

Leitartikel

Deutsche Skrupel (4)

Karten-Blickpunkte

Mobile Kooperationen (6)

Die Brieftasche bleibt (7)

Sicherheit: Technische Investitionen zahlen sich aus (7)

Kriminalität: Rückgriff auf Bewährtes (8)

Chip & PIN ist nicht alles (8)

Panikmache bei der Girocard (10)

USA: Doppeltes Limit für Transaktionen ohne Unterschrift (10)

Kontaktloses Zahlen

Die Zeit ist reif für Girogo

Von Wolfgang Adamiok und Ralf-Christoph Arnoldt (11)

Girogo im Test: Gelungener Start

Von Udo-Peter Ullmann (15)

Girogo aus Sicht von Douglas: grundsätzlich effizient

Von Olaf Schrage (18)

Wettbewerb der Systeme: profitiert der Handel?

Von Oliver Behrens (21)

Mobile Technologien im Kartengeschäft: Betrugserkennung und Kundenservice

Von Martin Warwick und Jens Dauner (25)

Kontaktloses und mobiles Zahlen aus Sicht von Barclaycard

Von Arndt Franzen und Nicola Henning (26)

Firmenkarten

Keine Regulierungsdefizite – zum Grünbuch der EU

Von Patrick Diemer (30)

Produktpolitik

Prepaid-Karten in Deutschland: falsch positioniert

Von Rolf Janßen (32)

VR-Card-Sparen – Kartenzahlung mit Aufrundung fürs Sparkonto

Von Markus Daube (36)

Der neue Trend zum Mehrwert

Von Luc Holper (37)

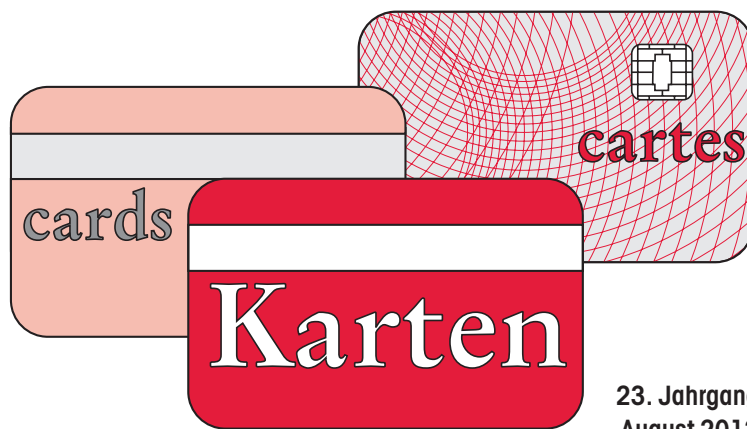
Karten-Technik

IT-Architektur im Kartenprocessing

Von Peter Hessler (39)

Notiert

Daten und Fakten zum Mobile Payment (5) – Impressum (38) – Marktnotizen (42)



23. Jahrgang
August 2012

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

SCHWERPUNKTE

Kontaktloses Zahlen: Das erste Vierteljahr nach dem Start des Girogo-Pilotprojekts ist vorbei. Für ein aussagekräftiges Fazit ist es sicher noch zu früh. Doch ziehen DSGVO und BVR sowie die Card-Process als Dienstleister eine positive Zwischenbilanz: Die Technik funktioniert und wird vom Kunden positiv aufgenommen; die Akzeptanz beim Handel steigt kontinuierlich an. Für den Handel konstatiert die Douglas-Gruppe allerdings auch einigen Verbesserungsbedarf an dem Verfahren, das als grundsätzlich effizient bewertet wird. So sei es wenig hilfreich, dass das Limit von Girogo



sich von dem für Paypass oder Paywave unterscheidet. Der Handel wartet auf die virtuelle Händlerkarte. Und das Abo-Laden dürfte nicht nur von der Sparkassenorganisation unterstützt werden. Ganz ähnlich äußert sich auch Oliver Behrens von Orlen Deutschland, der das Abo-Laden sogar als kritischen Erfolgsfaktor des Produkts ausmacht. Die bereits zweijährigen Erfahrungen der Star-Tankstellen mit Paypass sind dagegen gut.

In Großbritannien ist das kontaktlose und mobile Zahlen schon deutlich weiter verbreitet als in Deutschland. Barclaycard

gibt dort bereits seit fünf Jahren eine Kreditkarte mit integrierter Oyster-Card-Funktion für den ÖPNV heraus – Abo-Laden inklusive. In Deutschland wartet Barclaycard indessen noch ab.

Im Grünbuch der EU geht es unter anderem um **Firmenkarten**. Hier ist das Kosten-Nutzen-Verhältnis für Kartenakzeptanten aber sicher ein anderes als bei Privatkarten. Wenn aber regulierend eingegriffen wird, dann sind Vier- und Drei-Parteien-Systeme zumindest gleich zu behandeln.

Produktpolitik: Prepaid-Karten sind in Deutschland noch falsch positioniert, meint Rolf Janßen von Retailo. Um die Potenziale richtig auszuschöpfen, müssten Prepaid-Produkte als Zweitkarte etabliert werden und der Vertrieb stärker über Distributoren laufen. Im Wettbewerb im klassischen Kreditkartenmarkt könnte die individuelle Kartenkonfiguration durch unterschiedliche technische Funktionalitäten oder Zusatzleistungen zum neuen Trend werden. Die Volksbank Offenburg hat die Bankcard zugleich zum Sparinstrument gemacht. Bei Zahlungen mit der Karte können Karteninhaber nach Wunsch auf die nächsten vollen zwei, fünf oder zehn Euro aufrunden. Der Aufrundungsbetrag wird automatisch einem Sparkonto gutgeschrieben.