

Karten und Technik

Mobile Technologien im Kartengeschäft: Betrugserkennung und Kundenservice

Von Martin Warwick und Jens Dauner ■

Nach aktuellen Angaben des IT-Branchenverbands Bitkom besitzt mittlerweile jeder dritte Deutsche ein Smartphone, bei den unter 30-Jährigen ist es sogar jeder Zweite. Schätzungen des Branchenverbandes von Ende 2011 zufolge werden diese mobilen Alleskönner zunehmend auch für Onlinebanking genutzt. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt eine Sonderstudie von Fiducia IT, die im Rahmen des (N)Onliner Atlas 2011 der Initiative D21 entstanden ist. Der Studie zufolge greift bereits jeder dritte Smartphone-Besitzer auf mobile Banking-Angebote zu. Mit dem Siegeszug mobiler Technologien eröffnen sich auch für Kartenherausgeber neue Möglichkeiten der Kommunikation und Interaktion mit ihren Kunden, bei gleichzeitiger Entlastung des Call-Centers. Dazu gehört beispielsweise die Einbindung mobiler Services in die Betrugsbekämpfung.

Ein effektiver Schutz bei der Abwicklung von Transaktionen über Debit- oder Kreditkarte ist Teil des Produktversprechens, das ein kartenausgebendes Institut seinem Kunden gibt. Das bedeutet: Betrug muss möglichst effektiv abgefangen und eine ungerechtfertigte Kartensperrung in jedem Fall vermieden werden. Aus diesem Grund versuchen viele Kartenherausgeber, vor einer Sperrung ihre Kunden zu kontaktieren.

Betrugsprävention mit bi-direktionaler SMS

Auf Call-Center-Anrufe reagieren manche Kunden jedoch empfindlich. Vor allem bei Auslandsreisen können durch Fehlalarm ausgelöste Handyanrufe zu Verärgerung führen, weil sich die Kunden gestört fühlen

und zudem ein Anteil der Gesprächsgebühren auf sie entfällt. Eine Integration mobiler Services mit dem System für Betrugserkennung ermöglicht es hingegen, den Karteninhaber im Verdachtsfall über SMS zu informieren. Mit nur wenigen Klicks kann dieser die Anfrage bestätigen oder dementieren, ohne sich in ein Gespräch mit einem Call-Center-Agenten zu verwickeln. Dadurch lässt sich die Präzision der Betrugserkennung verbessern und es kann vermieden werden, dass Kunden durch eine irrtümliche Sperrung aufgrund einer Falsch-Positiv-Klassifizierung verprellt werden.

Als Mittel zur automatisierten Problemlösung im Falle eines Betrugsverdachts hat sich der Einsatz einer bi-direktionalen SMS als probat erwiesen. Diese Vorgehensweise ist mittlerweile Best Practice. Sie verbessert die Produktnutzung am Point of Sale und reduziert gleichzeitig den administrativen Aufwand und die Betrugsverluste pro Karte.

Geschwindigkeit ist ein weiterer Schlüsselfaktor, wenn es darum geht, Betrugsverluste zu vermeiden und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit im Auge zu behalten. Im Idealfall geht das Team zur Betrugsbekämpfung Betrugsangriffen auf den Grund und verbringt seine Zeit im Gespräch mit betroffenen Kunden; das effiziente Abarbeiten der Routinefälle übernimmt das automatisierte System. Für eine moderne Betrugsbekämpfung bedarf es natürlich zusätzlich eines leistungsstarken Systems, das Betrug in Echtzeit erkennt und eine niedrige Falschklassifizierungsrate aufweist. Moderne Lösungen wie Fico Falcon Fraud Manager bieten neben präziser Scoring und leistungsstarken neuronalen Netzen zur Betrugserkennung auch bereits

eine nahtlose Integration mit mobilen Services.

Um die Kunden über mobile Services zu aktivieren, müssen jedoch attraktive Rückkanäle, Feedback-Funktionen und Interaktionsmöglichkeiten angeboten werden. Die meisten Kunden sind grundsätzlich offen für die Teilnahme an Maßnahmen zur Betrugsbekämpfung, wenn diese mit wenig Aufwand verbunden sind. Dazu gehört zum Beispiel die Möglichkeit, die Bank über eine mobile Applikation zum aktuellen Aufenthaltsort oder über eine Auslandsreise zu informieren. Kreditinstitute können durch derartige Maßnahmen die Betrugsbekämpfung deutlich verbessern, denn gerade der grenzüberschreitende Kartenbetrug stellt nach wie vor ein großes Problem dar.

Mobile Apps als Self Services

Auch im Customer Management gibt es interessantes Potenzial: Zur Tätigkeit eines bestimmten Einkaufs kann ein Kunde beispielsweise über eine mobile Applikation die Erhöhung seiner Kreditlinie beantragen. Zur Verifizierung des Antrags bietet sich die Nutzung der Handy-Nummer als Soft Token an. Der Kunde muss dann nur eine entsprechende SMS der Bank bestätigen. Ferner können Kartenherausgeber SMS und mobile Services nutzen, um ihre Kunden zu informieren, wenn der Kreditrahmen erschöpft ist – und im Einzelfall eine Erhöhung der Kreditlinie anbieten. Auch die kundenseitige Konfiguration des Kartenkontos und der Kommunikation mit dem Kartenherausgeber über eine mobile Anwendung ist denkbar.

Martin Warwick ist Principal Consultant and Fraud Chief, Jens Dauner, Client-Service Partner bei FICO Deutschland, München.