

## Kontaktloses Zahlen

### Mastercard zeigt Flagge

Gewiss wäre es zu viel gesagt, dass die Initiative der deutschen Kreditwirtschaft beim kontaktlosen Zahlen Mastercard aufgeschreckt habe. Und doch ist es kein Zufall, dass die Kartenorganisation am selben Tag, als DSGVO, BVR und Bankenverband „Girogo“ der Öffentlichkeit vorstellten, ebenfalls mit Informationen zum Thema an die Öffentlichkeit trat, „um Unklarheiten zu vermeiden“, wie es im Anschreiben an die Presse hieß.

Hier wird zum einen auf die bereits etablierte Akzeptanzinfrastruktur verwiesen: bundesweit bei den Unternehmen der Douglas Holding (also Douglas, Chirst, Appelrath-Cüpper, Hussel und Thalia), den Vapiano-Restaurants, BP/Aral- oder Star-Tankstellen; regional bei Famila und Edeka, Kaisers Tengelmann, dm, KFC, Real, Relay und Agip. Hier mag Mastercard noch einen Vorsprung haben. Wie

die Meldungen (zum Beispiel zu Douglas) zeigen, wird sich die Akzeptanz der unterschiedlichen Verfahren aber wohl schnell angleichen.

Daneben wird die weltweite Einsetzbarkeit des Verfahrens (an bisher 340 000 Akzeptanzterminals) hervorgehoben und das Auskommen ohne vorheriges Aufladen, was als Sicherheitsmerkmal bei Verlust oder Diebstahl der Karte genannt wird. Beides sind grundsätzliche Unterschiede zu Girogo, und insofern war der Zeitpunkt dieser Klarstellung sicher nicht ungeschickt gewählt. Dass man die Notwendigkeit gesehen hat darauf hinzuweisen, zeigt aber nicht nur den (berechtigten) Zweifel an den Kenntnissen vieler Pressevertreter zum Thema. Es spiegelt auch wider, dass der Wettbewerb beim kontaktlosen Zahlen nun wirklich in Gang kommt. **Red.**