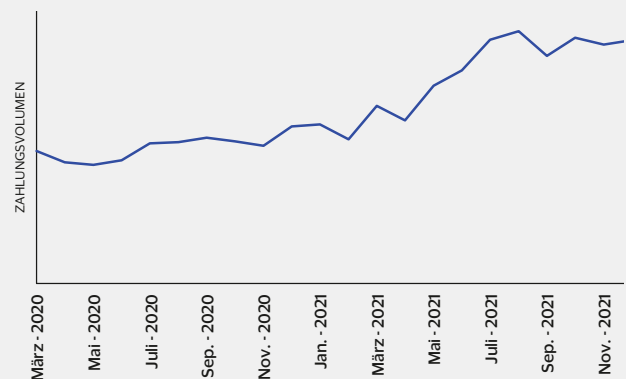
# Die Möglichkeit der Abbonementzahlung

Schon vor der Pandemie konnte die Subscription Economy ein Wachstum verzeichnen, aber der globale Shutdown hat mehr Geschäft generiert, als jemals erwartet werden konnte. Für viele Anbieter wurden die prognostizierten Ziele für mehrere Jahre in nur einem Jahr erreicht<sup>5</sup>. Der deutsche Abo-Service Hello Fresh erzielte in den ersten drei Monaten des Jahres 2021 einen Umsatz von 1,44 Milliarden Euro und verdoppelte damit seinen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um mehr als das Doppelte<sup>6</sup>.

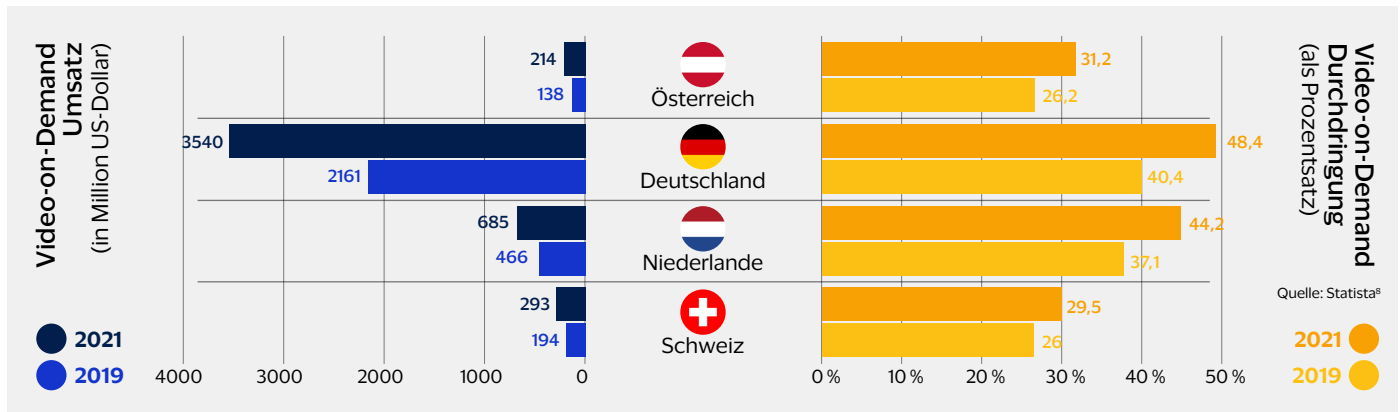
Visa-Daten aus einigen Schlüsselmärkten (Österreich, Deutschland, Niederlande und Schweiz) von März 2020 bis Dezember 2021 zeigen, dass ein deutliches Wachstum für alle Abonnements, die mit einer Visa-Karte bezahlt werden, verzeichnet wurde. Das größte Wachstum verzeichnen die Niederlande mit einem Plus von 227 %, Deutschland und die Schweiz mit 74 % bzw. 78 %.

So zeigt eine Studie von Kantar<sup>7</sup>, dass fast die Hälfte aller deutschen Haushalte mittlerweile mindestens ein Streaming-Video-on-Demand-Abonnement hat. Wenig überraschend waren Netflix (24,4%) und Amazon (24%) die beliebtesten Optionen.

**Zahlungsvolumen für Abbonementzahlungen mit Visa-Karten in Mitteleuropa\*** (März 2020 bis Dezember 2021)



Quelle: Visa Net Data  
\*Länder sind Österreich, Deutschland, die Niederlande und die Schweiz



Quelle: Statista<sup>8</sup>  
2021 ●  
2019 ●

Streaming-Dienste und die Einnahmen, die sie generieren, sind enorm gewachsen, und Prognosen deuten auf weiteres Wachstum hin. Deutschland ist auf dem besten Weg, im Jahr 2022 die Nutzerdurchdringung von 50 % zu übertreffen und Japan als viertgrößten Markt für Video-on-Demand zu überholen. Die drei wichtigsten Märkte für Streaming-Dienste im Jahr 2021 waren die Vereinigten Staaten (64,7%), Kanada (56%) und Großbritannien (55%)<sup>8</sup>.

Die durchschnittliche Anzahl der Abonnements pro Kunde ist in den letzten zwei Jahren sprunghaft angestiegen und man geht davon aus, dass sie weiter wachsen werden. Juniper Research<sup>9</sup> verdeutlicht die Entwicklung in Mittel- und Osteuropa, wo die jährlichen Abonnements von 2021 bis 2025 voraussichtlich um mehr als 50 % wachsen werden. Laut Juniper werden physische Waren-Abonnementboxen bis 2026 die weltweit größte Kategorie sein und 23% aller Abonnements in diesem Jahr ausmachen. Dieses Wachstum ist darauf zurückzuführen, dass ein Benutzer

mehrere physische Warenzustellboxen haben kann<sup>10</sup>. Zum Beispiel ein wöchentlich vorgewählter Mahlzeitservice (z. B. Hello Fresh), eine monatliche Kleiderbox (z. B. Outfittery) und eine Beautybox (z. B. Look Fantastic). In Mittel- und Osteuropa soll die Anzahl der physischen Warenabonnements pro Jahr von 24,9 Millionen im Jahr 2021 auf 85,5 Millionen im Jahr 2026 steigen<sup>9</sup>.

Die Juniper-Forschung prognostiziert, dass die Subscription Economy nach der Pandemie weiter wachsen wird, jedoch auf eine linearere Art und Weise. Erstens können die Verbraucher jetzt zu einem normaleren Leben zurückkehren und daher werden einige ihrer Abonnements überflüssig. Zweitens werden die steigenden Lebenshaltungskosten die Verbraucher zwingen, die Ausgaben der privaten Haushalte zu optimieren, indem sie unnötige Abonnements kündigen. In diesem aktuellen Klima ist die Sichtbarkeit und Verwaltung von Abonnements von entscheidender Bedeutung.

5. Mercator, Subscription Economy beschleunigt sich, da der Stay-at-Home-Lebenstil die Nachfrage ankurbelt, Dezember 2020  
6. www.retaildetail.eu, Hello Fresh erzielt ein Rekordumsatz für das Quartal, 4. März 2021  
7. Kantar.com, Netflix und Amazon Prime führen den deutschen Streaming-Markt an  
8. Statista.com, Video-on-Demand weltweit, Ein globaler Vergleich.

9. Juniper Research, Subscription Economy, Strategien für die Zukunft und Marktprognosen, 2022 bis 2026  
10. Physische Waren-Abonnementboxen sind eine regelmäßige, wiederkehrende, physische Lieferung von kuratierten Produkten, die zusammen verpackt werden

# Großes Wachstum geht mit neuen Herausforderungen einher



Dieses rasante Wachstum bei den Abonnements hat Verbraucher, die Schwierigkeiten haben, mehrere Dienste zu verwalten, vor erhebliche Herausforderungen gestellt. Mit unterschiedlichen Verlängerungsdaten, Stornierungsbedingungen und Zahlungsbedingungen gibt es viel zu beachten. Visa hat kürzlich in einem wichtigen europäischen Markt recherchiert, um die Herausforderungen, vor denen Verbraucher bei der Verwaltung ihrer Abonnements stehen, besser zu verstehen. Die Studie von Visa ergab, dass 20 % der Befragten, die Probleme mit dem von ihren Abonnementkonten abgebuchten Betrag hatten, 67 % das Call Center ihrer Banken anriefen, um zu versuchen, das Problem zu lösen.

Die wachsende Anzahl von Abonnements verursacht eine Zunahme von Streitfällen im Zusammenhang mit wiederkehrenden Transaktionen für Banken, da Kunden versuchen, sie zu verwalten. Dies wiederum hat zu steigenden Kosten geführt, da die Banken versuchen, die Probleme zu mitigieren. Forrester<sup>11</sup> befragte Entscheidungsträger bei Retailbanken in 3 Schlüsselmärkten und stellte fest, dass 75 % der Umfrageteilnehmer sagten, dass abonnementbezogene Streitfälle in den letzten zwei Jahren um mehr als 10 % gestiegen sind und dass die Banken ihre Technologiebudgets für die Streitbeilegung erhöht haben, um diese Probleme anzugehen.

Neue Rechtsvorschriften in ganz Europa versuchen, einige dieser Verbraucherprobleme anzugehen. In Deutschland trat das Gesetz für faire Verbraucherverträge<sup>12</sup> im Oktober 2021 in Kraft. Dies wirkt sich auf abonnementbasierte Geschäftsmodelle aus, da Händler die Abonnements ihrer deutschen Kunden nach Ablauf der ersten zwei Jahre nicht mehr automatisch um ein weiteres Jahr verlängern können.

Automatische Verlängerungen können bearbeitet werden, wenn die Verlängerung auf unbestimmte Zeit erfolgt und nicht in einen verbindlichen Vertrag eingeschlossen ist. Der Kunde hat jedoch das Recht, das Abonnement jederzeit zu kündigen und kann nicht mehr als einen Monat vor Ablauf der Kündigungsfrist verpflichtet werden. Darüber hinaus besteht die Gesetzgebung darauf, dass Abonnementhändler eine leicht zugängliche Schaltfläche zum Stornieren bereitstellen.

In den Niederlanden ist es bereits gesetzlich verboten, Abonnements automatisch zu verlängern. Einige der Probleme rund um automatische Verlängerungen werden behoben, aber die Verbraucher haben immer noch keine zentrale Anlaufstelle für die Verwaltung ihrer Abonnements.

Es besteht die Möglichkeit für Banken, diesen Verbraucherbedarf zu decken, indem sie bestehende Bankkanäle nutzen, um ihren Verbrauchern einen Abonnementverwaltungsdienst anzubieten.

## Wir müssen Kunden in die Lage versetzen, ihre Abonnements zu verwalten

**48 %**

überprüfen von Zeit zu Zeit die Fristen haben aber keinen zentralen Überblick

**87 %**

haben kein zentrales System zur Verwaltung von Abonnements

**42 %**

hatten irgendwann Probleme mit der Verwaltung ihrer Abonnements

Quelle: Visa Marktforschung, 4. Quartal 2021

11. Forrester, Banken müssen jetzt handeln, um mit Abonnements verbundenen Kosten zu vermeiden, Januar 2022

12. [www.merchantriskcouncil.org](http://www.merchantriskcouncil.org), Neue Vertragsregeln für Verbraucherabonnements in Deutschland eingeführt, Januar 2022

# Wenn Sie Ihre Kunden bei der Verwaltung von Abonnements unterstützen, stärken Sie die Beziehungen

Banken haben die Möglichkeit, digitale Lösungen zu entwickeln, die kundenfreundlich sind. Diese Lösungen sollen es Verbrauchern ermöglichen, ihre Abonnements über bestehende Bankkanäle proaktiv zu steuern.

**Wenn Ihren Kunden ermöglicht wird, ihre eigenen Abonnements zu verwalten, bedeutet dies eine erfolgreiche Lösung für alle Parteien.**



## Vorteile für Banken

- Die erste Anlaufstelle in Geldfragen werden
- Reduziertes Call-Center-Volumen und weniger Streitfälle führen zu geringeren Betriebskosten und Risiken
- Besseres Verständnis des Ausgabeverhaltens der Kunden
- Potenzielle Cross-Selling-Möglichkeiten
- Verbesserte Kundenbindung durch Stärkung und Vertiefung der Kundenbeziehungen
- Schutz für finanziell Schwächere



## Vorteile für Kunden

- Alle Abonnements, Kosten und Zahlungstermine an einem Ort anzeigen<sup>13</sup>
- Abonnements aus einer konsolidierten Übersicht pausieren und kündigen
- Von einem Anbieter zum anderen wechseln<sup>14</sup>
- Effektiv budgetieren
- Verbesserte digitale Kundenerfahrung

13. Dieser Service ist für alle Abonnements verfügbar, die mit der Visa-Karte bezahlt werden.

14. Banken können den Prozess des Wechsels von einem Anbieter zum anderen monetarisieren.

## Fallstudie: Visa unterstützt eine große europäische Bank bei der Einführung eines Abonnement-Verwaltungsdienstes

**Herausforderung** - Kunden hatten die Abonnementzahlungen um 70 % erhöht, und die Bank erhielt 100.000 Anrufe pro Monat im Zusammenhang mit einem Streitfall oder der Kündigung von Abonnements.

**Lösung** - Ein Abonnement-Verwaltungsdienst wurde in die bestehende Banking-App integriert, sodass Kunden ihre Abonnements selbst verwalten können.

**Die wichtigsten Ergebnisse**

- **Sofortige Reduzierung des Call-Center-Volumens** - In der Anfangsphase der Einführung (3 Monate) wurde das Anrufvolumen um schätzungsweise 27.000 Anrufe verringert.
- **Kanalwechsel in Richtung Banking App** - Ein Kanalwechsel in Richtung ihrer Banking-App und ihrer digitalen Abonnement-Verwaltungsfunktion erfolgte, was auch zu einer höheren Gesamtnutzung der App der Bank führte

**Die Zusammenarbeit mit Visa bei der Implementierung dieser Abonnementverwaltung hatte direkte finanzielle Auswirkungen auf die Bank. Zusätzlich haben sie die Kundenbindung und -zufriedenheit mit ihrer bestehenden Banking-App erhöht.**

Quelle: Visanavigate.com, Die Subscription Economy und eine Revolution im Kundenservice, September 2021

Neben der Kostensenkung bieten Abonnement-Verwaltungsdienste der Bank auch eine ganzheitlichere Sicht auf den Kunden. Diese Dienstleistungen können im Laufe der Zeit erweitert werden, um den sich ändernden Anforderungen im gesamten Kundenlebenszyklus gerecht zu werden. Kunden, die das Gefühl haben, dass ihre Bedürfnisse erkannt und erfüllt werden, bleiben eher loyal.

In diesem aktuellen Klima des wirtschaftlichen Wandels, in dem Inflation und Lebenshaltungskosten steigen, wollen die Menschen genauer wissen, wofür sie ihr Geld ausgeben, und ihre Ausgaben nach Bedarf optimieren. Banken haben hier die große Chance, einen Service zu bieten, den viele ihrer Kunden wünschen und von dem sie gerade in diesen Zeiten profitieren würden.

## Visa Consulting und Analytics helfen Ihnen dabei, die Anforderungen Ihrer Kunden im Zusammenhang mit dem Abonnementmanagement zu erfüllen

Mit unserem fundierten Fachwissen und Zugang zu zahlreichen Daten und Analysen, kombiniert mit unseren Visa-APIs und Partnerschaften, sind wir ideal aufgestellt, um Ihnen zu helfen, einen Abonnement-Verwaltungsdienst zu liefern, der Ihre Bedürfnisse erfüllt, Ihre Kunden begeistert und Ihre digitale Transformation unterstützt.

# Basierend auf einem bewährten projektbasierten Ansatz arbeitet VCA mit Banken zusammen, um kritische Probleme beim Abonnementmanagement an Hand von **vier Schlüsselphasen** zu lösen.



## Entdecken

Wir arbeiten eng mit unseren Kunden zusammen, um ihre Anforderungen zu verstehen und zu prüfen, ob ein Abonnement-Verwaltungsdienst ihren Bedürfnissen entspricht, indem wir:

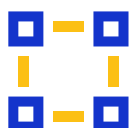
- Eine quantitative Marktforschung durchführen
- Das technische Umfeld und die erforderlichen Visa-APIs sowie die Visa-Partnerangebote bewerten
- Eine (externe) Kosten-Nutzen-Bilanz auf hohem Niveau zur Ermittlung des Geschäftswerts erstellen



## Proposition-Design

Wir haben die Fähigkeit und das Fachwissen, Angebote zu erstellen, die Ihre Kundenbeziehungen stärken und vertiefen. In Zusammenarbeit mit Ihnen stellen wir neben Ihrem digitalen Transformationsplan die Kunden in den Mittelpunkt unseres Angebotsdesigns und stellen sicher, dass wir Ihre dringendsten Bedürfnisse erfüllen. Egal, ob es sich um eine verbesserte digitale Erfahrung oder um die Verwaltung von Budgets handelt. Zu dieser Phase gehören:

- Design der Abonnement-Verwaltungslösung, einschließlich User Journeys
- Quantitativer Konzepttest der erstellten Lösung
- Verfeinerung und Herstellung von klickbaren Prototypen
- Qualitative Nutzertests und weitere iterative Verfeinerung



## Erstellen

Wir schaffen reibungslose, personalisierte Erlebnisse und stellen gleichzeitig sicher, dass hohe Sicherheits- und Datenschutzstandards erfüllt werden. Unter Aufsicht Ihres VCA-Leiters werden wir:

- Das Geschäftsmodell einschließlich der Implementierungskosten für den Kunden ausarbeiten
- Die Durchführung detailliert planen
- Sie bei der Integration von Visa-APIs und Lösungen von Visa-Partnern unterstützen
- Ihre neue Lösung implementieren
- Eine maßgeschneiderte, zielgerichtete Marketingkampagne für Ihre Kunden erstellen



## Markteinführung

Wir unterstützen Sie bei der Einführung Ihres neuen Abonnement-Verwaltungsdienstes. Wir stellen sicher, dass wir durch kontinuierliches Feedback den Erfolg bewerten und wichtige Erkenntnisse für zukünftige Entwicklungen aufzeigen. Es ist wichtig:

- Gezielte Aktivierungs- und Nutzungsmaßnahmen festzulegen
- Das neue Angebot in Ihre gesamte digitale Banking-Strategie zu integrieren
- Ihre Online-Banking-Strategie (z. B. API-Ansatz) kontinuierlich weiterzuentwickeln

Lassen Sie uns unser Wissen und unsere Erfahrung mit Ihnen teilen, um gemeinsam einen Abonnement-Verwaltungsdienst zu erstellen, der Ihre Beziehung zu Ihren Kunden stärken und vertiefen kann.



# Informationen zu Visa Consulting & Analytics

**Wir sind ein globales Team von Hunderten von Beratern im Bereich Zahlungsverkehr, Datenwissenschaftlern und Wirtschaftswissenschaftlern auf sechs Kontinenten.**

- Unsere Berater sind auf Zahlungsstrategien, Produkt- und Portfoliomanagement, Risikoanalysen, Digitalisierung und mehr spezialisiert. Ihr Wissen basiert auf jahrzehntelanger Erfahrung in der Finanzindustrie.
- Unsere Datenwissenschaftler sind Experten in den Bereichen Statistik, moderne Analytik und maschinelles Lernen. Sie verfügen über exklusive Erkenntnisse aus unserem VisaNet, einem der größten Zahlungsnetzwerke der Welt.
- Unsere Wirtschaftswissenschaftler verstehen die wirtschaftlichen Zusammenhänge, die sich auf die Verbraucherausgaben auswirken, und bieten einzigartige und zeitnahe Einblicke in die globalen Ausgabentrends.

Dank dieser Kombination aus fundiertem Beratungswissen im Bereich Zahlungsverkehr, wirtschaftlicher Intelligenz und umfangreichen Datenbeständen können wir umsetzbare Erkenntnisse und Empfehlungen ermitteln, die zu besseren Geschäftsentscheidungen führen.

Wenn Sie Hilfe bei der Beantwortung der in diesem Papier aufgeworfenen Fragen benötigen, wenden Sie sich bitte an Ihren Visa-Kundenbetreuer, um einen Termin mit unserem Visa Consulting & Analytics-Team zu vereinbaren, oder senden Sie eine E-Mail an [VCA@Visa.com](mailto:VCA@Visa.com) oder besuchen Sie uns auf [Visa.com/VCA](https://Visa.com/VCA)

Folgen Sie VCA auf 

Fallstudien, Vergleiche, Statistiken, Untersuchungen und Empfehlungen werden ohne Gewähr zur Verfügung gestellt, dienen nur zu Informationszwecken und sollten nicht als betriebliche, marketingbezogene, rechtliche, technische, steuerliche, finanzielle oder sonstige Ratschläge verstanden werden. Visa Inc. gibt weder eine Garantie oder Zusicherung bezüglich der Vollständigkeit oder Richtigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Informationen, noch übernimmt das Unternehmen jegliche Haftung oder Verantwortung, die sich aus dem Vertrauen auf diese Informationen ergeben könnte. Die hierin enthaltenen Informationen stellen keine Anlage-, Steuer- oder Rechtsberatung dar, und die Leser werden aufgefordert, den Rat eines kompetenten Experten einzuholen, wenn ein solcher Rat erforderlich ist. Bei der Umsetzung einer neuen Strategie oder Praxis sollten Sie sich an Ihren Rechtsbeistand wenden, um festzustellen, welche Gesetze und Vorschriften für Ihre spezifischen Umstände gelten können. Die tatsächlichen Kosten, Einsparungen und Vorteile von Empfehlungen, Programmen oder „Best Practices“ können je nach Ihren spezifischen Geschäftsanforderungen und Programmanforderungen variieren. Empfehlungen sind naturgemäß keine Garantien für zukünftige Leistungen oder Ergebnisse und unterliegen Risiken, Unsicherheiten und Annahmen, die schwer vorherzusagen oder zu quantifizieren sind. Alle Markennamen, Logos und/oder Warenzeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Eigentümer, dienen nur zu Identifikationszwecken und implizieren nicht unbedingt eine Produktbewertung oder Zugehörigkeit zu Visa.