

Karten-Blickpunkte

Sparda-Banken

Maestro Only in Warteposition

Als die Sparda-Banken Ende 2006 als erste Bankengruppe in Deutschland ankündigten, ihre Debitkarten komplett auf Maestro Only umstellen zu wollen, war das für Mastercard ein Triumph. Nun droht daraus letztlich doch nichts zu werden. Und das liegt an der Entwicklung im Bereich der Gebühren am Geldautomaten.

Diese Gebühren waren für die Gruppe der ehemaligen Eisenbahnerbanken von Anfang an der zentrale Faktor für die Entscheidung, bei den Debitkarten künftig allein auf Maestro zu setzen. Durch die Abwicklung aller Transaktionen über Maestro wollte man Kalkulationssicherheit für die rund 15 Prozent der Geldautomaten-Transaktionen bekommen, die die Sparda-Kunden pro Jahr außerhalb des Cash-Pools tätigen.

Dass die Karten nicht längst umgestellt wurden, war hingegen vor allem eine Frage der Akzeptanz: Bevor die Einsetzbarkeit von Maestro am Point of Sale nicht in etwa das Niveau von electronic cash erreichte, wollte man den Wechsel nicht wagen, um die Kunden nicht durch zu geringe Einsatzmöglichkeiten der Karte zu verprellen. Überdies arbeitete man an einer Lösung, auch ELV-Zahlungen, die ja nicht an ein Logo gebunden sind, weiterhin zu unterstützen.

So dauerte die geplante Umstellung auf die „Cash Card“, wie die neue Karte heißen sollte, ihre Zeit. Und nun scheint es fraglich, ob die zentrale Überlegung, nämlich die Kosten für die Bargeldversorgung zu begrenzen, noch so Bestand hat, wie im Jahr 2006 angedacht.

Derzeit ist das Thema deshalb „in Warteposition“, so Laurenz Kohlleppel, der Vorstandsvorsitzende des Verbands der Sparda-Banken. Entscheidend ist aus seiner Sicht nämlich die Hoheit der Emittenten über die den Kunden in Rechnung gestellten Preise für Verfügungen an fremden Geldautomaten. Und die würde durch das Surcharging am GAA entfallen. Eine Entscheidung über das weitere Vorgehen war jedoch bis Redaktionsschluss noch nicht gefallen.

Red.

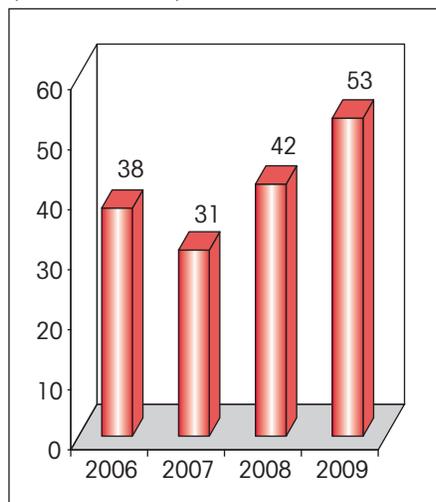
Banken

LBB steigert Profitabilität

Auf den ersten Blick scheint der größte deutsche Kreditkartenaussteller, die Landesbank Berlin, im Kartengeschäft zu schwächeln. Hatte die Zahl der ausgegebenen Karten 2008 noch um zehn Prozent oder 190 000 Karten auf 1,97 Millionen zugenommen, sank sie 2009 um rund 20 000 auf 1,95 Millionen Karten. Beim Vergleich mit dem Vorjahr ist freilich zu berücksichtigen, dass 2008 mit der Übernahme des

Provisionsüberschuss der Landesbank Berlin aus dem Kartengeschäft

(in Millionen Euro)



Kreditkartenportfolios der BHF-Bank ein Sondereffekt zu verzeichnen war, der mit 113 000 Karten zu Buche schlug.

2009 gab es einen solchen Sondereffekt nicht. Dafür konnte das Co-Branding mit dem ADAC, das 2006 die Marke von einer Million ausgegebenen Karten nahm, sein 20-jähriges Bestehen feiern. Ende 2008 waren laut ADAC-Pressemitteilung 1,26 Millionen Karten am Markt. Aktuelle Zahlen zu den Co-Brandings der LBB werden nicht bekannt gegeben. Seit November 2006 besteht eine Kooperation mit Amazon, mit der schon innerhalb der ersten acht Monate 100 000 Kunden gewonnen werden konnten. Seit 2005 gibt die LBB Kreditkarten für Air Berlin aus. Im Mai 2009 gab es hier einen Relaunch, und seit Jahresende umfasst die Kooperation neben der Visa-Karte auch eine V-Pay-Karte.

Den leichten Rückgang bei der Kartenzahl im vergangenen Jahr bei gleichzeitigem Anstieg der Zahl der Kartenkonten um sechs Prozent erklärt die LBB zumindest zum Teil mit der Rückgabe von Partnerkarten nach Ablauf des gebührenfreien Testzeitraums. Die „Christstollenaffäre“ vom Dezember 2008, als eine CD mit Kundendaten von Atos anstelle eines Dresdner Stollens an die Frankfurter Rundschau geliefert worden war, hatte dagegen keinen großen Effekt auf das Kartengeschäft der Bank, wenngleich etwa 130 000 Karteninhabern ein Kartenaustausch angeboten worden war.

Wichtiger als die pure Kartenanzahl ist für die Bank das „qualitative“ Wachstum, sprich die Steigerung der Profitabilität. Und hier gibt es beileibe keinen Grund zur Klage. Der Provisionsüberschuss, den die Landesbank Berlin aus dem Kartengeschäft erzielte, stieg 2009 um rund 26 Prozent auf 53 Millionen Euro. Die Er-

tragskraft des Kartengeschäfts erhöhte sich damit schon zum dritten Mal in Folge um elf Millionen Euro im Jahr. **Red.**

Bargeldlogistik

„War on cash“ ist keine Lösung

Vielen Einzelhändler ist das Bargeld bekanntlich noch immer das liebste Zahlungsmittel. Doch auch Wunschkindern bereiten mitunter Sorgen. Und so sorgt sich der Einzelhandel um die Zukunft seiner Bargeldversorgung. Zum ersten November war sie ohnehin teurer geworden, nachdem die Bundesbank die Entgelte für Gebindegrößen, die nicht den „Normcontainern“ entsprechen, angehoben hatte. Ab 2011 sollen Münzen überhaupt nur noch in Normcontainern abgegeben beziehungsweise angenommen werden.

Deren Bestückung mit beispielsweise 300 Rollenpackungen von Zwei-Euro-Münzen oder 500 Rollen mit Ein-Cent-Stücken wird jedoch den Bedürfnissen des Einzelhandels kaum gerecht, sodass die Unternehmen entweder auf die Dienstleistungen von Banken und Sparkassen zurückgreifen oder andere Dienstleister zwischenschalten müssten. Das würde nicht nur die Bargeldversorgung weiter verteuern. Viel schwerer wiegt die Befürchtung, dass es künftig an entsprechenden Angeboten gänzlich fehlen könnte. Noch hat kein einziger Geldtransporteur die erforderliche Lizenz als Zahlungsinstitut erhalten oder auch nur beantragt, so Ulrich Binneböbel vom HDE.

Auch bei Kreditinstituten könnten entsprechende Dienstleistungen künftig schwierig werden – nicht nur aufgrund der damit verbundenen Kapitalbindung, sondern allein schon wegen des Gewichts der Kisten, das in vielen Filialen schlicht Statikprobleme aufwerfen könnte.

Im Februar dieses Jahres hatte der Handelsverband Deutschland e.V. (HDE), Berlin, deshalb an die Bundesbank ge-

schrieben und auf das Fehlen einer Alternative zu der bisherigen Dienstleistung der Bundesbank hingewiesen. Die Zentralbank wurde gebeten, die Entscheidung, künftig nur noch Normcontainer anzubieten, zumindest auszusetzen, bis sich die erlaubnispflichtige Dienstleistung des Bargeldrecycling am Markt etabliert und einen signifikanten Marktanteil erreicht hat. Als Datum sollte die Schließung der Bundesbankfilialen im Jahr 2015 anvisiert werden. Dann könne eine erneute Überprüfung des Status quo stattfinden.

Ferner plädiert der HDE dafür, die Bundesbankkonten für Geldtransportunternehmen auch ohne Lizenz als Zahlungsinstitut für die Münzgeldabwicklung beizubehalten. Denn weil die rechtlichen Voraussetzungen für Cash-Recycling nicht ausreichend

Standardbefüllung der sortenreinen Normcontainer für den Münzverkehr

Stückelung	Anzahl der Rollenpackungen	Betrag in Euro
2 Euro	300	150 000
1 Euro	300	75 000
50 Cent	200	40 000
20 Cent	250	20 000
10 Cent	375	15 000
5 Cent	300	7 500
2 Cent	400	4 000
1 Cent	500	2 500

Quelle: Deutsche Bundesbank

seien, schein die Erteilung solcher Lizenzen auch mittelfristig nicht denkbar.

Die Antwort der Bundesbank auf die geäußerten Bedenken ist aus Sicht des Handels bislang unbefriedigend. Auch weiterhin wird „in Aussicht genommen, ab dem 1. Januar 2011 Normcontainer als abschließliches Ein- und Auszahlungsgebilde im Münzverkehr anzubieten“. Dabei ist die Bundesbank zuversichtlich, dass im Markt Modelle für die Versorgung mit beziehungsweise die Entsorgung von Münzen abweichend vom Normcontainer entstehen. Hinsichtlich der fehlenden Lizenzen von Wertdienstleistern als Zahlungsinstitute empfiehlt sie mit Schreiben vom 30. März an den HDE zum Beispiel

Kooperationsmodelle der Dienstleister mit Kreditinstituten.

Darauf setzt auch der Handelsverband selbst gewisse Hoffnungen – bleibt aber skeptisch, ob bis zum Jahreswechsel entsprechende Lösungen gefunden werden. Auf jeden Fall wird befürchtet, dass sich aufgrund des Engpasses bei der Dienstleistung Quasi-Monopole mit entsprechenden Konsequenzen für die Preise herausbilden könnten. Als Alternative wird darüber nachgedacht, Dienstleistungen anderer europäischer Zentralbanken zu nutzen. Möglicherweise könnten große Einzelhändler auch zu dem Mittel greifen, selbst entsprechende Normcontainer in ihr Lager zu stellen. Wertmäßig wäre dies der Lagerhaltung von Waren gleichzustellen – allerdings wohl mit höherem Diebstahlrisiko.

Eine verstärkte Hinwendung des Handels zum Thema Karte betrachtet Ulrich Binneböbel nicht als Ausweg aus der Problematik. Selbst wenn Barzahler an der Kasse künftig verstärkt gefragt würden, ob sie nicht auch eine Karte hätten, wäre dies doch ein langfristiger Prozess. Und solange Bargeld gesetzliches Zahlungsmittel ist, gibt es zu dessen Akzeptanz und der entsprechenden Vorhaltung von Wechselgeld ohnehin keine Alternative.

Eine Lösung wird also dringend gebraucht. Bis September will der HDE noch abwarten, ob sich eine solche abzeichnet. Ist das nicht der Fall, will man lautstark Alarm schlagen und notfalls die Politik einschalten. **sb**

Firmenkarten

Airplus stellt um auf Chip & PIN

Von der Wirtschaftskrise und der daraus resultierenden Entwicklung im Geschäftsreisemarkt ist die Lufthansa Airplus Servicekarten GmbH, Neu-Isenburg, im Jahr 2009 kräftig erwischt worden. Der Abrechnungsumsatz sank um eine Milliarde

Euro auf 17,1 Milliarden Euro. Dabei schlug der Rückgang um 23 Prozent im deutschen Heimatmarkt, der 54 Prozent des gesamten Abrechnungsumsatzes ausmacht, besonders zu Buche. In den übrigen Märkten bewegte sich die Entwicklung bei Bestandskunden zwar in der gleichen Größenordnung. Angesichts des dort geringeren Marktanteils (in Deutschland beträgt er 66 Prozent) konnte im Ausland ein Teil des Rückgangs durch das Neukundengeschäft kompensiert werden, sodass das Abrechnungsvolumen dort nur um sieben Prozent sank. Insgesamt konnten in den internationalen Märkten 1 000 Unternehmen neu als Kunden gewonnen werden – und zwar weniger vom Wettbewerb, sondern aus dem Potenzial derjenigen Unternehmen, die bisher keine Firmenkreditkarte einsetzen.

Neben neuen Softwarelösungen für das Aufzeigen von Einsparpotenzialen beim Geschäftsreisemanagement, aber auch zur Berechnung von CO₂-Emissionen von Flugreisen, konzentriert sich Airplus im laufenden Jahr vor allem auf das Thema Sicherheit. Im Januar wurde mit der Umstellung aller Corporate Cards in Deutschland auf Chip & PIN-Technologie begonnen. Damit ist das Unternehmen eigenen Angaben zufolge der erste Emittent am deutschen Markt, der auch bei Kreditkarten auf Geheimnummer statt Unterschrift setzt. Obwohl dies für die Karteninhaber zunächst gewöhnungsbedürftig ist, sei die Maßnahme von den Kunden „wider Erwarten“ gut angenommen worden.

Gleichzeitig wird die Sicherheitslösung „Airplus Card Control“ erweitert, die die Umsatzkontrolle für Umsätze über 50 Euro per SMS und/oder E-Mail ermöglicht und Informationen über das jeweils aktuelle Limit des Karteninhabers gibt. Neu ist eine Benachrichtigung über den jeweils ersten Umsatz nach einem Länderwechsel, um möglichem Missbrauch zum Beispiel mit abgegriffenen Kartendaten frühzeitig aufzuspüren. Die Anwendung ist eine Eigenentwicklung von Airplus und nicht identisch mit der Sicherheits-Soft-

ware-Lösung „In Control“ von Mastercard, bildet jedoch eine Reihe von deren Funktionalitäten ab. Genutzt wird sie bislang von knapp zehn Prozent der Kunden. Bis zur Jahresmitte sollen es 50 Prozent werden. Neue Kunden werden nur noch akzeptiert, wenn sie Telefonnummer oder E-Mail-Adresse für die Übermittlung der Umsatzmeldungen angeben.

Als neuen Service können Airplus-Kunden im Rahmen des erweiterten Pilotprojektes von Touch & Travel das E-Ticketing-System der Deutschen Bahn testen. Gemeinsam mit der Bahn wurde Touch & Travel zur vollautomatischen Bezahlung auch für Geschäftsreisen entwickelt. Während die Abrechnung üblicherweise über die Telefonrechnung erfolgt, wird hier die Kreditkarte hinterlegt, sodass die vollständigen Daten in das Managementinformationssystem des Unternehmens einfließen. **Red.**

E-Commerce

Umstrittene Sofortüberweisung

Am 23. Februar 2010 ist unter dem Namen Sofort Bank, einer Marke der Deutsche Kontor Privatbank AG, Grünwald, eine Online-Bank speziell für den E-Commerce gestartet. Dank einer Kooperation mit der Payment Network AG, Gauting, wird das Business-Konto der Bank mit dem registrierungsfreien Direktüberweisungsverfahren Sofortüberweisung.de verknüpft. Dieses sowie das Lastschriftverfahren Sofortlastschrift.de und das Abo-Bezahlverfahren Sofortabo.de sollen im Zuge der Kooperation weiter optimiert werden. Zudem will man weitere neue Produkte speziell für den E-Commerce entwickeln.

Ob nun E-Commerce-Anbieter unbedingt eine spezielle Bank benötigen, sei einmal dahingestellt – wenngleich ein gewisses Branchen-Know-how sicher nicht schaden kann. Für die Payment Network AG sind Partnerschaften dagegen eine gute Mög-

lichkeit, sich im Markt zu positionieren – zumal der Gegenwind des Wettbewerbs dem Unternehmen ungewöhnlich heftig entgegenbläst.

So gehört Sofortüberweisung.de bei Ebay seit Oktober 2008 zu den nicht zulässigen Zahlungsmitteln, was von dem Internetauktionshaus mit (zuvor schon von Verbraucherschützern geäußerten) Sicherheitsbedenken erklärt wird, in Gauting hingegen mit dem Wunsch, den eigenen Zahldienst Paypal zu fördern. Noch einen Schritt weiter gegangen ist die Giropay GmbH, Frankfurt am Main, die Ende 2009 gegen die Payment Network AG Klage eingereicht hat und die Auseinandersetzung nach Angaben von Georg Schardt, Vorstandsmitglied der Payment Network AG, auch bis zum BGH zu tragen bereit ist.

Im Kern geht es dabei um die Rolle, die die Betreibergesellschaft von Sofortüberweisung.de im Zahlungsprozess spielt, ob also die Verwendung von PIN und TAN auf deren Plattform eine Anstiftung der Verbraucher zum fahrlässigen Umgang mit den Geheimnummern ist. Eigenen Angaben zufolge nimmt die Payment Network AG im Zahlungsprozess keine andere Position ein als andere Finanzportale wie etwa Microsoft Money oder Star Money. Die Vorwürfe sieht man somit als unbegründet an – auch deswegen, weil es bei mittlerweile fast zehn Millionen Transaktionen bislang keinen einzigen Fall von Phishing gegeben habe. Die Ausfallrate sei dermaßen gering, dass sie „in den Händlerbilanzen überhaupt keine Rolle“ spiele, so Georg Schardt.

Den Widerstand seitens Ebay und Giropay erklärt er mit der starken Position von Sofortüberweisung.de bei den Händlern sowie dreistelligen Wachstumsraten. Neben dem Risikoaspekt spielen dabei die mit einem Prozent (für große Händler auch weniger) im Wettbewerbsvergleich günstigen Händlerkonditionen eine Rolle. Überdies ist das Zahlverfahren durch Standardschnittstellen zu den meisten Shop-systemen für fast jeden Shop ohne

IT-Aufwand zu integrieren, was gerade für kleinere Händler interessant sein kann. Ähnlich informiert auch die Six Group, deren Plattform „Saferpay“ von Sofortüberweisung.de genutzt wird, in ihren Händlerinformationen im Internet. Hier wird Sofortüberweisung.de als das „zurzeit einzige internationale Onlinebanking-Bezahlverfahren in Europa“ und als „technologischer Marktführer dieser neuen

Generation von Online-Bezahlssystemen“ bezeichnet.

Untermauern kann die Payment Network AG ihre Sicht der Dinge zudem durch eine große Zahl an Partnern, die offenbar keine Bedenken haben. Neben der Deutschen Kontor Privatbank AG zählen dazu bereits „mehrere Banken“ sowie Click & Buy und Moneybookers. Erst im März 2009 wurde

die Kooperation mit Concardis begonnen, der sicher ebenfalls eine kritische Begutachtung seitens des Acquirers vorausgegangen ist. Auch kann man in Gauting mit einem Gütesiegel des TÜV-Saarland aufwarten. Nun kann der Rechtsweg Klärung bringen. Sollte der Giropay im Rechtsstreit unterliegen, müsste vielleicht auch Ebay den Ausschluss von Sofortüberweisung.de neu bedenken. **sb**