

## Leitartikel

Nicht ohne Haken (4)

## Karten-Blickpunkte

Doppelregulierung für die Girocard (6)  
Mobiles Bezahlen: Die Wearables der Zukunft (6)  
Authentifizierung: Mastercard lässt dem Kunden die Wahl (7)  
Kontaktloses Zahlen: Deutsche Verbraucher bleiben skeptisch (7)  
Karten-Strategien: Die Hoheit beim Kunden (8)  
Online-Bezahlverfahren: Über Datenschutz sprechen (9)

## Zur Zukunft des Zahlungsverkehrs

**Gebündeltes Know-how: der DSV als Payment-Spezialist**  
Von Ottmar Bloching (10)

**Zur Zukunft der Corporate Card**  
Von Patrick W. Diemer (12)

**Für den Durchbruch braucht es vor allem Aufklärung**  
Von Marcus Laube (14)

**Zahlungsverkehr aus Bankensicht: den Anschluss nicht verlieren**  
Von Sven Korschinowski (17)

## Instant Payments

**Sofortzahlungen: Anforderungen an die Infrastruktur**  
Von Hans-Rainer van den Berg (20)

## Karten-Strategien

**Kreditkarten-Emittenten – Zeit zum Handeln**  
Von Oliver Nauth und Matthias Kaufmann (25)

## Handel

**Der Bezahlvorgang beeinflusst die Kundenerfahrung**  
Von Thomas Stagat (29)

## Kartendienstleister

**Risikomanagement als Produkt begreifen**  
Von Christoph Dühr (31)

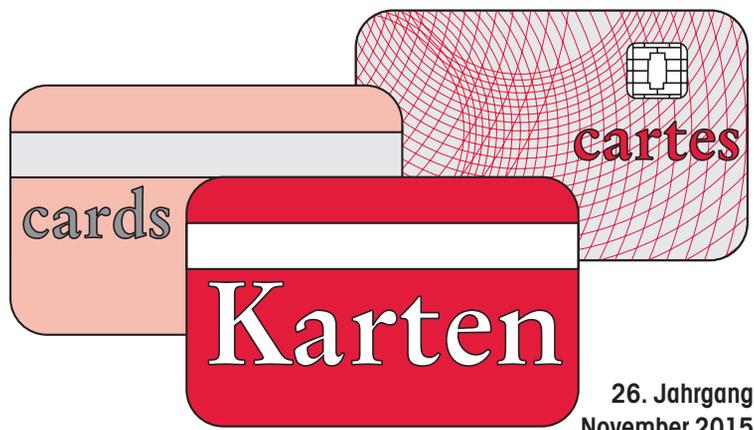
**„Neue Produkte lassen sich schneller an den Markt bringen“**  
Interview mit Luc Holper (34)

## Kartenmarkt Österreich

**„M-Payment in Österreich – der Rollout hat begonnen“**  
Ewald Judt im Gespräch mit Rainer Schamberger (36)

## Notiert

Daten und Fakten zum Mobile Payment (5) – Marktnotizen (40) – Kartenmanagement-Glossar (42) – Impressum (35)



26. Jahrgang  
November 2015

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

## SCHWERPUNKTE

**Zur Zukunft des Bezahlers:** Die Sparkassen-Finanzgruppe macht den Sparkassen Verlag zum Payment-Spezialisten. Ziel ist es, das Potenzial im Händlergeschäft optimal auszuschöpfen. Mit der Bündelung von B+S, Payone und Giroresolution unter dem Dach des DSV sind erste Schritte getan.



Jetzt steht die Vermarktung im Fokus. Bei Firmenkreditkarten hat Airplus ein neues Vertragsmodell für jene Karten entwickelt, bei denen ein privates Konto des Karteninhabers hinterlegt ist: mit Transaktionsgebühr, dafür aber per Regulierung ohne Surcharging. Nun will sich das Unternehmen verstärkt auf technische Innovationen konzentrieren.

Dass Mobile Payment von den Verbrauchern in Deutschland noch nicht akzeptiert wird, hängt am Überangebot an Zahlungsmöglichkeiten sowie an Bedenken hinsichtlich Sicherheit oder Datenschutz. Für den Durchbruch braucht es deshalb Aufklärung, so Marcus Laube. Außerdem müssen die Angebote nutzerfreundlicher werden. Sven Korschinowski empfiehlt den Banken, gute Innovationen, die von Fintechs entwickelt werden, zu adaptieren und nach Geschäftspartnern Ausschau zu halten. Um schneller zu werden, gilt es nicht länger zu warten, bis sich in Sachen Regulatorik eine Rechtsauffassung herausbildet, sondern Freiräume zu nutzen. Sonst droht die Branche den Anschluss an den Wettbewerb zu verlieren.

Für **Instant Payments** braucht es eine völlig neue Infrastruktur. Die wichtigste Herausforderung dabei ist eine Schnittstelle, über die Zahler und Empfänger eine Bestätigung der Zahlung erhalten können. In Italien hat sich die von SIA entwickelte Lösung Jiffy bereits als erfolgreich erwiesen. Nun plant das Unternehmen die Expansion in andere Märkte.

**Karten-Strategien:** Nur mit dem Zwölffachen des bisherigen Kartenumsatzes lässt sich der Ertragsrückgang durch die Interchange-Regulierung im Kreditkartengeschäft kompensieren, rechnen Oliver Nauth und Matthias Kaufmann vor. Als Alternative zu Preisanhebungen plädieren sie für die stärkere Konzentration auf die Teilzahlungsfunktion und Versicherungen.

Im **Handel** geht die Entwicklung zum „Local Commerce“. Diese Einbindung des stationären Einzelhandels in den E-Commerce verlangt nach Bezahlverfahren, die über alle Kanäle hinweg funktionieren, so Thomas Stagat. Kartendienstleister können sich künftig verstärkt über das Risikomanagement differenzieren, meint Christoph Dühr. Dazu muss das Risikomanagement verstärkt als Produkt vermarktet werden. Six Payment will mit einer neuen Processingplattform nicht nur Kosten senken, sondern auch neue Produkte schneller umsetzen.

Im **Kartenmarkt Österreich** hat der Rollout des Mobile-Payment-Konzepts „Bankomatkarte mobil“ begonnen. Damit können die Karteninhaber auch international an kontaktlosen Terminals bezahlen.