

# Karten-Blickpunkte

## Geldautomatengebühren

### Absage für Obergrenzen

Während der Rechtsstreit in der Frage der Visa-Akzeptanz an Geldautomaten, den die Beteiligten bis zum BGH tragen wollen, munter weiter geht, ist die Hoffnung, zumindest den Streit um die Geldautomatengebühren bei Fremdverfügungen mit Bankkarte rasch beilegen zu können, erst einmal gescheitert. Das Bundeskartellamt hat dem von der Kreditwirtschaft unterbreiteten Konzept direkter Kundenentgelte mit einem Höchstbetrag von fünf Euro eine Absage erteilt.

Dabei werden die Kundenentgelte durchaus als wettbewerblicher Fortschritt bestätigt. Anstoß nimmt die Behörde dagegen an dem vereinbarten Höchstbetrag von fünf Euro, der als viel zu hoch bewertet wird. Doch selbst unabhängig von der Höhe werden solche Obergrenzen grundsätzlich für nicht sachdienlich gehalten, weil sie wie de-facto-Festbeträge wirken, die kaum ein Anbieter unterschreiten dürfte – ein Trend, der umso deutlicher ausfallen dürfte, je niedriger die Grenze gesetzt wird.

Auch die im März von den privaten Banken in die Debatte geworfenen und vom DSGVO abgelehnten zwei Euro sind damit wohl vom Tisch. Letztlich läuft es also vermutlich auf Kundenentgelte hinaus, deren Höhe sich im Wettbewerb herausbildet – ohne feste Obergrenze. Ob das den Streit tatsächlich beenden würde, ist aber fraglich. Das Modell ist zwar zweifellos transparent. Gleichwohl könnte der eine oder andere Geldautomatenbetreiber vor allem in infrastrukturell schwachen Gebieten nach wie vor versucht sein, Wettbewerbern durch unattraktiv hohe Gebühren das Leben schwer zu machen. Dem setzt natürlich das Wucher-Verbot Gren-

zen. Dennoch könnten neue Auseinandersetzungen – siehe Visa-Streit – die Folge sein.

Unterdessen scheint es Bewegung an anderer Stelle zu geben. Das von Shell zunächst mit der Postbank eingeführte Konzept der Bargeldversorgung an der Tankstelle mit „bedienten Geldautomaten“ stößt dem Vernehmen nach in der Mineralölindustrie generell auf großes Interesse. Fast alle Gesellschaften sollen sich mit dem Gedanken tragen, Ähnliches umzusetzen, wobei der Sicherheitsaspekt der treibende Faktor ist (bei Shell sollen bereits 17 Tankstellenüberfälle vereitelt worden sein, weil das Bargeld eben nicht mehr offen in der Kasse liegt). Weil das Modell für die Tankstellen aber erst durch die Kombination mit anderen Bankdienstleistungen lohnend wird, könnten diese über kurz oder lang zu Mini-Filialen zum Beispiel mit Multifunktionsterminals ausgebaut werden. Und das dürften die beiden Verbände dann wirklich spüren. **Red.**

## Acquiring

### Neue Argumentation bei den Discountern

Den Gesundheitssektor hat die Concardis GmbH, Frankfurt am Main, als potenzialversprechende Branche für die Kreditkartenakzeptanz abgeschrieben. Vor drei Jahren hatte Geschäftsführer Rainer Sureth hier noch Chancen gesehen (vergleiche cards Karten cartes 3/2007, Seite 6) – wenn auch eher in Kooperation mit den Verbänden als im direkten Vertrieb. Inzwischen bezeichnet er die Branche als wenig attraktiv und nicht im Fokus stehend.

Was die fünf Lebensmittel-Discounter Aldi Nord und Süd, Lidl, Netto und Penny angeht, bleibt Sureth jedoch Optimist. Im Jahr 2007 hatte er seine Wette verloren, bis Mitte 2008 werde es dort einen Durchbruch in Sachen Kreditkartenakzeptanz geben. Dennoch wagt er in diesem Jahr eine neue Prognose: Noch vor Ende 2010

werde der Markt einen ersten Discounter mit Kreditkartenakzeptanz sehen.

Die Rahmenbedingungen sind freilich unverändert: Mit der flächendeckenden Umsetzung von electronic cash kann das Problem der Bezahlung teurer Non-Food-Artikel als erledigt gelten. Drängend ist das

Thema für die Discounter insofern nicht – zumal der Non-Food-Bereich ohnehin eher rückläufig ist. Die Erwartungen, dass nun doch Bewegung in die Szene kommt, gründen sich freilich auf anderes.

■ Eine Bewegung bei den Sätzen für den Lebensmittelhandel werde nicht erwartet.

Die Branche habe sich inzwischen mit dem aktuellen Interchange-Niveau „abgefunden“.

■ Stärker noch zählt nach Sureths Einschätzung die statistisch gestützte Erkenntnis, dass der zu erwartende Umsatzanteil der Kreditkarte nicht höher als rund ein Prozent liegen dürfte und der Durchschlag der Interchange auf die Ertragskraft deshalb nur mäßig ausfällt. Dies trägt dazu bei, Widerstände abzubauen – vielleicht auch bald bei den Discountern.

Bei der Unternehmensgruppe Tengelmann, die Concardis im letzten Jahr für die Kreditkartenakzeptanz gewinnen konnte, scheint diese Argumentation gezogen zu haben. Mit Tengelmann wurde die letzte große Lücke im Lebensmittelhandel jenseits des Discounts geschlossen. **sb**

### - Debitkarte

## Standards für ELV

Das konnten die ELV-Verfechter gerade brauchen: Während man sich gerade bemüht, das Lastschriftverfahren in die neue Sepa-Welt hinüberzuretten, kommen neue Schwierigkeiten von unerwarteter Seite. Erstmals haben Daten- beziehungsweise Verbraucherschützer Anstoß an den Einwilligungserklärungen genommen, die der Kunde an der Kasse in aller Regel ungelesen unterschreibt (vergleiche Service cards Karten cartes im Juni 2010). Es geht um Reichweite und Form der vorformulierten Belegtexte – nicht aber um die Abschaffung des Lastschriftverfahrens, wiewohl die Verbraucherschützer die Datenweitergabe weniger kritisch sehen als etwa das Landeszentrum für Datenschutz in Kiel.

Die Behebung hier möglicherweise bestehender Mängel ist aber vergleichsweise einfach. Und so haben sich die Mitglieder des ELV-Forums mit Vertretern der Datenschutzbehörden einzelner Länder und des Verbraucherzentrale Bundesverbands darauf geeinigt, die im Markt üblichen Ver-

fahren von „Standardszenarien“ zu beschreiben, die dann unter Einbindung von Verbraucher- und Datenschützern bewertet werden sollen. Als Ergebnis sollen bis Mitte August letztlich rechtlich unbedenkliche und transparente Standardprozesse formuliert werden, die dann zeitnah von allen Marktteilnehmern umgesetzt werden können. Ein „wildes“ Verfahren im Sinne von „bei der Kreditwirtschaft nicht gern gesehen“ bleibt ELV dann immer noch. Aber die „Wildnis“ bekommt doch eine geordnete Form. Auch diese kann dem Versuch, das Lastschriftverfahren nicht nur Sepa-fähig zu machen, sondern vielleicht sogar ins europäische Ausland zu exportieren, zumindest nicht schaden. **Red.**

## Produktpolitik

### Kampfansage von den Sparkassen?

Fast die Hälfte aller Bankkundenkarten in Deutschland, nämlich 45,2 Prozent zum Jahresende 2009, wurden von Sparkassen ausgegeben. So weist es die Statistik der Deutschen Bundesbank aus. Dass die Sparkassenorganisation in Sachen Karten immer häufiger Alleingänge zu wagen scheint, ist vor diesem Hintergrund nur zu verständlich.

Hier nutzen sie ihre gebündelte Marktmacht, wie es große Kreditinstitute im europäischen Ausland ganz selbstverständlich tun. Das umfasst Aspekte der Preispolitik ebenso wie die Produktgestaltung. Beim Girocard-Verfahren kommen Sparkassen- und Genossenschaftsorganisation der Mineralölindustrie mit einer Freigabe der bisher betragsmäßig beschränkten Sonderkonditionen entgegen. Auch das derzeit diskutierte „ec-cash 2.0“ mit neuer Flexibilität bei Leistungsbestandteilen und Preisgestaltung ist ein Vorstoß des DSGVO.

Und während die Branche angesichts der Forderung des Bundeskriminalamts, den Magnetstreifen lieber heute als morgen

von der Karte zu nehmen, bedenklich die Köpfe wiegt und auf diverse Hinderungsgründe für solche tabula rasa verweist, heißt es am 30. Juni vom DSGVO: „Wir ... haben uns entschieden, die Sparkassen-Card möglichst bald ohne Magnetstreifen auszustatten.“

Diese markige Aussage wird freilich durch den genannten Zeitrahmen relativiert. „Zwischen 2012 und 2017“ soll mit der Ausgabe von reinen Chipkarten begonnen werden. Das gibt Raum, um wenigstens einige der bisher ungelösten Fragen (Fallback-Lösung, Auslandseinsatz) anzugehen. Trotzdem scheint der Zeitplan ehrgeizig.

Wie eine Kampfansage an all diejenigen, die nach wie vor oder neuerdings wieder verstärkt auf ELV setzen, wirkt es allemal: Wenn wir Euch schon mit den Konditionen entgegenkommen, so die implizite Botschaft etwa an BP, dann nutzt dieses Angebot bitte auch. Und wo ec-cash 2.0 den Akzeptanten mehr Wahlfreiheit verspricht, ist die Ankündigung, mit dem Magnetstreifen die technische Basis für das Lastschriftverfahren abzuschaffen, ein sanfter Druck, sich mit dem neuen Modell zu befassen beziehungsweise anzufreunden. Dass so mancher im Einzelhandel von der Aufspaltung des bisherigen Gesamtpreises in einzelne Komponenten unter dem Strich eher eine Verteuerung denn Preisnachlässe befürchtet, ist insofern nachvollziehbar.

Flagge zeigt die Sparkassenorganisation mit der neuen Produktgestaltung auch gegenüber Mastercard. Denn während die Kartenorganisation bei den Emittenten für das kontaktlose Zahlverfahren Paypass wirbt, um mit einer größeren Zahl von Karten am Markt auch bei den Akzeptanten das Henne-Ei-Problem lösen zu können, wollen die Sparkassen Vorreiter beim kontaktlosen Bezahlen werden – mit der Geldkarte beziehungsweise in absehbarer Zeit via Girocard. Ausschlaggebend für diese technische Grundlage sei schlicht die höhere Verbreitung. Ab dem

zweiten Halbjahr 2011 wollen die Sparkassen schrittweise ihre rund 45 Millionen Sparkassen-Cards mit der kontaktlosen Bezahltechnologie ausstatten. **sb**

## Kartensicherheit

### Dynamisches Passwort im Test

Kaum beginnt sich 3D-Secure beziehungsweise Verified by Visa im Markt durchzusetzen, schon geht das nächste Verfahren in die Erprobung: Ab Oktober 2010 startet die Deutsche Kreditbank gemeinsam mit Visa ein Pilotprojekt mit dem neuen Sicherheitsverfahren „Code Sure“. Zunächst 1 000 Kunden werden hierfür mit einer neuen Karte ausgestattet, die auf der Rückseite eine achtstellige alphanumerische Anzeige und ein Tastenfeld trägt. Hier muss der Karteninhaber vor der Transaktion zunächst seine PIN eingeben. Erst dann generiert die Karte einen einmaligen Code als Passwort für „Card-not-present“-Transaktionen.

Phishing wird dadurch trotz der immer ausgefeilteren Methoden ausgeschlossen. Denn da die PIN nur auf der Karte selbst eingegeben wird, kann sie im Internet auch nicht von Hackern abgegriffen werden. Einziger Nachteil aus Kundensicht: Es gibt eine weitere PIN zu merken, während es beim bisherigen Sicherheitsstandard nur ein selbst zu wählendes und damit meist leichter zu merkendes Passwort ist.

Aus Sicht der Emittenten hat das Verfahren noch einen anderen Schönheitsfehler: Anders als 3D-Secure setzt es die Ausgabe spezieller Karten voraus. Bis zu einer flächendeckenden Verbreitung wird es somit wohl noch eine Weile dauern. Eine gute Möglichkeit zur Produktdifferenzierung für internetaffine Kunden ist das Verfahren aber vielleicht dennoch. Marktstudien zufolge besteht für neue Sicherheitsmerkmale ja sogar eine gewisse Zahlungsbereitschaft der Kunden. **Red.**