

Karten-Blickpunkte

Handel

Sepa-Wünsche

Die Entscheidung des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes, sich an der Gestaltung einer europäischen Lastschrift nicht mehr aktiv zu beteiligen, ist vom Hauptverband des Deutschen Einzelhandels HDE, Berlin, im November begrüßt worden – als Distanzierung von einem System, das von den meisten Kunden nicht gewollt sei. Schließlich sei das Sepa-Verfahren komplizierter, teurer und ohne zusätzlichen Nutzen.

Die ungewohnte Einigkeit täuscht jedoch: Denn während der Handel die Entscheidung der Sparkassenorganisation als sol-

che begrüßt, scheiden sich an der Begründung schon wieder die Geister. So ist die Haltung der EU-Kommission, die nur für einen Übergangszeitraum ein Interbankenentgelt zulassen will, für den DSGV der Grund, die Mitwirkungen in den europäischen Gremien zur Planung der Sepa-Lastschrift zu reduzieren und deren Einführung in Frage zu stellen. Der HDE dagegen geht in dieser Frage mit der Kommission konform. Ein gewisses Leistungsentgelt will man der Kreditwirtschaft schon zugestehen – aber eben nicht ohne Verhandlungsmöglichkeiten.

Die Haltung des HDE scheint auf den ersten Blick recht ambivalent: Offenbar möchte man auf der preispolitischen Ebene von den Segnungen der Sepa profitie-

ren, ohne auf der produktpolitischen Seite mitzuziehen. Ein Enddatum für die alten nationalen Verfahren wird vom Handel deshalb abgelehnt. Am besten soll alles beim Alten bleiben, nur europatauglich und billiger. Auf den ersten Blick erscheint dieser Spagat schwierig. Undenkbar ist er nicht. In der Interchange-Frage bei der Kreditkartenakzeptanz ist man diesem Ziel durch regulatorische Eingriffe schließlich schon recht nahe gekommen. **Red.**

Kartengesellschaften

Die Rückkehr der Wunsch-PIN

Auch wenn die Interchange-Frage noch nicht abschließend geklärt ist, scheint doch eines gewiss: Dass Kartenemittenten künftig immer weniger auf Erträge aus der Interchange bauen dürfen. Parallel zur Klage vor dem europäischen Gerichtshof gegen die EU-Kommission in Sachen Interchange arbeitet Mastercard deshalb an Strategien, mit denen Banken ihren Kunden künftig einen Mehrwert bieten können, für den diese dann tunlichst auch ein entsprechendes Entgelt zu zahlen bereit sind.

Um hier die Erfahrungen aus den unterschiedlichsten Märkten nutzen zu können, hat die Kartenorganisation ein „Best in Class“-Programm entwickelt, um die besten europaweiten Lösungen für individuelle Variationen von Kernanforderungen zu ermitteln und diese dann in standardisierter Form auch für Emittenten in anderen Märkten nutzbar zu machen.

Dabei hat sich wieder einmal erwiesen, dass das Wort von der Servicewüste Deutschland offenbar auch im Kartengeschäft gilt: Im europäischen Vergleich bieten deutsche Karten wenig Service-

Acquiring

Kartenzahlung beim Handwerker

Technisch ist die Kartenzahlung von Handwerkerrechnungen dank mobiler Terminals kein Problem. Für die Acquirer ist diese Gruppe potenzieller Akzeptanten dennoch bislang ein schwieriges Terrain und zählt zu den Branchen, die erst noch erschlossen werden müssen. Dennoch scheint auch hier kundenseitig die Nachfrage zu wachsen.

Ein Handwerksbetrieb, der sich für die mobile Kartenzahlung entschieden hat, ist die Berliner Scharfenberg & Partner Limited, ein Unternehmen, das sich auf Wohnungsrenovierungen mit verschiedenen Gewerken aus einer Hand spezialisiert hat. Vor dem Hintergrund eines wachsenden Anteils an Aufträgen im Kleinauftragssegment von Privatkunden wolle man damit den Ansprüchen der Kunden ge-

recht werden, teilte das Unternehmen im November 2008 mit. Gezahlt werden kann per Kredit- und ec-Karte, wobei der Einsatz der Debitkarte mit einem Skonto von drei Prozent belohnt wird. Wie im Supermarkt gewohnt, erhält der Kunde dabei umgehend einen Beleg sowie die Rechnung für die Handwerksarbeit, getrennt nach Material- und Lohnkosten, um die steuerliche Absetzbarkeit der Leistungen zu gewährleisten.

Intern erhofft sich das Unternehmen, durch die Kartenzahlungen die Kosten der Buchhaltung und des Forderungsmanagements zu reduzieren. Eben dies dürfte vermutlich auch das Hauptargument der Acquirer beziehungsweise Netzbetreiber in ihrem Werben um neue Handwerkskunden sein. **Red.**

Merkmale. Im Zuge der Sepa-Umsetzung ist aber auch hier mit einem Nachholeffekt zu rechnen.

Ein Beispiel dafür ist die vom Kunden frei wählbare PIN, die beispielsweise in Belgien oder Italien an jedem Geldautomaten geändert werden kann. Ganz neu ist das Thema auch in Deutschland nicht. Vor etlichen Jahren gab es einige Vorstöße in dieser Richtung. Am Markt breit durchgesetzt hat sich diese Hoffnung vieler vergesslicher Kunden jedoch nicht. Hauptsächlich wurde der Leichtsinn des gemeinen Karteninhabers ins Feld geführt, der doch wohl dazu neigen würde, allzu simple Ziffernfolgen wie 1234 oder das Geburtsdatum zu wählen, das ein Taschendieb nach Erbeuten der Brieftasche bequem aus den Ausweispapieren ablesen könnte. Die frei wählbare PIN verschwand daraufhin wieder in der Versenkung.

Aus heutiger Sicht scheint die damalige Argumentation überholt. Zum einen hat die jahrelange Aufklärung offenbar gewirkt. Verbraucher gehen heute sorgsamer mit ihrer Karte beziehungsweise PIN um. Zum anderen sind auch die Betrugsschemata längst andere geworden:

■ In einem Umfeld, in dem der Kartenmissbrauch mit gestohlenen Karten gegenüber Kartenfälschungen und dem Abgreifen von Geheimnummern am Geldautomaten eine weitaus geringere Rolle spielt, ist die Gefahr des Ablesens der PIN aus dem Personalausweis weniger bedeutsam als noch vor einigen Jahren.

■ Und nicht zuletzt lässt sich die Wahl risikoreicher PINs schließlich auch auf technischem Wege ausschließen.

Im Ausland hat sich die Wunsch-PIN deshalb bisher nicht als Missbrauchs-Treiber erwiesen. Auch deutsche Banken sind deshalb nach Mastercard-Angaben mittlerweile für das Thema offen.

Für ein anderes Service-Merkmal aus dem Best-in-Class-Programm dürfte das in

weitaus geringerem Maße gelten: Die Kontostandsabfrage auch an den Geräten anderer als der Hausbank etwa wird bei deutschen Filialbanken wohl auf wenig Gegenliebe stoßen. Ein solcher Service würde der Trittbrettfahrer-Debatte, wie sie um die Bargeldversorgung geführt wird, wohl neuen Auftrieb verleihen. **sb**

Cash Back

Die BaFin sieht es ein

Als Rewe im Jahr 2003 den Service einführte, bei einem Einkauf ab 20 Euro mit Kartenzahlung zusätzlich einen Betrag abrechnen zu lassen, der in bar ausgezahlt wird, gab es Einwendungen seitens der BaFin. Im Kern konzentrieren sich die Bedenken der Aufsicht auf die Frage, ob es sich bei einem solchen Service nicht eigentlich um Kreditgewährung seitens des Einzelhändlers handele. Schließlich erhält der Kunde sein Bargeld sofort, der Ausgleich vom Konto erfolgt erst später.

Solche aufsichtlichen Bedenken macht Mastercard dafür verantwortlich, dass sich der Bargeldkauf an der Ladenkasse, im Fachjargon „Cash Back“ genannt, in Deutschland bisher nicht durchsetzen konnte.

Bei der Mastercard-Lösung, die in Deutschland 2009 auf Maestro-Basis eingeführt werden soll, wurde diese Problematik beseitigt: Da Maestro-Zahlungen garantiert sind, habe man die BaFin überzeugen können, dass es sich allenfalls um eine Kreditgewährung seitens der emittierenden Bank handele. Überdies soll die Obergrenze für die Auszahlung bei 100 Euro liegen.

Beim Handel ist das Interesse an der neuen Lösung nach Mastercard-Angaben groß. Schließlich ist „Cash Back“ an einen Wareneinkauf im Wert von mindestens 20 Euro gebunden. Auch locken sinkende Bargeldbestände und damit geringere Bargeldkosten.

Aus Mastercard-Sicht haben Cash-Back-Transaktionen einen besonderen Charme: Sie tragen dazu bei, den Marktanteil von Maestro auch im nationalen Zahlungsverkehr zu erhöhen. Denn Cash-Back-Transaktionen werden dann automatisch nicht über electronic cash, sondern über Maestro abgewickelt. Sollte sich der Service am Markt durchsetzen, könnte dadurch auch eine verstärkte Debitkarten-Segmentierung zulasten von Maestro gebremst werden. Denn selbst für Kunden, die ihre Karte im Ausland nie am Point of Sale einsetzen, könnte dann die Maestro-Karte statt der abgespeckten EAPS-Version lediglich mit internationaler GAA-Funktion interessant sein.

Die Ausweitung des Cash-Back-Services bei Rewe auf über 2500 Rewe-Filialen (bisher 1600 Standorte) und 2000 Penny-Märkte seit Dezember 2008 kann Mastercard aber noch nicht als Erfolg verbuchen. Dieser Service läuft laut Rewe-Angaben über electronic cash. **Red.**

Acquiring

Auf dem Weg in den Alltag

Natürlich ist es nur einer von vielen Einzelhändlern. Und dennoch ist die Meldung, dass Peek & Cloppenburg seit Mitte Dezember Kreditkarten akzeptiert, eine besondere. Schließlich hatte sich der Textilfilialist mit Sitz in Düsseldorf über lange Zeit hinweg der Kreditkartenakzeptanz weitgehend versperrt – mit Ausnahme der zwar teureren, aber dafür deutlich weniger verbreiteten American Express, deren „Membership Rewards“-Punkte zudem seit Februar 2008 in den Filialen eingelöst werden können (ebenso wie Bonusmeilen aus dem Lufthansa-Programm „Miles & More“).

Dass der B+S Card Service GmbH, Frankfurt, nun der Durchbruch bei einer der hartgesottenen Bastionen in den Reihen der Kreditkartengegner gelungen ist, kann insofern als Indiz für die Position der Kre-

ditkarte im deutschen Zahlungsverkehr gewertet werden: War die Kreditkartenakzeptanz noch bis vor wenigen Jahren ein Servicefaktor, der in so manchem Einzelhandelszweig noch als Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz gewertet wurde, scheint sich dies allmählich zu drehen. Eine Verweigerung der Akzeptanz scheint mittlerweile zunehmend als Wettbewerbsnachteil empfunden zu werden.

Dies betrifft zum einen bisherige „Kreditkartenmuffel“ in solchen Branchen, in denen die Akzeptanz schon weit vorgeschritten ist. Doch auch in den bislang noch schwierigen Einzelhandelsbereichen gibt es zunehmend Fortschritte. Nachdem der Lebensmittelhandel (mit Zugeständnissen bei der Interchange) weitgehend gewonnen werden konnte, bleiben die Bereiche Möbel und Elektronikmärkte zu überzeugen. Dass sich Pro-Markt im vergangenen Jahr endgültig für die Kartenakzeptanz entschieden hat, zeigt jedoch, dass es auch hier voran geht.

Die spektakulären Meldungen, auf die die Branche lange gewartet hat, werden damit zweifellos weniger werden, Erfolge der Acquirer werden sich künftig mehr auf die weniger schlagzeilenträchtige Verdichtung des Akzeptanznetzes zwischen den Großen einer jeden Branche konzentrieren. Eben dies aber ist ein Zeichen dafür, dass die Kreditkarte im Alltagsgeschäft angekommen ist. Und das ist nun einmal die Voraussetzung für den von den Emittenten erhofften vermehrten Karteneinsatz, der Ertragseinbrüche durch die sinkende Interchange auszugleichen helfen soll. **Red.**

Revolving Credit

Handelskooperationen: Nur ein Strohfeuer?

„Echte“ Kreditkarten mit revolvingem Kredit sind in Deutschland zwar mittlerweile angekommen. In den meisten neuen Kartenprogrammen gibt es Revolving Credit zumindest als Option. Vom großen

Durchbruch ist das Standardprodukt der angelsächsischen Märkte aber noch immer weit entfernt.

Chancen im Vertrieb sehen viele Emittenten am ehesten in der Kooperation mit dem Einzelhandel. Dort, wo beim Einkauf Finanzierungsbedarf entsteht, stoßen entsprechende Angebote, die eine vergleichsweise unbürokratische Kreditaufnahme ermöglichen (und die flexible Finanzierung anderer Käufe in der Zukunft versprechen) eher auf Nachfrage als bei dem Girokunden, der Karten lediglich als Abrundung der Palette an Zahlungsverkehrsprodukten versteht. Jüngstes Beispiel einer solchen Strategie ist die zum Konzern der Société Générale gehörende Hamburger Hanseatic Bank, die ihre „Genial Card“ mit flexiblen Rückzahlungsmöglichkeiten seit Januar nicht mehr nur selbst ihren Kunden anbietet, sondern auch um Vertriebspartner im Einzelhandel wirbt.

Für den Handel mag eine solche Kooperation durchaus verlockend sein. Schließlich ist der Vertriebsaufwand geringer als beim Ratenkredit. Schattenseite dabei ist freilich die Tatsache, dass den Händlern und ihren Bankpartnern auch so manches Finanzierungspotenzial verloren zu gehen droht: Kunden nämlich, die bereits beim letzten Kauf (von einem anderen Händler) mit einer solchen Karte versorgt wurden, werden beim nächsten Mal vermutlich keinen Kredit nachfragen – es sei denn, zu besseren Konditionen, sei es nun verbunden mit einer neuen Karte, sei es beim konventionellen Konsumentenkredit.

Der neue Trend, dem Revolving Credit über Einzelhandelskooperationen Auftrieb zu verleihen, verspricht insofern nur Erfolg auf begrenzte Sicht. In dem Maße, wie sich dieses Modell beim Handel durchsetzt und bei der Zielkundschaft eine gewisse Sättigungsgrenze erreicht ist, droht ein neuer Konditionenwettkampf. Denkbar ist aber auch eine Flut an neuen „Schläfer“-Karten. Denn da entsprechende Produkte zumeist mit Sonderkonditionen für den Erstkauf

beworben werden, könnte sich so mancher Kunde häufiger für eine neue Karte entscheiden, bei der dann keine weiteren Umsätze folgen. **Red.**

Kontaktloses Zahlen

Kreditkarte im Autoschlüssel

Beim Thema kontaktloses Zahlen scheint der Abschied von der Karte als Träger der Zahlungsfunktion greifbar. Neben der Integration ins Mobiltelefon sind vor allem Armbanduhren oder Schlüsselanhänger im Gespräch. Eine neue Anwendung kommt nun vom Chiphersteller NXP in Zusammenarbeit mit BMW. Sie haben in einem Pilotprojekt einen multifunktionalen Autoschlüssel entwickelt, der unter anderem einen Rückkanal für Daten bietet. So sollen sich Autobesitzer künftig informieren können, ob ihr Auto abgeschlossen ist, ohne zum Fahrzeug zurückkehren zu müssen.

Unter den möglichen Zusatzfunktionen wird auch das kontaktlose Zahlen über einen eingebauten Funkchip, basierend auf der NFC-Technologie (Near Field Communications) genannt. Interesse bei den Kartenorganisationen für entsprechende Vereinbarungen dürfte durchaus vorhanden sein. Und für die Autohersteller und ihre Kreditinstitute wäre die Kreditkarte im Wagenschlüssel vermutlich Kundenbindungsinstrument und Absatzargument für die Karte in einem.

Und dennoch: Auch künftig wird der Autoschlüssel allenfalls als Zweitkarte taugen. Im Parkhaus damit bezahlen zu können, hat zweifellos Charme. Und auch an anderen Stellen mag sich die Lösung als praktisch erweisen. Pendler (und andere) hingegen, die in Ballungsräumen per ÖPNV unterwegs sind oder zum Beispiel Fernreisende werden sich dabei nur ungern mit dem Wagenschlüssel belasten wollen. Hier sind dann andere Träger-Medien gefragt. **Red.**