Karten-Blickpunkte

PSD2

Kommunikationschance nutzen

Mit dem Inkrafttreten der PSD2 müssen Kreditinstitute auch ihre Kunden einmal mehr über die kommenden Änderungen informieren. Üblicherweise werden solche Informationen im Stil einer „Bleiwüste" gestaltet und von einem großen Teil der Kunden entsprechend ignoriert.

Das mag Banken und Sparkassen vielleicht recht sein, wenn es um Öffnung des Kontos für Drittanbieter geht. Die Information, dass es Kunden, anders als bisher, nun erlaubt wird, PIN und TAN auch auf der Seite dieser Dienstleister einzugeben, mag so mancher Anbieter vielleicht gern in der Informationsflut verstecken.

Mit Blick auf die Absenkung der Haftungsgrenze der Kunden auf maximal 50 Euro könnte das anders aussehen. Denn so mancher Kunde, der bisher vielleicht vor Online-Banking oder auch dem Online-Einsatz seiner Karte zurückschreckt oder aufgrund von Sicherheitsbedenken erst gar keine Karte nutzt, der kann durch diese Botschaft beruhigt werden, sofern sie nur deutlich genug kommuniziert wird. An dieser Stelle sollten Kreditinstitute, denen es mit dem Wunsch ernst ist, die Bargeldnutzung weiter zu reduzieren, die gebotene Chance nutzen und ihren Kunden in aller Deutlichkeit mitteilen, wie gering tatsächlich ihr eigenes Risiko im Fall eines Betrugs ist.

Dass die Branche diese Chance tatsächlich flächendeckend ergreift, ist allerdings zu bezweifeln. Kundenkommunikation in Sachen Zahlungsverkehr ist schließlich seit langem nicht gerade eine besondere Stärke der Finanzbranche. Und zu sehr hat man sich im Zuge der Informationspflichten schon an den gestalterischen Einheitsbrei gewöhnt, der das Desinteresse der Kunden garantiert. Das mag teilweise der Form des gewählten Informationsmediums geschuldet sein (beispielsweise auf dem Kontoauszug am Auszugdrucker). Doch selbst dann gibt es keine Vorschrift, die es verbietet, Kunden auf solche Änderungen, die man gezielt kommunizieren möchte, noch einmal separat oder auch mehrfach gesondert hinzuweisen. Damit ließe sich auch die Verunsicherung, die die Berichte über die Sicherheitslücken im Wlan und die entsprechenden Warnungen des BSI vor dem Online-Banking zweifellos hinterlassen haben, wieder ein Stück weit beschwichtigen.

Zweifellos birgt die Absenkung der Haftungsgrenze für den Kunden auch das Risiko, dass der eine oder andere dadurch sorgloser im Umgang mit seinen Zugangsdaten wird. Die große Mehrheit der Karteninhaber und Online-Banking-Nutzer wird das aber nicht sein – allein schon deshalb, weil die Kunden sich unnötige Scherereien ersparen wollen. Die Kommunikationschance sollten Banken und Sparkassen deshalb nicht ungenutzt lassen. **Red.**

Mobile Payment

Blue Code im Saarland

Seit Oktober können Kunden bei allen Globus-SB-Warenhäusern und Baumärkten im Saarland per Smartphone auf Basis von Blue Code bezahlen. Eingeführt wurde das Angebot gemeinsam mit der Sparkassen-Finanzgruppe Saar und BS Payone. An dem Pilotprojekt nehmen sechs SB-Warenhäuser und zwölf Bau- und Elektrofachmärkte von Globus sowie alle sechs Sparkassen im Saarland teil.

Das erste Blue-Code-Projekt der Sparkassen ist das nicht. Bereits Ende 2016 wurde Blue Code, initiiert von der Ostsächsischen Sparkasse Dresden, bei Konsum Dresden eingeführt. Die Sparkassen Köln-Bonn und Siegen, die Frankfurter und die Nassauische Sparkasse haben das Verfahren in den gastronomischen Einrichtungen des Studentenwerks Frankfurt und des Studierendenwerks Siegen eingeführt. Und auch beim Oktoberfest 2017 konnte bei etwa 40 Ausstellern und Gastronomen mit Blue Code mobil bezahlt werden. Das Projekt im Saarland ist aber vermutlich das bislang größte, zumal es – anders als in den Mensen in Frankfurt und Siegen – nicht in einer geschlossenen Umgebung zum Einsatz kommt.

Der Zeitpunkt mag merkwürdig scheinen – gerade jetzt, da die Sparkassen-Finanzgruppe ihr Mobile-Payment-Engagement für 2018 angekündigt hat. Ist das, was die Saarländer da tun, also ein Sonderweg, der die gemeinsame Linie ad absurdum führt und mit der die Sparkassen ihre eigenen Bemühungen selbst kannibalisieren?

Eher nicht, und zwar aus verschiedenen Gründen. Zum einen – und das hat auch der DSGV bereits im vergangenen Jahr so kommuniziert – ist Blue Code eine gute Möglichkeit, schon jetzt ein Mobile-Payment-Angebot bereitzustellen, noch ehe das mobile Bezahlen per Girocard aus den Startlöchern gekommen ist. In diesem Sinne ist Blue Code als Übergangslösung zu verstehen.

Für eine bloße Übergangslösung freilich würde sich ein Projekt wie das mit Globus im Saarland aber selbstredend nicht lohnen – schon gar nicht zum jetzigen Zeitpunkt. Allein daran ist schon ersichtlich, dass Blue Code mehr ist als nur ein solcher Zwischenschritt.

Zwar ist es mehr als wahrscheinlich, dass ein sehr großer Anteil der Kunden künftig

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

auch für das mobile Bezahlen auf die Debitkarte setzen wird, an die man sich beim bargeldlosen Bezahlen über die letzten Jahre gewöhnt hat. Für i-Phone-Nutzer kommt das aber nicht infrage, solange Apple die NFC-Schnittstelle nicht freigibt. Und danach sieht es bislang nicht aus, will das Unternehmen doch das eigene Bezahlsystem Apple Pay vorantreiben und hier bei den Banken mitkassieren.

Wird die virtuelle Girocard im Smartphone ein Erfolgsmodell, dann wird dies die Bereitschaft der Emittenten, die regulierten Erlösströme aus dem Kartengeschäft mit Apple zu teilen, eher nicht steigen lassen. i-Phone-Nutzer blieben dann aber vom mobilen Bezahlen in Deutschland abgeschnitten.

Eben hier kann Blue Code einspringen, da für dieses Verfahren die NFC-Schnittstelle nicht benötigt wird. Der Kunde muss lediglich die Blue-Code-App auf seinem Smartphone installieren und mit seinem Girokonto verbinden. Für den Bezahlvorgang erzeugt die App einen einmal gültigen Barcode, der an der Kasse abgescannt wird, worauf der Betrag in einem anonymisierten Zahlvorgang auf Basis der Token-Technologie sofort vom Girokonto abgebucht wird. Da in vielen Supermärkten aufgrund der Bauweise schwacher bis gar kein Handyempfang herrscht, funktioniert das Verfahren auch ohne Verbindung zum Mobilfunknetz. Die App hält immer eine bestimmte Anzahl an Barcodes bereit, die automatisch aufgefüllt werden, sobald das Handy wieder im Netz ist.

Weil das Verfahren vom Betriebssystem des Mobiltelefons unabhängig ist, könnte es also auch auf Dauer eine Alternative zur mobilen Girocard-Zahlung darstellen und ist insofern eher ein komplementäres als ein konkurrierendes Verfahren.

Bevor Banken und Sparkassen bundesweit auch auf Blue Code setzen, wird man vielleicht erst einmal die Einführung des mobilen Bezahlens per Girocard abwarten wollen. Das ist auch nur vernünftig, um die Kunden nicht gleich wieder mit einem Nebeneinander verschiedener Verfahren zu verwirren. Ist der erste Durchbruch des Mobile Payment aber erst einmal geschafft, könnte es durchaus sinnvoll sein, i-Phone-Nutzern mit Blue Code eine Alternative anzubieten. Dies wäre allein schon deshalb sinnvoll, weil diese Kundengruppe in Deutschland zwar deutlich kleiner ist als der Anteil jener, die ein Smartphone mit Android als Betriebssystem nutzen, aber doch eine vergleichsweise hohe Technikaffinität aufweist. Heißt: Unter den Apple-Kunden dürfte das Interesse für das mobile Bezahlen verglichen mit dem Durchschnitt eher hoch sein. Und dann ist Blue Code zwar vielleicht weniger attraktiv als Apple Pay, aber doch immerhin ein Angebot **Red.**

Fintechs

Revolut: Mastercard mit Tücken

Das Mobile-Payment-System Kesh wird Ende November eingestellt. Und N26 hat das ursprünglich rein auf den Zahlungsverkehr ausgerichtete Geschäftsmodell längst erweitert und setzt jetzt stark auf die Vermittlung von Finanzprodukten. Dennoch scheint der Zahlungsverkehr weiterhin für Fintechs interessant zu sein. Das zeigt der am 27. September erfolgte Marktstart des 2005 gegründeten Fintech-Unternehmens Revolut in Deutschland, das in Europa mittlerweile 850 000 Kunden zählt.

Das Konzept klingt ganz wie das, womit N26 ursprünglich gestartet war: Kostenloses Girokonto mit eigener IBAN, das in weniger als 3 Minuten direkt am Smartphone eröffnet und komplett per App verwaltet werden kann; mehr als 25 Währungen zum echten Wechselkurs halten und international gebührenfrei Geld senden sowie empfangen; in 120 Währungen mittels Gratis-Mastercard bezahlen und weltweit gebührenfrei an Geldautomaten Bargeld abheben. Damit will Revolut Verbrauchern eine echte kostenlose Alternative zu ihrer aktuellen Bankverbindung bieten, mit der sie sich unnötige Kosten beim weltweiten Bargeldbezug sowie Geldtransfer- und Auslandseinsatzgebühren sparen können.

Kosten gibt es gleichwohl – und die werden auch auf der deutschsprachigen Seite nicht in Euro, sondern in britischen Pfund angegeben. Neben dem Gratisangebot wird auch eine bepreiste Premiumversion für 6,99 britische Pfund im Monat angeboten, die unter anderem eine Auslandsreisekrankenversicherung beinhaltet, insgesamt aber nur für vergleichsweise wenige Kunden attraktiv sein dürfte. Hier können die herkömmlichen Kontomodelle vieler Banken und Sparkassen mühelos mithalten.

Denn auch bei der bepreisten Variante gibt es einen Maximalbetrag von 400 britischen Pfund für die Bargeldversorgung (in der Gratisversion sind es gerade einmal 200 britische Pfund). Welche Kosten anfallen, wenn diese Obergrenze überschritten wird, ist nicht ersichtlich, ebenso wenig wie die Information über den aktuellen Zinssatz bei Inanspruchnahme des Kreditrahmens. Diese Intransparenz dürfte zu Recht bald die Verbraucherschützer auf den Plan rufen.

Das gilt vermutlich auch für die Tatsache, dass die „rechtlichen Vereinbarungen" wie Allgemeine Geschäftsbedingungen oder Nutzungsbedingungen für Karteninhaber allein in englischer Sprache vorliegen. Auf Deutsch gibt es nur die Navigationsleiste.

Gut möglich, dass das Unternehmen an den genannten Stellen noch nachbessern wird und die Mängel dem Wunsch nach einem schnellen Markteintritt geschuldet ist. Der Gesamteindruck wird dadurch aber doch beeinträchtigt. Nutzerfreundlichkeit, wie sie sich das Fintech auf die Fahnen schreibt, sieht anders aus. Wer Banken vorwirft, mit „hohen und intrans-

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

parenten Gebühren" Party gefeiert zu haben, wie Country Manager Claudio Wilhelmer in der Pressemitteilung zum Marktstart zitiert wird, der sollte in Sachen Transparenz nicht mit schlechtem Beispiel vorangehen. **Red.**

Verbraucherschutz

Prepaid-Karten in Verruf

Nicht zum ersten Mal hat das Frühwarnnetzwerk des Marktwächters Finanzen vor einem Angebot gewarnt, bei dem Kunden statt eines Kredits lediglich eine kostenpflichtige Prepaid-Kreditkarte erhalten. Die jüngst Warnung bezog sich auf den Kreditvermittler Blitz.Credit. Insgesamt liegen der zuständigen Verbraucherzentrale Sachsen Fälle aus zehn Bundesländern vor, die das gleiche Vorgehen zeigen.

Der Kreditvermittler Blitz.Credit Alphabet OnlineServices LLC wirbt im Internet und auf Facebook mit einer Mastercard Gold und Sofortkredit bis zu 7 777 Euro. Bei der betrügerischen Masche erhalten Verbraucher jedoch nicht den gewünschten Kredit, sondern eine kostspielige Prepaid-Kreditkarte. Ein Starterpaket, bestehend aus Zugangsdaten für die Beantragung der Prepaid-Kreditkarte wird im Anschluss an die vermeintliche Bestellung per Nachnahme versendet. Die Ausgabegebühr kostet den Verbraucher 149,90 Euro und muss bei Lieferung beglichen werden. Wird die Annahme verweigert, folgen dennoch Zahlungsaufforderungen sowie zusätzliche Mahn- sowie Inkassokosten von bis zu 555,45 Euro.

Nach Einschätzung der Verbraucherzentrale Sachsen werden mit solchen Angeboten vor allem Verbraucher mit niedrigen Einkommen oder negativer Bonität in die Falle gelockt. Weil sie aber nur eine Prepaid-Karte erhalten, also erst einmal Guthaben einzahlen müssen, ist sie für Menschen, die eigentlich nach einem schnellen Kredit suchen, eher nutzlos.

Neu im Vergleich mit der von anderen Kreditkartenvermittlern bereits bekannten Praxis, die auf einem ähnlichen Geschäftsmodell basieren, ist aber etwas anderes. Erstmals besteht im Fall von Blitz.Credit der Verdacht, dass es um das Abfischen von Daten der Verbraucher geht.

Mehrere Verbraucher hätten nämlich gleichzeitig angegeben, keine Bestellung ausgelöst zu haben. Das deutet darauf hin, dass beim Besuch der Internetseite Daten abgefischt werden. Das Marktwächter-Team aus Leipzig warnt deshalb ausdrücklich vor Blitz.Credit und anderen Angeboten, die schufafreie Kredite in Aussicht stellen.

Das Problem: Die genannten Kunden mit geringem Einkommen und schwacher Bonität zählen häufig nicht eben zu den Verbrauchern, die in Sachen Finanzen wohl informiert sind und entsprechende Warnungen überhaupt wahrnehmen. Trotz der wiederholten Warnungen der Verbraucherschützer werden deshalb auch weiterhin Kunden entweder auf die überteuerten Angebote hereinfallen oder zumindest die Internetseiten besuchen, auf denen möglicherweise Daten abgefischt werden.

Hohe Fallzahlen könnten dann wiederum dazu führen, dass es neue regulatorische Vorgaben für den Vertrieb von Krediten und/oder Prepaidkarten gibt. Und die wiederum wirken sich üblicherweise nicht zwingend förderlich auf das Angebot am Markt aus. In Verbindung mit den Regelungen im Zuge der Geldwäscheprävention geraten Prepaidkarten durch Praktiken wie die von den Marktwächtern angeprangerten immer mehr in Verruf – wogegen seriöse Anbieter vergleichsweise wenig tun können.

Wenn Finanztest davon abrät, einfach das Kreditkartenangebot der eigenen Hausbank anzunehmen, ist das in diesem Kontext auch nicht unbedingt hilfreich. Denn die Suche nach der kostenlosen

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

Alternative kann dann gerade zu jenen Angeboten führen, vor denen die Marktwächter warnen. **Red.**

Konditionenpolitik

Vertriebsargument Charge-Karte

Es scheint schon ewig her zu sein – mancher Marktteilnehmer wird sich aber noch gut erinnern: Vor der Finanzkrise wurden deutsche Kartenemittenten von ihren angelsächsischen Kollegen gern belächelt, wenn sie mit der Profitabilität ihrer Kartenportfolios kämpften und doch Charge-Karten ausgaben, anstatt mit Kreditzinsen Geld zu verdienen.

Das hat sich mittlerweile geändert. Im Zuge der Interchange-Regulierung haben auch Emittenten in Deutschland verstärkt den Kartenkredit als willkommene Einnahmequelle entdeckt. Viele Kartenprogramme bieten inzwischen die Teilzahlungsfunktion an, manche haben sie sogar voreingestellt – sehr zum Ärger der Verbraucherschützer, die hier eine Kostenfalle für die Karteninhaber wittern.

Das gilt insbesondere für jene Programme, bei denen der Kunde gar nicht die Möglichkeit hat, eine revolvierende Kreditkarte in eine Charge-Karte umzuwandeln, und somit die Umsätze ständig im Blick haben muss, um nicht versehentlich in den Kredit zu rutschen. Denn wenn die Teilzahlungsfunktion nicht ausgeschlossen werden kann, drohen auch Karten ohne Jahresgebühr rasch teuer zu werden. Finanztest spricht hier von der „Teilzahlungsfalle" und warnt explizit vor solchen Karten, wie sie zum Beispiel die Santander Consumer Bank oder die Advanzia Bank anbieten.

In der Kritik stehen aber auch das Auslandseinsatzentgelt außerhalb der EU und die Jahresgebühren. Der Vorwurf hier: Die Extras rechtfertigen häufig nicht den hohen Preis. Auch deshalb raten die Verbraucherschützer davon ab, ungeprüft die Kreditkarte der eigenen Hausbank zu nehmen. Denn gerade hier lassen sich in Kontopauschalen die einzelnen Kostenbestandteile nur schwer auseinanderdividieren, um das Kosten-Nutzen-Verhältnis abzuwägen.

Aus Bankensicht ist es somit eine schwierige Frage, was besser ist, die Kreditkarte in die Kontopauschale zu integrieren oder sie generell als Einzelprodukt zu vermarkten. Für das Pauschalpaket spricht sicher die damit verbundene Chance, die Kreditkartenpenetration in der eigenen Kundschaft zu erhöhen. Auch in diesem Fall empfiehlt sich aber vermutlich ein Baukastenmodell, bei dem der Kunde Extras nach Bedarf buchen kann und nicht das Gefühlt bekommt, für Leistungen zu zahlen, die ihn nicht interessieren oder bei denen er das Preis-Leistungs-Verhältnis als unangemessen empfindet. Das muss nicht nur für mit der Karte verbundene Versicherungsleistungen gelten, die von Verbraucherschützern seit langem argwöhnisch betrachtet werden. Sondern es könnte auch einmal eine höhere Jahresgebühr sein, wenn dafür das Auslandseinsatzentgelt wegfällt oder umgekehrt eine geringere Jahresgebühr mit Auslandseinsatzentgelt.

Die „Teilzahlungsfalle" kann für die Hausbanken im Wettbewerb mit anderen Anbietern auch ein Vertriebsargument sein: Denn die Kreditkarte von der eigenen Bank ist so gut wie immer als Charge-Karte erhältlich und oft sogar die Standardvariante. **Red.**

Kontaktlos-Technologie

Geldautomaten hinken hinterher

Karteninhaber in Deutschland werden wohl bald flächendeckend mit kontaktlosen Karten ausgestattet sein. Es gibt auch immer mehr Terminals, an denen damit ohne Einstecken der Karte bezahlt werden kann. Die Banken selbst gehen freilich nicht mit gutem Beispiel voran, wenn es um ihre eigenen Geräte geht: Kontoauszugsdrucker, Banking-Terminals und Geldautomaten sind von kontaktloser Nutzung noch weit entfernt. Zwar gibt es in der Genossenschaftsorganisation teilweise bereits die Möglichkeit, per Smartphone Geld abzuheben. Besonders einfach und nutzerfreundlich ist das Verfahren jedoch nicht. Vermutlich deshalb hat es sich bis heute auch nicht wirklich durchgesetzt.

Dass auch die Bedienung von Geldautomaten ohne Einstecken der Karte möglich ist, macht die tschechische Airbank mit einer entsprechenden Automatenreihe von Diebold Nixdorf vor. In der Breite ist die Kontaktlostechnologie an den Bankautomaten bis heute jedoch nicht angekommen. Das hat vermutlich mehrere Gründe: Erstens, und das dürfte der Hauptgrund sein, sind Geldautomaten oder Banking-Terminals sehr viel teurer als die Kassenterminals im Handel. Entsprechend länger sind die Investitionszyklen. Sprich: Neue Technologien wie Kontaktlosfunktion oder vielleicht auch die biometrische Authentifikation kommen hier vergleichsweise spät an. Dringend ist die Nachrüstung in Sachen NFC einstweilen auch nicht. Denn noch verlangt der Kunde nicht danach. Und da das Skimming nicht mehr die Bedeutung hat, die es vor der Chipmigration hatte, brennt es auch in Sachen Sicherheit nicht. Dass ein Kontaktlosleser vielleicht weniger leicht zu manipulieren ist als ein Kartenschacht, spielt deshalb keine so große Rolle.

Unter dem Strich geht die Kreditwirtschaft deshalb in Sachen NFC an ihren eigenen Geräten nicht mit gutem Beispiel voran. Durch das Vorantreiben dieser Technologie im stationären Einzelhandel oder an Automaten setzt sie sich aber selbst unter Zugzwang. Hat sich das Auflegen statt Einstecken an der Kasse erst einmal durchgesetzt, wird der Kunde das irgendwann auch am Geldautomaten erwarten. **Red.**

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH