

Leitartikel

Viel zu geheim (4)

Karten-Blickpunkte

Standardisierung: Ein wichtiger Schritt voran (6)
Firmenkarten: Neues Preismodell bei Airplus (6)
Kartenmarketing: Unsichtbare Kreditkarte? (7)
Bargeld: Fragwürdige Restriktionen (8)
Stadionkarten: Bald ein Auslaufmodell? (8)
Mobile Payment: Visa im vernetzten Auto (9)
Sicherheit: Mehr Kontrolle für die Kunden (9)

Regulierung

PSD II: Hauptproblem bleiben die TTPs

Von Kai Zahrte und Roland Flommer (10)

Mobile Payment

Die Token-Technologie revolutioniert elektronische Zahlungen

Von Volker Koppe (14)

Herausforderungen des Mobile-Payment-Marktes

Von Martin Holtmann (17)

HCE öffnet Banken den Markt für Mobile Payment

Von Susanne Steidl (21)

Karten-Technik

Evolution am PoS: Vom Bezahlterminal zu Multimedia-Services

Von Markus Hövekamp (25)

Märkte

Zahlverhalten: Die Kreditkarte bleibt ein schwieriges Produkt

Von Swantje Benkelberg (28)

Ausland

Der Schweizer Kartenmarkt aus Sicht von Mastercard

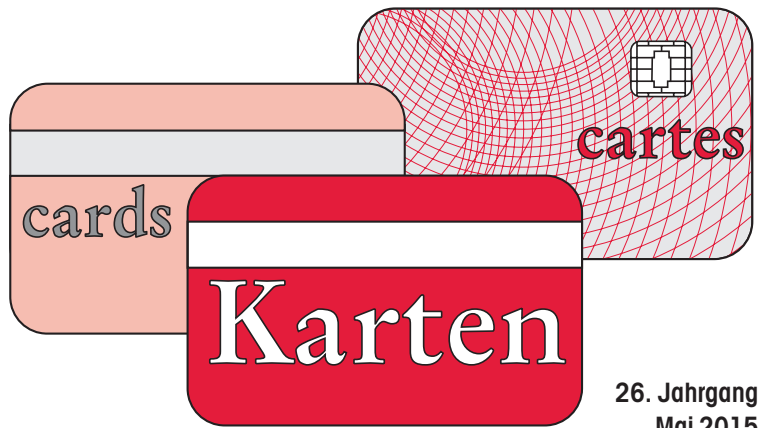
Von Guido Müller (31)

„Wir wollen unabdingbarer Partner bei innovativen Bezahlösungen werden“

Ewaldt Judt im Gespräch mit Gerald Gruber (34)

Notiert

Daten und Fakten zum Zahlverhalten in Deutschland (5) – Marktnotizen (39) – Kartenmanagement-Glossar (41) – Impressum (42)



26. Jahrgang
Mai 2015

Herausgeber: Ulrich Binneböbel, Bernd M. Fieseler, Dr. Ewald Judt, Dr. Wolfgang Klein, Dr. Andreas Martin, Klaus-Friedrich Otto

SCHWERPUNKTE

Regulierung: Der Stand der Dinge bei der PSD II erfüllt die Kreditwirtschaft nach wie vor mit Sorge. Insbesondere der Kontozugang für Drittanbieter weckt die Befürchtung, dass jene (ohne Entgelt) zu Trittbrettfahrern der Banken-Infrastruktur werden und damit neue Haftungsrisiken auf die Banken zukommen.

Beim **Mobile Payment** richtet sich das Augenmerk mehr und mehr auf die Token-Technologie beziehungsweise die Host Card Emulation. Hier sehen sowohl Volker Koppe als auch Susanne Steidl und Martin Holtmann eine zentrale Plattform auch für künftige Weiterentwicklungen des Zahlungsverkehrs. Dennoch verbreitet die WGZ Bank keine überschäumende Euphorie: Das Pilotprojekt Kreditkarte im Smartphone bei der Dortmunder Volksbank habe auch gezeigt, dass eine erfolgreiche Einführung von Mobile-Payment-Lösungen noch Zeit erfordert und nur mit einem durchgängigen Marktstandard wirtschaftlich wird.

Karten-Technik: Das mobile Bezahlen an sich wird für Händler vor allem dann interessant, wenn sich der Bezahlvorgang mit Multimedia-Services verbinden lässt, weiß Markus Hövekamp. Mobile Bezahlterminals werden damit auch zum Teil der Kommunikation mit dem Kunden.

Das **Zahlverhalten** der Verbraucher in Deutschland ändert sich nur langsam. Die jüngste Bundesbank-Studie prognostiziert auch weiterhin keine sprunghaften Entwicklungen. Die Kreditkarte ist trotz bislang steigender Kartenzahlen im Zahlungsverkehrsmix auf dem Rückzug – auch im Internet.

Ausland: Der Schweizer Kartenmarkt ist von einer hohen Affinität der Verbraucher für das bargeldlose Bezahlen geprägt, freut sich Mastercard. Innovationen wie das kontaktlose und mobile Bezahlen, für die Schweizer grundsätzlich aufgeschlossen sind und eine vergleichsweise hohe Preisakzeptanz haben, finden jedoch nahezu ausschließlich bei Kreditkarten statt, da die Wettbewerbsbehörde bei Maestro keine Interchange akzeptiert.

In Österreich – einem klassischen Debitmarkt – ist Maestro ebenfalls Nachfolger des nationalen Debitsystems. Hier will Mastercard mit Innovationen die Marktposition festigen. Im bislang noch sehr homogenen Kreditkartenbereich erwartet Gerald Gruber eine stärkere Differenzierung der Kartenprodukte. Akzeptanz ist für Mastercard in der Alpenrepublik keine nennenswerte Baustelle: Der Tourismus sorgt hier für eine gute Durchdringung, auch schon bei kontaktlosen Terminals.

