

## Debitkarte

## Sicherheitsstrategien zu wenig kommuniziert

Rund 60 Millionen Euro an Schaden sind der deutschen Kreditwirtschaft 2010 durch den Einsatz gefälschter Debitkarten entstanden. 1 765 Geldautomaten wurden zum Zwecke des Abgreifens der Magnetstreifendaten und Ausspähens der PIN (sogenanntes Skimming) teils mehrfach manipuliert. Insgesamt wurden 3 183 Angriffe registriert. Als Folge wurden rund 300 000 Kartendaten vorsorglich gesperrt, um den Einsatz gefälschter Karten, die mit den gestohlenen Daten erstellt werden, zu verhindern.

Um dieser Skimming-Problematik zu begegnen, bieten sich den Kartenemittenten derzeit zwei Möglichkeiten: Zum einen das Ausweichen auf die rein Chip-basierte Debitlösung V-Pay, bei der mangels Magnetstreifen auch kein Skimming möglich ist – dafür aber auch kein Einsatz im außereuropäischen Ausland. Dafür hat sich unter anderem die Postbank entschieden. Alternativ lässt sich die Einsatzmöglichkeit eventuell gefälschter Karten auch dadurch begrenzen, dass die Karten für den Einsatz in bestimmten Ländern oder generell im Ausland gesperrt und nur auf Kundenwunsch freigeschaltet werden. So praktiziert es etwa die Deutsche Bank.

Der Vorteil beider Konzepte: Dem Kunden bleibt möglicher Ärger erspart, den Banken der Schaden durch Skimming-Verluste. Die entsprechende Strategie muss aber ordentlich kommuniziert werden. Und gerade daran hat es bislang offenbar gefehlt, wie eine repräsentative Umfrage der Faktenkontor GmbH, Hamburg, und dem Marktforschungsinstitut Toluna unter 1 000 Bundesbürgern im Juli ergab.

54 Prozent der Befragten wussten dabei nicht, dass einige Kreditinstitute ihre De-

bitkarten außerhalb Europas gesperrt oder mit einem Abhebelimit versehen haben. 53 Prozent waren sich nicht sicher, ob ihr eigenes Institut eine solche Strategie verfolgt.

Nur 19 Prozent wussten, dass ihre Bank eine Kartensperre oder Abhebelimits im außereuropäischen Ausland eingerichtet hat. Und von diesen wiederum gab nur die Hälfte an, von ihrer Bank darüber informiert worden zu sein. Jeder Vierte erfuhr von den Einschränkungen nur durch Medienberichte, jeder 13. erst durch Probleme beim Geldabheben außerhalb Europas.

Das zeigt: Hier wurden offenbar Möglichkeiten verschenkt, sich als sicherheitsbewusster Anbieter zu positionieren – was gerade vom deutschen Kunden allen Umfragen zufolge durchaus honoriert wird. Statt „Sicherheit“ bleibt durch dieses Versäumnis „schlechter Service“ in der Wahrnehmung hängen.

Kommuniziert wurde dergleichen zweifellos. Aber die Mitteilung auf dem Kontoauszug reicht eben nicht. Hier sind belanglose Mitteilungen beziehungsweise bloße Gießkannenwerbung zu häufig, als dass der „Anhang“ wirklich wahrgenommen wird. In der Studie gaben denn auch 34 Prozent der Befragten an, am liebsten per Brief informiert werden zu wollen. 30 Prozent bevorzugten eine E-Mail.

Elegant ist zweifellos auch die jüngst von der GAD eG, Münster, entwickelte SB-Lösung für den Geldautomaten. Wenn hier auf der Start-Bildschirmmaske neben den Optionen „Geldkarte“ und „Auszahlung“ auch „Auslandssperre“ angezeigt wird, dürfte sich die Botschaft mit der Zeit setzen.

**Red.**