Karten-Blickpunkte

Marken

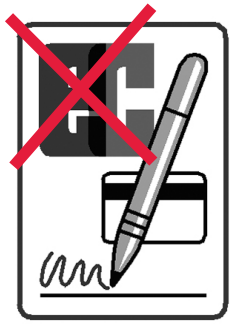
Mastercard macht Ernst

Wenn deutsche Kunden mit ihrer „ec-Karte" bezahlen wollen, dann meinen sie damit ihre Girocard. Dass diese schon lange nicht mehr „ec-Karte" heißt, ist vielen immer noch unbekannt. Für die Tatsache, dass die Marke „ec" bereits seit Juli 1989 für Mastercard als Inhaber beim Deutschen Patent und Markenamt eingetragen ist, dürfte das Bewusstsein noch deutlich geringer sein.

Das möchte Mastercard gern ändern. Die Emittenten, die bisher in Deutschland eine Debit Mastercard ausgeben (die Fidor Bank, N26, die KT Bank und – als jüngster Emittent hinzugekommen – die Deutsche Bank), haben bisher jedoch darauf verzichtet, auf den Karten neben dem Mastercard-Logo mit dem Zusatz Debit auch das ec-Zeichen abzubilden, wie es Mastercard bei der Kommunikation zu den eigenen Produkten vormacht.

Für die Kunden wäre das vermutlich ohnehin eher irreführend. Denn damit würde auch dort Akzeptanz suggeriert, wo sich an der Kasse immer noch das ec-Zeichen findet (und sei es nur als Bestandteil des alten ELV-Logos), wo aber keine Kreditkarten akzeptiert werden. Schließlich sind für die Akzeptanz das Mastercard- und nicht das Maestro-Zeichen maßgeblich, wenngleich es sich um eine Debitkarte handelt. Ersteres findet sich aber meist nur bei jenen Händlern, die Kreditkarten akzeptieren.

Diese Verwirrung will Mastercard nun aber beenden und pocht auf die eigenen Markenrechte. An der Ladenkasse soll das alte ec-Zeichen verschwinden, wenn es nicht für Mastercard-Akzeptanz steht. Für das ELV-Verfahren dagegen haben das ELV-Forum und der HDE ein neues Logo entwickelt (siehe Marktnotizen).



Aus Sicht von Mastercard ist das nur zu verständlich. Ob die Kartenorganisation mit der alten Marke aber wirklich wird punkten können, scheint einstweilen doch ziemlich fraglich. Die Debit-Mastercard eröffnet dem Unternehmen zwar einen Weg, Marktanteile, die man bei Maestro zum Beispiel an V-Pay verloren hat, gleichsam durch die Hintertür wieder zurückzuerobern. Bis Otto Normalverbraucher den Begriff „ec-Karte" mit Mastercard assoziiert, ist es aber trotzdem ein mindestens sehr weiter Weg. **Red.**

Payment-Dienstleister

Im Ausverkauf

Der Deutsche Sparkassen Verlag sucht nach einem Investor für B+S. Das hat die DSV-Gruppe im Kontext mit der personellen Neuausrichtung an ihrer Spitze bekannt gegeben. Der Zeitpunkt dafür ist zweifellos günstig, hat doch der dem Vernehmen nach in schwindelerregende Höhen getriebene Verkaufspreis für den Wettbewerber Concardis gezeigt, wie hoch das Interesse am Erwerb von Payment-Dienstleistern derzeit ist. Auch die Heidelberger Payment GmbH hat schließlich gerade erst den Besitzer gewechselt (siehe Marktnotizen). Der Verkauf von B+S gibt somit jenen Interessenten, die bislang nicht zum Zuge gekommen sind – darunter zum Beispiel Six oder Wirecard – eine neue Chance.

Der „Ausverkauf" der Payment-Anbieter, der nun auch in Deutschland in vollem Gang ist, lässt sich vergleichsweise einfach erklären: Die Weiterentwicklung einstiger Acquirer, Prozessoren und Netzbetreiber zu vollumfänglichen Payment Service Providern, die eine große Palette von Zahlverfahren für das gesamte Spektrum an Anwendungsszenarien vorhalten müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben, erfordert hohe Investitionen, wie es Marcus Mosen mit Adresse an die bisherigen Eigentümer von Concardis immer wieder hervorgehoben hat. Diese Investitionen zu stemmen, waren die bisherigen Eigentümer offenbar nur in begrenztem Umfang willens. Und angesichts der Kaufpreise, die aktuell für Payment-Dienstleister aufgerufen werden, sind sicher auch gewisse Begehrlichkeiten nicht auszuschließen.

So verständlich dies ist: Aus Sicht der deutschen Kreditwirtschaft hat der Rückzug aus den Kartendienstleistern aber auch einen Haken: Strategischen Einfluss auf deren Weiterentwicklung und damit auch ein Stück weit auf den Zahlungsverkehrsmarkt in Deutschland geben sie damit aus der Hand. Ein Investor schaut nun einmal anders auf die Bezahlverfahren, die er in sein Portfolio aufnimmt, als dies ein Dienstleister tut, dessen Eigentümer aus der Kreditwirtschaft kommen. Für die Zukunft heißt das zum Beispiel, dass Eigenentwicklungen der deutschen Kreditwirtschaft im Wettbewerb mit anderen Verfahren sehr viel gründlicher auf ihre Potenziale hin unter die Lupe genommen werden könnten. **Red.**

Sicherheit

Online-Skimming auf dem Vormarsch

Am Geldautomaten ist das Skimming seit der Chip-Migration kontinuierlich auf dem Rückzug. Schließlich lohnt sich das Herstellen von Kartendubletten kaum noch, wenn die Einsatzmöglichkeiten der gefälschten Karten immer weniger werden.

Doch nun ist das Skimming offenbar zurück: im Online-Bereich nämlich. So teilte das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) im Januar mit, dass mindestens 1 000 deutsche Online-Shops von Online-Skimming betroffen seien. Dabei nutzen Cyberkriminelle Sicherheitslücken in veralteten Versionen der Shop-Software, um einen schädlichen Programmcode einzuschleusen. Dieser wiederum ist für die Kunden üblicherweise nicht erkennbar. Beim Bestellvorgang späht er die Zahlungsinformationen der Kunden aus und übermittelt sie an die Täter. Betroffen sind Online-Shops, die auf der weit verbreiteten Software Magento basieren. Über den Umfang der über diese Angriffe bereits abgeflossenen Zahlungsdaten lagen dem BSI bei Redaktionsschluss keine Erkenntnisse vor.

Noch ärgerlicher wird das Phänomen, weil das BSI bereits im September 2016 die Netzbetreiber mehrerer 100 deutscher Online-Shops, die von Online-Skimming betroffen waren, über diesen Umstand informiert hatte. Viele von ihnen hat das offenbar bisher vergleichsweise kalt gelassen. Sie haben die Infektion offenbar bis heute nicht beseitigt oder die Server wurden erneut kontaminiert. Obwohl sie nach § 13 Absatz 7 TMG verpflichtet sind, ihre Systeme nach dem Stand der Technik gegen Angriffe zu schützen, und obwohl entsprechende Software-Updates vorhanden sind, haben sie die Sicherheitslücken nicht geschlossen, sodass die Cyberkriminellen weiterhin Zahlungsdaten und andere bei Bestellungen eingegebene persönliche Daten von Kunden ausspähen können. Dadurch ist die Zahl der betroffenen Shops auf mittlerweile rund 1 000 gestiegen.

Gemessen an der Zahl der Online-Shops insgesamt mag die Quote dieser „Schwarzen Schafe" überschaubar sein. Gleichwohl zeigt sie, dass die steigenden Anforderungen an die Sicherheit von Online-Zahlungen offenbar ihre Berechtigung haben. Wenn dabei Lösungen herauskommen sollten, die zu vermehrten Kaufabbrüchen an der Online-Kasse führen werden, dann ist das offenbar zumindest teilweise selbst verschuldet. **Red.**

Märkte

Irreführende Statistiken?

Der Umsatz mit Zahlungskarten ist 2015 in Deutschland um 17 Milliarden Euro auf 315 Milliarden Euro (plus 5,7 Prozent) gestiegen. Zu diesem Ergebnis kommt die Unternehmensberatung Paysys GmbH, Frankfurt am Main, in ihrer jährlich herausgegebenen Kartenmarktstatistik Deutschland. Einbezogen wurden Kartenumsätze, die in Deutschland von in- und ausländischen Karteninhabern in sämtlichen Branchen (nicht nur Einzelhandel) am physischen PoS sowie im E-Commerce getätigt wurden (Acquiring-Perspektive).

Nach einem schwachen Anstieg im Jahr 2014 (2,1 Prozent) erreichte der Kartenmarkt in Deutschland 2015 demnach wieder eine ähnliche Wachstumsrate wie in den Vorjahren 2012 und 2013. Längerfristig flachen die jährlichen Wachstumsraten im Kartengeschäft der höheren Ausgangsbasis wegen allerdings allmählich ab und erreichen keine zweistellige Höhe mehr.

Die größten Wachstumstreiber 2015 waren die Kreditkarten (plus 11 Prozent) und ELV (plus 10,2 Prozent). Bereits 24 Prozent des Kartenumsatzes werden in Deutschland mittlerweile mit einer Kreditkarte getätigt. Das deutsche Debitkartenverfahren Girocard blieb dagegen mit einem Plus von „nur" 1,9 Prozent deutlich zurück. Die Ursache für das kräftige Wachstum im Bereich der Kreditkarten ist bekannt: Bereits im Vorfeld der europäischen Interchange-Regulierung wurden die Händlerentgelte für große Einzelhandelsketten gesenkt, was bereits seit dem Frühjahr 2015 die Kreditkartenakzeptanz auch bei Discountern oder Baumärkten zur Folge hatte. Diese Ausweitung der Kreditkartenakzeptanz führte zu dem genannten Wachstumsschub bei Kreditkartenumsätzen.

Substitutionseffekte (Kreditkarte statt Girocard) haben infolge dessen zum geringeren Wachstum bei den Debitkartenumsätzen beigetragen. Zudem war der regulierungsbedingte Preiseffekt in diesem Segment wesentlich geringer, da die Issuer-Vergütung durch die direkten Händlerentgelte bereits Anfang 2015 unter 0,3 Prozent gesunken war.

Innerhalb der Marktsegmente verzeichnet das Debitverfahren der deutschen Kreditwirtschaft deutliche Unterschiede. Dabei konnte das Wachstum im Handel (plus 5,3 Prozent) den starken Rückgang im Tankstellenbereich (minus 17,6 Prozent) insgesamt kompensieren. Den wiederum erklärt Paysys zum einen mit den gesunkenen Benzinpreisen sowie einer massiven Verlagerung von Girocard auf ELV, nachdem die damaligen Händlerentgelte für diese Branche in Höhe von 0,2 Prozent durch die Interchange-Verordnung nicht erneut gesenkt werden mussten.

Ein Wettbewerb des nationalen Debitkartensystems mit den internationalen Debitkarten-Brands Maestro und V-Pay ist in der Statistik noch nicht spürbar. Für beide haben sich die extremen Wachstumsraten der Vorjahre (bedingt durch die Ausdehnung der Akzeptanz) im Bereich von etwa sieben bis acht Prozent „normalisiert". Insgesamt ist der Anteil dieser Debitmarken noch gering. Das PoS-Umsatzverhältnis der internationalen Brands zu Girocard beträgt 3 zu 97.

Entgegen den Prognosen stieg der ELV-Umsatz nicht nur im Tankstellenbereich (plus 31 Prozent), sondern auch im Handelsbereich (plus 9 Prozent), obwohl sich das relative Preisverhältnis zum Konkurrenten Girocard wegen der Interchange-Senkung verschlechterte. Das in Deutschland beliebte ELV-Verfahren hat demnach an Attraktivität keineswegs verloren.

Die Verlierer 2015 sind die Geldkarte (minus 7,8 Prozent), die Handelskundenkarten (minus 3,2 Prozent) und die Tankkarten (minus 2,5 Prozent). Der Rückgang bei den Tankkarten ist jedoch nicht strukturbedingt, sondern eine Folge der Mineralölpreisentwicklung.

Gemessen an den Konsumausgaben der privaten Haushalte beziffert Paysys das Potenzial für das Kartengeschäft in Deutschland auf etwa 560 Milliarden Euro. Über ein Drittel der Konsumausgaben (36 Prozent) wurde 2015 mit Karte bezahlt. Dieser Anteil lag vor zehn Jahren noch bei etwa 23 Prozent

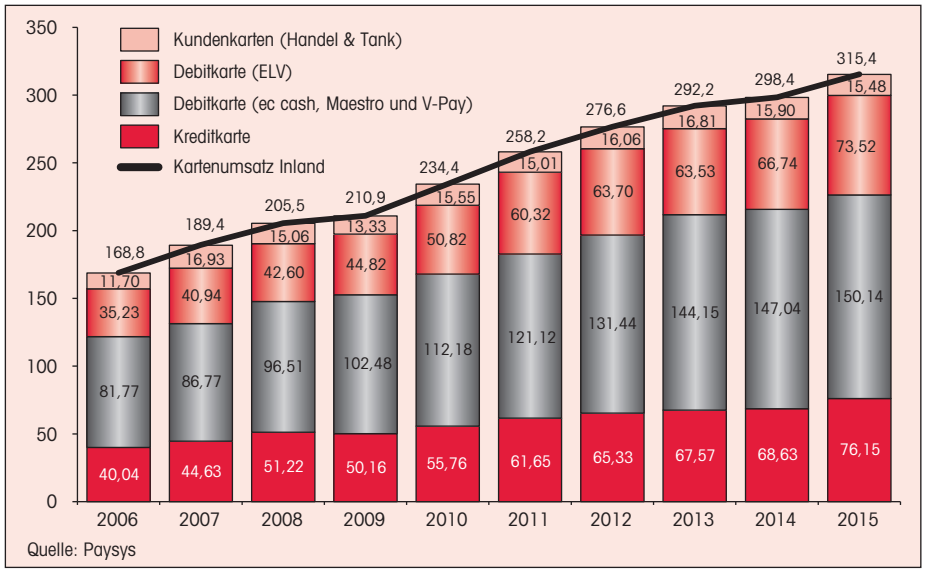
Das eigentlich Interessante an der im Januar veröffentlichten Paysys-Kartenmarktstatistik ist das Abweichen von den offiziellen Statistiken, an deren Plausibilität deutliche Zweifel angemeldet werden. So hatte die Statistik der deutschen Kreditwirtschaft 2015 überraschend ein Umsatzminus in Höhe von 3,4 Prozent für das Girocard-Verfahren ausgewiesen, ohne dafür eine wirkliche Erklärung zu liefern. Dies deckt sich laut Paysys nicht mit den Angaben der Netzbetreiber, die nahezu alle 2015 bei Girocard eine Zunahme verzeichneten. Auch angesichts der Tatsache, dass die DK für 2016 wieder zweistellige Wachstumsraten ausweist, sei die statistische Delle für 2015 wenig plausibel.

Auch an dem Bild, das sich aus der Statistik der Bundesbank (und damit auch der EZB) ergibt, vor allem nach der Umstellung der Methodik seit 2014, meldet Hugo Godschalk Zweifel an. Auf der Issuing-Seite (deutsche Karten im Inland) bleibt der Kaufumsatz am PoS (inklusive E-Commerce) 2015 nahezu unverändert, auf der Acquiring-Seite (Kartenumsatz in Deutschland inländischer Karten am physischen PoS ohne E-Commerce) zeigt die Statistik dagegen einen dramatischen Einbruch um 15,6 Prozent. Gleichzeitig meldet die Bundesbank auf der Issuing-Seite einen ebenfalls dramatischen Rückgang des Kartengeschäftes im E-Commerce (minus 21,3 Prozent).

Diese widersprüchliche Entwicklung des inländischen Kartengeschäftes aus der Issuing- und Acquirerperspektive, so Godschalk, ist mathematisch nahezu unmöglich. Die Erfahrung zeigt außerdem, dass es im Kartengeschäft keine derartigen umwälzenden Veränderungen innerhalb einer Zeitspanne von einem Jahr gibt, mögen sich mitunter auch Sondereffekte bemerkbar machen, wie etwa der deutliche Ausbau der Kreditkartenakzeptanz bereits 2015.

Erstmalig meldet die Bundesbank ab 2014 auch Zahlen für ELV („karteninduzierte Lastschriften"): 119,5 Milliarden Euro (2014) beziehungsweise 112,4 Milliarden Euro (2015). Nicht nur der Rückgang ist überraschend, sondern vielmehr der Umfang. Es würde bedeuten, dass rund 40 Prozent des ELV-Umsatzes nicht über die Terminals der ec-cash-Netzbetreiber abgewickelt werden. Das scheint wenig realistisch. Auch diese Zahlen brauchen eine erhebliche Korrektur, fordert Paysys. Zumindest sind sie offenbar erklärungsbedürftig. **Red.**

Kartenumsatz in- und ausländischer Karteninhaber in Deutschland 2006 bis 2015 in Milliarden Euro



Debitkarte

Ein separates Produkt?

Es gibt Fehler, die sich irgendwann rächen. Zu solchen Fehlern gehört zweifellos die Gratismentalität, zu der die Kreditwirtschaft in Deutschland ihre Kunden in Sachen Zahlungsverkehr erzogen hat. Das ging gut, solange die Zeiten gut waren. Angesichts der derzeitigen Ertragserosion im Bankgewerbe erweist es sich im Nachhinein als schwerer Fehler, beim Kunden den Eindruck erweckt zu haben, Zahlungsverkehr sei zum Nulltarif zu haben. Denn nun sehen sich immer mehr Gratisanbieter gezwungen, an der einen oder anderen Stelle zurück zu rudern und entweder neue Entgelte einzuführen oder auch Services abzubauen.

So ist die Sparda-Bank Hannover (und zwar keineswegs als erstes Kreditinstitut

in Deutschland) im Januar damit in die Schlagzeilen geraten, dass sie nach der Einführung neuer SB-Geräte kaum noch Einzahlungen von Münzen ermöglicht. Das mag für Kunden zweifellos ärgerlich sein, wenn sie davon betroffen sind. Andererseits darf derjenige, der für sein Konto nichts zahlt, eigentlich nicht überrascht sein, wenn er dafür nicht den gleichen Service erhält, den Institute mit grundsätzlich bepreisten Kontenmodellen bieten.

Im Privatkundengeschäft, auf das sich die Sparda-Banken allein fokussieren, spielen Münzeinzahlungen darüber hinaus ohnehin meist nur eine sehr überschaubare Rolle. Bei der Sparda-Bank Hannover sollen sie zuletzt lediglich ein Prozent der Einzahlungen ausgemacht haben. Relevant ist die Münzannahme im Privatkundengeschäft vermutlich vor allem, wenn es um die Sparguthaben von Kindern geht. Eine Sparkasse etwa, die zum Weltspartag gezielt Kinder anspricht, würde zu Recht kritisiert werden, nähme sie deren Münzen aus den Spardosen nicht an. Das aber ist nie das Geschäft der Sparda-Banken gewesen. Erst seit kurzem bieten sie überhaupt spezielle Girokonten für Kinder und Jugendliche an.

An dieser Stelle ist die Kritik also mindestens teilweise unberechtigt. Anders sieht es beim Thema Girocard aus. Hier hat sich die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V., Frankfurt am Main, der Frage angenommen, ob ein Girokonto als „kostenlos" beworben werden kann, wenn für die zugehörige Girocard ein Jahresentgelt berechnet wird. Das Landgericht Düsseldorf hat diese Frage unlängst verneint. Ist die Girocard tatsächlich ein eigenständiges Produkt, sodass es sich rechtfertigen lässt, sie separat zu bepreisen? Oder ist sie nicht ein wesentlicher Bestandteil des Gesamtpakets Girokonto/Zahlungsverkehr, wie es auch die Politik beim Thema Basiskonto gesehen hat?

In den meisten Fällen dürfte Letzteres der Fall sein. Natürlich lässt sich der Konto-

auszug heute auch ohne Karte abrufen. Reine Online-Konten, an die keine Karte geknüpft ist, sind aber kaum praxistauglich. Dass selbst Fintechs bei ihren entsprechenden Konzepten Karten einbinden, spricht für sich. Denn spätestens bei der Bargeldbeschaffung wird es schwierig: Ob am Geldautomaten oder beim Einzelhändler – ohne Karte geht es fast nicht, von Ausnahmen wie Kooperationen mit Barzahlen.de einmal abgesehen. Und die Kassenschalter in der Bank, an denen Kunden auch ohne Karte Bargeld erhalten konnten, sind nahezu verschwunden. Wer nicht über eine Karte verfügt, der kann im stationären Einzelhandel somit kaum noch bezahlen.

Das mag sich ändern, wenn es mit dem kontaktlosen Zahlen vorangeht. Dann wäre es denkbar, standardmäßig nur noch virtuelle Karten kostenfrei auszugeben und für die physische Karte ein Entgelt zu berechnen, das die Kosten für Kartenherstellung, -personalisierung und -versand abdeckt. Doch das ist einstweilen nur Zukunftsmusik. Das aber bedeutet: All jene Anbieter, die ihr Girokonto als kostenlos bewerben, dabei aber ein Entgelt für die Girocard berechnen, tun vermutlich gut daran, ihre Marketingbotschaften zu überdenken. Denn es ist sicher nicht davon auszugehen, dass die Wettbewerbshüter das Thema so schnell wieder aus dem Blick verlieren. **Red.**

Handel

Zu sicher?

Lange haben Kreditwirtschaft, Handel und Dienstleister daran gearbeitet, das bargeldlose Bezahlen am stationären PoS einfacher und vor allem schneller zu machen, um so die Akzeptanz zu steigern. Doch das Fortschreiten der Digitalisierung und des elektronischen Handels – ohnehin schon eine Herausforderung für den Handel vor Ort – droht dies jetzt zunichte zu machen. Das befürchtet der Handelsverband Deutschland – HDE e.V., Berlin.

Grund dafür sind die Entwürfe sogenannter technischer Standards für unbare Zahlungsvorgänge, die derzeit von der europäischen Bankenaufsicht EBA entwickelt werden und eine sogenannte Zwei-Wege-Authentifizierung erfordern. Sie zielen zwar in erster Linie auf den elektronischen Handel. Doch HDE sowie auch die Kartenindustrie befürchten auch Einschränkungen von Kartenzahlungen im Handel, vor allem bei kontaktlosen Transaktionen mit Karten und erst recht mit dem Smartphone. Die Forderung nach einer generellen Ausnahme nach elektronischen Transaktionen vor Ort bleibt deshalb bestehen.

Ganz aussichtslost ist dies angesichts des enormen Widerstands offenbar nicht. Der Referentenentwurf des Bundesfinanzministeriums zum „Gesetzes zur Umsetzung der aufsichtsrechtlichen Vorschriften der Zweiten Zahlungsdiensterichtlinie (Zahlungsdiensteumsetzungsgesetz – ZDUG)" vom 16. Dezember sieht unter § 56 zumindest vor, dass das Bundesfinanzministerium durch Rechtsverordnung „nähere Bestimmungen über die Erfordernisse und Verfahren zur starken Kundenauthentifizierung einschließlich etwaiger Ausnahmen" erlassen kann.

Wie immer das letztlich ausgehen wird: Händler mit einem Ladengeschäft müssen sich über die EBA-Pläne weitaus weniger Gedanken machen als ihre Online-Kollegen. Im schlimmsten Fall droht ihnen (gerade im ohnehin bargeldaffinen Deutschland) eine Zunahme der Barzahlungen, falls den Kunden das elektronische Zahlen zu kompliziert werden sollte. Und wenn Konzepte à la „Amazon go" durch die neuen Vorgaben ausgebremst werden, gibt es für den klassischen Präsenzhandel eine Bedrohung weniger.

Im Online-Handel sieht das ganz anders aus. Hier müssen sich alle Beteiligten, also Handel, Paymentbranche und Kunden, trotz der Änderungen an den Plänen, die es vielleicht noch geben wird, wohl darauf einstellen, dass das Bezahlen aufwendiger und weniger komfortabel wird, sofern man nicht gerade unter der mit zehn Euro niedrig angesetzten Bagatellgrenze bleibt. Das wird den E-Commerce nicht abwürgen, aber das rasante Wachstum vielleicht ein wenig bremsen, wenn es dem Kunden zu umständlich wird. Dann hätte der stationäre Handel vielleicht sogar Grund zu verhaltener Freude.

Doch auch Online-Händler sind nicht ganz ohne Alternative: Der Kauf auf Rechnung ist vermutlich nicht betroffen. Und auch für Online-Händler gibt es die Option, ihren Kunden die Barzahlung anzubieten. Die Cash Payments Solutions GmbH, Berlin, die das Bezahlverfahren Barzahlen.de betreibt, muss vielleicht bald ihre Vertriebsmannschaft aufstocken. **Red.**

Bezahlverhalten

Dank Streik zur Karte?

Auch wenn der Anteil der Bargeldumsätze im deutschen Einzelhandel seit Jahren kontinuierlich sinkt, geht diese Entwicklung doch sehr langsam voran. Und das Beispiel des Fintechs N26 zeigt, dass selbst digitalaffine Verbraucher mitunter noch stark aufs Bargeld setzen.

Der Streik bei den Geld- und Werttransportunternehmen im Januar dieses Jahres hat aus der Perspektive von Banken und Sparkassen in dieser Hinsicht vielleicht sogar etwas Gutes: Er bietet die Möglichkeit, auch beharrliche Bargeldnutzer auf die Option der Kartenzahlung zu verweisen, die in jedem Fall weiterhin möglich ist, auch wenn die Bargeldreserve im Geldautomaten aufgebraucht sein sollte.

So kommt vielleicht der eine oder andere Barzahler zur Kartenzahlung und stellt dann möglicherweise fest, dass diese Bezahloption durchaus praktisch ist. Cashback kann sich dabei jedoch als Pferdefuß erweisen, wenn Kartenmuffel sich nach einmaliger Kartenzahlung im Einzelhandel mit Bargeld eindecken und dann doch wieder in bar bezahlen. **Red.**