

# Karten-Blickpunkte

## Regulierung

### Hände weg!

Eines kann man den handelnden Personen in der Europäischen Kommission bei der Aufarbeitung der Europäischen Banken- und Schuldenkrise derzeit wahrlich nicht vorwerfen: Allzu große Zögerlichkeit, irgendwelche Hemmungen vor Althergebrachtem, besondere Sentimentalität im Umgang mit nationalem Stolzempfinden oder gar ein Mangel an Ideen, wie das Bankgeschäft ihrer Meinung nach sicherer gemacht werden kann. AIFM, MiFiD, CRD IV, EBA, Bankenunion, Aufsicht bei der EZB, europäische Einlagensicherung – all das sind nur einige wesentliche der vielen Stellschrauben, an denen derzeit gedreht wird.

Dass dabei mitunter (als Drohgebärde vielleicht sogar bewusst) über das Ziel hinausgeschossen wird, ist ebenso klar und verständlich wie die Tatsache, dass die Kommissare die Dinge in der Öffentlichkeit zwar ausgesprochen hart und unnachgiebig vertreten, auf den darunter befindlichen Arbeitsebenen dagegen ein größerer Pragmatismus vorherrscht. Dennoch sorgt das Vorgehen immer wieder für helle Empörung bei den betroffenen Bankgruppen.

Auch in Sachen Grünbuch, der neuen Marschroute der EU-Kommission in Sachen Kartengestütztem Zahlungsverkehr liegen gut Gemeintes und gut Gemachtes aus Sicht der Branche noch weit auseinander. Als wesentliche Anliegen der Generaldirektion Wettbewerb an den Zahlungsverkehr der Zukunft sind gleiche Wettbewerbsbedingungen, die Beseitigung von Markteintrittsbeschränkungen, Wahlmöglichkeiten für Konsumenten und Händler durch unterschiedliche Payment Schemes sowie die Transparenz der anfallenden Preise und Gebühren zu nennen,

wie Rita Wezenbeek, Abteilungsleiterin der GD Wettbewerb auf dem Bankkartenforum der Zeitschrift „cards Karten cartes“ kürzlich erklärte. Beim Kampf gegen die Interchange hat die Kommission schon viel erreicht: Sowohl für Mastercard als auch für Visa wurden diese Gebühren von Gerichten für unzulässig erklärt. Dass nun alles auf höhere Kosten für den Verbraucher als schwächstes Glied der Kette hinausläuft scheint die Verantwortlichen in Brüssel nicht zu stören. Solange die Preise transparent sind.

Wenig Erfolg gibt es dagegen beim Aufbau von europäischen Zahlungsverkehrsnetzen als Alternative zu Mastercard und Visa zu vermelden. Weder das von der Deutschen Bank favorisierte Monnet noch das von den beiden Verbundgruppen vorangetriebene EAPS kamen nennenswert über den Verhandlungsstatus hinaus. Ob es nun Girocard richten kann?

All das ist allerdings zwar lästig, aber noch nicht kriegs- spricht wettbewerbsentscheidend für die deutschen Banken und Sparkassen. Größte Vorsicht ist dagegen beim Thema Markteintritt geboten. Zahlreiche Onlinehandelsunternehmen und Telefondienstleister nehmen die wachsende Bedeutung von E-Payments zum Anlass, einmal mehr zu versuchen, bankähnliche Zahlungsdienstleistungen anzubieten und sich so ein Stück aus dem Erlöskuchen herauszuschneiden. Allerdings fehlt all den neuen Konkurrenten ein entscheidender Faktor: das Konto beziehungsweise die Informationen, ob auf dem Bankkonto des Kunden auch tatsächlich die entsprechende Deckung für den Einkauf vorliegt.

Sollte die EU nun auf die Idee kommen, wie durchaus diskutiert wird, Banken zu verpflichten, anderen Unternehmen Einblick in die Kunden- und Kontendaten zu gewähren, so wäre dies eine Verletzung

der Kunde-Bank-Beziehung und auch ein nicht unerheblicher Eingriff in den Wettbewerb. Da kann man nur wieder einmal den früheren Zahlungsverkehrsspezialisten der Deutschen Bank, Burkhardt Pauluhn, zitieren, der schon in den achtziger und neunziger Jahren immer wieder betonte: Hände weg von den Kundendaten deutscher Banken und Sparkassen! **P.O.**

## Girogo

### Zweierlei Urteil

Girogo ist ein Thema, bei dem sich die Deutsche Kreditwirtschaft zwar grundsätzlich einig ist, bei dem sie aber ganz unterschiedlich agiert. Während die privaten Banken im Wesentlichen wohlwollend beobachten, sind die Sparkassen mit ganzer Kraft dabei. Die Genossenschaftsorganisation dagegen testet auch Paypass als Vergleichsobjekt.

Entsprechend dem unterschiedlichen Engagement in Sachen Girogo fallen nun auch die ersten Bewertungen aus. Der DSGVO ist mit den Zahlen, soweit sie jetzt vorliegen, nicht unzufrieden und gibt zu Bedenken, dass ein Big Bang bei der Nutzung des neuen Verfahrens kaum zu erwarten war. Ohnedies dauerte es nach dem offiziellen Start im April noch geraume Zeit, bis die Partner auf Handelsseite tatsächlich mehr als nur eine oder zwei Filialen für die Girogo-Akzeptanz ausgestattet hatten. Schlimmer noch: Einige Partner sind aufgrund von Problemen ihrer Kassensysteme (die gar nicht Girogo-spezifisch sind) immer noch nicht dabei: McDonald's mit immerhin 60 Filialen in der Pilotregion ebenso wie der Discounter Netto mit 35 Standorten.

Gemessen daran, so Oliver Hommel vom DSGVO, stimmen die ersten Daten zu Nutzungszahlen sehr zuversichtlich: Rund 15

bis 20 Prozent der ausgegebenen Karten wurden bislang kontaktlos genutzt.

In der Genossenschaftsorganisation hört sich die Interpretation der bisherigen Ergebnisse da schon ganz anders an: Die Technik läuft. Der Kundenzuspruch wird aber als mäßig bewertet – bis hin zu der Aussage, dass die Kreditwirtschaft den Kunden an dieser Stelle wohl rechts überholt – sprich, seine Bereitschaft für die neue Technik schlicht überschätzt habe.

Das ist gut möglich – und war auch bei der „klassischen“ Geldkarte so. Girogo muss dennoch nicht zum Flop werden. Aber es wird einen enormen Marketingaufwand verlangen, das Produkt zum Erfolg zu machen – zumal dann, wenn erst mit der kontaktlosen Girocard eine

Alternative zur Verfügung steht, die ohne das Aufladen auskommt. Für den Handel, insbesondere mit Umsätzen im Kleinbetragsbereich, mag Girogo auch dann noch die attraktivere, weil kostengünstigere Variante sein. Der Handel allein wird Girogo aber nicht zum Erfolg verhelfen können, wenn der Kunde nicht mitmacht. Mit Abo-Laden fühlt sich Girogo für den Kunden zwar letztlich nicht anders an als Girocard kontaktlos. Doch solange allein die Sparkassenorganisation dieses Konzept unterstützt, ist auch hier der Erfolg zweifelhaft.

Sicher ist es viel zu früh, über einen Flop von Girogo zu spekulieren. Ein bisschen aber hört sich der Optimismus der Sparkassenorganisation doch an wie das Singen im Dunklen. **Red.**

## Kontaktloses Zahlen

### Girogo bei der BaFin

Girogo hat aktuell nicht nur ein Akzeptanzproblem beim Kunden, sondern auch ein rechtliches. Mit der Novelle des Geldwäschegesetzes hat der Gesetzgeber zwar nicht die elektronische Geldbörse der deutschen Kreditwirtschaft treffen wollen. Nichtsdestoweniger ist auch sie davon betroffen: Dabei dreht es sich nicht nur um die kontoungebundenen Karten, über die im Zuge der Novellierung so viel gesprochen wurde, sondern auch um die kontogebundenen. Zwar ist der Karteninhaber, zulasten dessen Konto die Karte geladen wird, bekannt und identifiziert. Dennoch müssten beim Laden gewisse Identifizierungspflichten erfüllt werden, da die Bagatellgrenze von 100 Euro pro Monat beim Ladeguthaben nicht zwingend eingehalten wird.

Weil die Geldkarte ein risikoarmes Produkt ist, kann die BaFin eine Generalausnahme erlassen. Deren Beantragung ist aber vergleichsweise umständlich, weil sie nicht durch die Verbände, sondern stellvertretend für die Branche durch ein Kreditinstitut erfolgen muss. Das ist mittlerweile geschehen. Seit Ende September liegen zwei Ausnahmeanträge bei der Aufsicht: einer für kontogebundene und einer für kontoungebundene Karten wie beispielsweise Stadionkarten. Die Deutsche Kreditwirtschaft ist zuversichtlich, dass diese Ausnahmegenehmigung erteilt wird. Das kann aber dauern, weil die BaFin sie so begründen muss, dass die Begründung nicht ohne Weiteres von anderen Anbietern, die man nicht freistellen will, verwendet werden kann. Einstweilen bewegt sich die elektronische Geldbörse der Deutschen Kreditwirtschaft in der rechtlichen Grauzone.

Zumindest bei Aufladung gegen Bargeld – etwa im Fußballstadion – sind durchaus Änderungsforderungen seitens der BaFin denkbar: Sie müssten dann auf maximal 100 Euro pro Monat und Karte begrenzt

werden. Das ist technisch vergleichsweise leicht umsetzbar, macht das Ziel, dass die Karteninhaber die Karte im Alltag möglichst häufig einsetzen, aber nicht leichter erreichbar. **Red.**

### Revolving Credit

## Teures Direktmarketing

Bis zum Ausbruch der Finanzkrise schossen in Deutschland die Kreditkartenangebote mit Revolving-Credit-Funktion wie die Pilze aus dem Boden. Der Kartenkredit galt als das Mittel Nummer eins, um die immer spärlicher sprudelnden Interchange-Einnahmen zu kompensieren. Um viele dieser teilweise offensiv beworbenen Angebote ist es inzwischen still geworden, und zwar nicht nur, weil die Erfahrungen in anderen Märkten deutlich zeigten, dass ein großes Portfolio von Kartenkrediten durchaus auch seine Schattenseiten haben kann.

Auch die europäische Verbraucherkreditrichtlinie macht das Bewerben „echter“ Kreditkarten schwer. Mailings zum Thema sind aufgrund der neuen Vorgaben einfach zu aufwendig geworden. Reichte es früher aus, einen Flyer samt Kartenantrag und Rückumschlag zu verschicken, kommen heute noch die vierseitigen „Europäischen Standardinformationen für Verbraucherkredite“ hinzu, und als ob das alles der Informationen noch nicht genug wäre, muss auch noch ein Heftchen mit den genauen Geschäftsbedingungen zum Produkt beigelegt werden. In einem Mailing der Postbank für die „Shopping Card“ waren das immerhin 20 Seiten im C-6-Format.

Keine Frage: Das Beifügen der „Europäischen Informationen für Verbraucherkredite“ mag durchaus seine Berechtigung haben. So manchem Kunden wird vielleicht erst dadurch klar, dass das Motto „sofort kaufen, erst später bezahlen“ tatsächlich eine Kreditaufnahme und mit entsprechenden Zinszahlungen verbunden ist. Das Risiko, dass Verbraucher naiv in

die „Zinsfalle“ hineinlaufen, kann dadurch sicher sinken.

Die detaillierten Vertragsbedingungen dürften aus Kunden- wie Anbietersicht indes sen kaum mehr als Ballast sein. Viele Kunden werden sie – selbst wenn sie die Karte beantragen – ungelesen dem Altpapier zuführen. Mit dem Versand der Karte folgt all das ohnehin noch einmal.

Das Direktmarketing für revolvingende Kreditkarten wird dadurch aber so aufwendig, dass offenbar so mancher Anbieter Zweifel an der Rentabilität solcher Aktionen hegt. Denn bei den per Post versandten Mailings erhöhen die Anlagen die Druck- und Portokosten nicht unerheblich. Und beim E-Mail-Marketing dürften sie die Akzeptanz der Mailings stark gegen Null sinken lassen. **Red.**

### PIN-Sicherheit

## Aus dem Hirn „gesaugt“

Das Thema bestmögliche Sicherheitsstandards bei Finanzdienstleistungen genießt seit geraumer Zeit hohe Priorität bei Politik und Verbraucherschutz und sorgt daher immer wieder für Diskussionen. Insbesondere der Einsatz von Debit- und Kreditkarten steht dabei regelmäßig im Fokus. Während beispielsweise britische Banken ihren Kunden schon seit einiger Zeit die Selbstwahl-PIN anbieten, wollten sich deutsche Institute nur zögerlich auf die Intelligenz ihrer Kunden verlassen, geht es doch um die Auswahl einer angemessenen Geheimzahl. Das Vertrauen, dass nicht das Geburtsdatum oder ähnlich leicht lösbare Daten genutzt werden, stellt sich nur schleppend ein.

Hierbei bedurfte es zuerst der Erfahrungen aus anderen Märkten mit der Selbstwahl-PIN. Und die bestätigen, dass die Karteninhaber offenbar verantwortungsbewusster sind als angenommen. In Deutschland sind die Volks- und Raiffeisenbanken eindeutig Vorreiter. Sie bieten seit Februar

2012 die selbstständige Änderung der PIN an sämtlichen Geldautomaten an.

Die Alternative zur PIN, die Möglichkeit der Biometrie, sei es der Iris-Scan oder der Fingerabdruck, stößt bei Banken und Kunden gleichermaßen auf Skepsis. Kritiker gibt es seit jeher, doch sind Gedanken über Fingerabdruckrekonstruktionen und abgeschnittene Finger wohl eher ein Phänomen negativer Grundtendenzen. Deutsche Banken und Sparkassen scheuen die Kosten bei zweifelhafter Kundenakzeptanz, Handlungsdruck sehen sie nicht. Japanische Kreditinstitute hingegen bedienen sich schon der technischen Möglichkeiten der Biometrie. Auch in Spanien gibt es Ansätze. Dennoch scheint deutschen Verbrauchern und Banken nach wie vor die PIN die beste Authentifikationsmethode zu sein.

Doch erneut ziehen dunkle Wolken am Sicherheitshimmel auf: Brain-Computer-Interfaces heißt der neue Albtraum, zumindest wenn man Forschern der Universitäten Oxford, Berkeley und Genf Glauben schenkt. In der Medizin basieren Brain-Computer-Interfaces auf der Beobachtung, dass schon die Vorstellung eines Verhaltens messbare Veränderungen der elektrischen Hirnaktivität auslöst. Haben sie ihr Hauptgebiet ursprünglich im genannten Bereich, wurden zuletzt gänzlich neue Aufgabenbereiche der Interfaces als Möglichkeit erkannt.

Studien der Forscher an den genannten Universitäten haben ergeben, dass es mit einer nicht zu verachtenden Wahrscheinlichkeit möglich sei, einen vierstelligen PIN-Code herauszufinden, indem man Versuchspersonen Bilder von Zahlenkombinationen zeigt und die jeweilige Reaktion anhand der Hirnaktivität überprüft.

Zwar weist die neu erforschte Methode, mit Hilfe von Interfaces eine 15 bis 40 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit des Erfolges gegenüber dem wahllosen Raten von Zahlenkombinationen auf, jedoch ist die Erfolgsquote von 20 Prozent beim ersten

Versuch nicht zwingend ein Hinweis auf eine ernste Sicherheitslücke. Zwar steht die Forschung erst am Anfang, die Methoden werden sich sicher noch verbessern. Doch würde ein solcher Missbrauch nicht nur den Erwerb der auf dem Markt frei zugänglichen Elektroden erfordern. Um auf diesem Weg eine PIN auszuspähen, müsste sich ein Betrüger wohl oder übel der Freiheitsberaubung bedienen. Da scheint der Business Case für die kriminelle Szene doch eher zweifelhaft. **Lü**

Bereits im Januar dieses Jahres machte Facebook mit einem Angebot an die Hackerszene Schlagzeilen, in dem es um echte Sicherheitslücken ging. Mit einem eigens aufgelegten Visa-Prepaid-Kartenprogramm werden Hacker zur Mitarbeit bei der Suche nach Schwachstellen eingeladen. Jedes gefundene Sicherheitsleck, das dem Unternehmen gemeldet wird, anstatt

es publik zu machen, wird mit 500 US-Dollar Kartenguthaben und auf Wunsch der Veröffentlichung des Namens dessen, der es aufdeckte, belohnt. Die Länge der Liste zeigt: Die Gemeinde derer, die sich hier beteiligen, ist beträchtlich.

Nun kann man sich fragen, ob durch Aktionen dieser Art das Knacken von Sicher-

## Internet

### Hacken für die Sicherheit

Grundsätzlich sind Hacker der Albtraum nicht nur der Finanzbranche. Und so ist es nicht unüblich geworden, Hacker ohne kriminellen Hintergrund in die Verbesserung der Sicherheit von Internetangeboten einzubinden.

Einen regelrechten Hackerwettbewerb startete der Online-Bezahlanbieter Stripe im August dieses Jahres. „Capture the Flag 2.0“ funktionierte wie viele Computerspiele. Ziel war es, in einer eigens für den Wettbewerb erstellten App eine Schwachstelle auszunützen und dadurch ein Passwort zu erobern. Mit diesem wiederum ließ sich der nächste Level starten – eine weitere App, die es ebenfalls zu knacken galt. In dem auf eine Woche anberaumten Wettbewerb hatten die ersten Teilnehmer bereits nach weniger als einem Tag alle neun Levels erfolgreich durchlaufen und als Preis ein spezielles T-Shirt erhalten.

Mit dem Wettbewerb wollte das Unternehmen den Teilnehmern aus dem Entwicklerumfeld die Möglichkeit bieten, die Funktionsweise sogenannter CSRF-Angriffe in der Praxis zu erleben und auf spielerische Weise praktische Erfahrungen mit dem Ausnützen von Sicherheitsschwachstellen gewinnen. Das wiederum soll sich beim Schreiben sicherer Codes als hilfreich erweisen.

heitsbarrieren nicht noch attraktiver und damit befördert wird. Ebenso gut ist es aber möglich, dass durch die Angebote die Aktivitäten in sinnvolle Bereiche kanalisiert werden. Über eines muss man sich ohnehin klar sein: Gehackt wird immer – für die eine oder die andere Seite. Und da kann es sicher nicht schaden, wenn auch „die Guten“ einige Profis auf ihrer Seite haben. Dass Facebook ihnen die Möglichkeit gibt, sich über ihre Karte als deren Vertreter zu outen, ist insofern sicher gar nicht verkehrt.

**Red.**

### Point of Sale

## Rückschritt beim Self-Checkout

Die Ingredienzen für einen gelungenen Urlaub sind so verschiedenen wie die Menschen: Erholsame Sonnentage am Strand sind für einige unverzichtbar, andere legen Wert auf Berge oder auf Sightseeing alter Kulturstätten. Für nicht wenige Reisende wird der Urlaub aber erst so richtig perfekt, wenn sie selber – ein Domizil mit eigener Küche vorausgesetzt – landestypische Speisen einkaufen und zubereiten können. Oftmals entpuppt sich dabei bereits der Besuch des örtlichen Supermarkts zu einem Erlebnis. In exotischen Urlaubsregionen stellen die angebotenen Lebensmittel und Zutaten zuweilen eine fremde, zu erforschende kulinarische Welt dar, aber auch unsere europäischen Nachbarn halten einige leckere Überraschungen bereit.

Spätestens wenn man seine Streifzüge vorbei an den spannenden Regalen beendet hat und der Kasse zustrebt, kommt gerade in Urlaubszeiten jedoch meist die Ernüchterung in Form von Warteschlangen. Gegebenenfalls vorbelastet mit einem grundsätzlichen Interesse an innovativen Point-of-Sale-Lösungen, nimmt man in diesem Fall gerne das Angebot eines Self-Checkouts in Anspruch. Auch hier lässt sich vielleicht Ungewohntes und Neues ausprobieren.

In Deutschland zählte die Metro-Tochter Real bekanntlich zu den SB-Kassen-Pionieren. Zum Self-Checkout kommt hier – ähnlich wie bei Ikea – die sogenannte „scan „n bag“-Lösung zum Einsatz. Bei diesem System fährt der Kunde mit seinem Einkaufswagen direkt an die SB-Kassenstation, scannt einen Artikel und packt diesen danach sofort in eine Einkaufstüte. Dies dient zugleich der Diebstahlsicherung, denn unter der Tüte befindet sich eine Wiegeeinheit, die das Gewicht des eingepackten Artikels mit dem in einer Datenbank hinterlegten spezifischen Produktgewicht für diesen Artikel vergleicht. Falls die Differenz zu groß ist, sperrt die Kasse und muss manuell wieder freigegeben werden. Nach dem Scannen des letzten Artikels bestätigt der Kunde per Tastendruck das Ende des Scanvorgangs.

Wie an den herkömmlichen Kassen auch kann die Bezahlung sodann mit Bargeld, ec- oder Kreditkarte erfolgen. Die Unterschrift bei Kartenzahlung erfolgt ebenfalls elektronisch auf einem eigens dafür vorgesehenen Pad.

Die belgische Supermarktkette Delhaize – nach eigenen Angaben erster Lebensmittelhändler in Europa mit Self-Scanning-Einrichtungen in seinen Läden – verwendet hingegen ein anderes System in seinen größeren Geschäften. Den deutschen Scanvorgang mit Waage gewohnt, sucht man hier ausreichend Abstellplatz für alle gekauften Produkte vergeblich. Nachdem sich die Einkäufe auf dem schmalen Stück links vom Scanner bereits drängten, stürzte eine Milchpackung zu Boden und eine freundliche Angestellte sofort herbei, um erste Hilfe zu leisten. Angesprochen auf die fehlende Waage, konnte sie lediglich mitteilen, dass man ein solches fortschrittliches System leider nicht habe.

Nachdem das letzte Produkt gescannt und der Bezahlprozess mit Kreditkarte eingeleitet wurde, fing das System auf einmal an, vernehmbar Alarm zu schlagen. Ein Blick auf die (nicht vorhandene) Waage

zeigte keine Auffälligkeiten, die Suche nach einer Möglichkeit, die Kreditkartenzahlung mit einer Unterschrift abzuschließen, blieb allerdings erfolglos. Wiederum eilte die freundliche Angestellte herbei und beschied, dass man eben noch nicht so fortschrittlich sei. Man müsse den Kassenschein mit einem Kugelschreiber signieren, und dazu zückte sie einen Kugelschreiber sowie einen Schlüssel, mit dem sie dem System einen Kassenschein zum Unterschreiben entlockte. Angesichts dieser technisch bedingten bedienten Selbstbedienung darf man sich beim Verlassen des Supermarktes durchaus nach dem Sinn und Zweck des dortigen Self-Checkouts fragen.

**KD**

### Debitkarte

## Girocard statt EAPS

Um EAPS ist es still geworden. Zwar gibt es noch funktionierende Verbindungen – etwa die mit dem britischen Geldautomatennetzwerk Link oder auch mit Eufiserv. Nachdem jedoch offenkundig geworden ist, dass auch nationale Debitsysteme im Sepa-Umfeld überleben können, hat der Nachdruck, mit dem 2006 die Initiative begonnen wurde, deutlich nachgelassen. Die Notwendigkeit zur Zusammenarbeit schien schlicht nicht mehr so groß.

Auch dass die Deutsche Kreditwirtschaft in der Frage eines europäischen Debitsystems zweigleisig gefahren ist – einerseits EAPS, andererseits Monnet –, hat EAPS nicht unbedingt gut getan. Deutschland ist damit der Führungsrolle, die von der deutschen Kreditwirtschaft auch im Zahlungsverkehr erwartet wird, nicht gerecht geworden, heißt es dazu von Marktteilnehmern.

Nun soll es die Girocard richten. Dass die Debitkarte der deutschen Kreditwirtschaft nun zur neuen europäischen Debitkarte aufsteigen wird – so hoch sind die Erwartungen nicht. Eine direkte Girocard-Akzeptanz ohne den Umweg über EAPS zumindest in den wesentlichen Urlaubsregionen

deutscher Karteninhaber wird indessen durchaus angestrebt.

Die Rahmenbedingungen dafür wurden mittlerweile geschaffen. Mit den neuen Girocard-Händlerbedingungen gelten ab Jahresbeginn auch Händlerentgelte für grenzüberschreitende Zahlungen, die im Wettbewerb mit den regulierten Cross-Border-Maestro-Interchanges mithalten können. Und wenn die Girocard-Akzeptanz für Händler im europäischen Ausland nicht teurer ist als Maestro, sind die Ausgangsbedingungen vermutlich nicht schlecht.

Chancen verspricht sich die deutsche Kreditwirtschaft nicht zuletzt in den Niederlanden: Bei einer nationalen Maestro-Interchange von 0,034 Euro pro Transaktion ist das Maestro-Acquiring mittlerweile so unattraktiv geworden, dass Händler teilweise bereits Schwierigkeiten haben sollen, einen Maestro-Akzeptanzvertrag zu erhalten. Namentlich im Grenzgebiet zu Deutschland sei das Interesse der Händler an einer Girocard-Akzeptanz deshalb hoch. **Red.**

## Debitkarte

### Gerade noch rechtzeitig

In gewisser Weise trägt die Kreditwirtschaft beim kartengestützten Zahlungsverkehr Mitverantwortung auch für solche Systeme, die sie eigentlich gar nicht selbst verantwortet – sprich ELV. So formulierte es Dr. Andreas Martin in seiner Funktion als derzeitiger Federführer für Die Deutsche Kreditwirtschaft auf dem Bankkartenforum 2012. Es muss also nicht verwundern, dass drohende Akzeptanzprobleme mit neuen Sparkassen-Cards die Sparkassenorganisation aufgeschreckt haben, wenngleich diese nur das „wilde“ Verfahren betreffen würden.

Von den drei kreditwirtschaftlichen Säulen im Land hat allein die Sparkassenorganisation bereits damit begonnen, neue De-

bitkarten auszugeben, die ohne das MM-Merkmal auf dem Magnetstreifen auskommen. Sieben Millionen Karten sollen es bis zum Jahresende sein. Obwohl aber seit langem bekannt war, dass das MM-Merkmal, mit dem deutsche Kreditinstitute am Geldautomaten die Kartenechtheit von Magnetstreifenkarten prüfen, im Zuge der Umstellung auf den Chip obsolet werden und damit irgendwann entfallen würde, prüfen Terminals zweier Hersteller (Verifone und CCV) diese Merkmal beim elektronischen Lastschriftverfahren noch ab. Karten des neuen Typs könnten deshalb beim Offline-ELV zurückgewiesen werden.

Ohne Frage: Das Versäumnis liegt in diesem Fall bei den Terminalanbietern. Das aber wäre dem Kunden selbstredend nicht bewusst. Und so würde das Problem (wie schon bereits bei der Chip-Panne Anfang 2010) in den Schlagzeilen auf die Sparkassen zurückfallen. Kein Wunder also, dass der DSGVO der Versuchung widerstanden hat, die drohende Fehlfunktion bei ELV zum Trommeln für die Girocard zu nutzen, sondern stattdessen gemeinsam mit Terminalherstellern und Handel versucht hat, die Situation zu vermeiden, in der massenhaft Kunden mit vollen Warenkörben an der Kasse stehen und die Kartenzahlung nicht funktioniert.

Denn immerhin hatte man Glück im Unglück. Anders als bei der Chip-Panne zu Jahresbeginn 2010 wurde das Problem diesmal frühzeitig bekannt – bevor nämlich die ersten neuen Sparkassen-Cards an die Kunden ausgeliefert waren. Und so haben alle Seiten kooperiert. Die Sparkassen raten den Kunden mit einem Aufkleber auf den Karten dazu, die neue Karte nicht vor Dezember dieses Jahres einzusetzen, und suchen damit der Technikseite die nötige Zeit zu verschaffen. Die Terminalhersteller haben relativ schnell ein Software-Update für die Terminals zu entwickelt. Die Hauptlast tragen aber wieder einmal die Netzbetreiber, die die betroffenen Terminals identifizieren und – soweit möglich – damit ausstatten müssen. **sb**

## Produktpolitik

### Kreditkarte mit Ausweisfunktion

Das mobile Zahlen wird vor allem mit einem Argument beworben: Das Handy habe der Verbraucher ohnehin stets bei sich; würde die Zahlfunktion darin integriert, würde die Brieftasche als zusätzlicher Ballast überflüssig. Diese Argumentation hat freilich mehrere Haken: Sie greift nur dann, wenn das mobile Zahlen flächendeckend Standard wird. Und es müssten auch sämtliche Ausweisdokumente in das Smartphone wandern, um die Brieftasche überflüssig zu machen.



#### Die Student-Card im Entwurf

Dass dies noch auf absehbare Zeit Zukunftsmusik sein wird, bedarf vermutlich keiner Diskussion. Die schleppende Umsetzung von E-Government und das zähe Ringen um die elektronische Gesundheitskarte sind schließlich bekannt. Der Schritt zu digitalen Dokumenten im mobilen Endgerät wäre da vermutlich zu groß. Man denke nur an die zu erwartende Datenschutz-Diskussion.

Und doch gibt es durchaus Möglichkeiten, durch Kooperationen die Kartenflut im Portemonnaie zu reduzieren. Das macht die Deutsche Kreditbank AG, Berlin, mit ihrer „DKB-Student Card“ vor, die ab Januar 2013 auf den Markt kommen soll. Hier wird in Zusammenarbeit mit der Reisedienst Deutscher Studentenschaften GmbH eine Visa-Karte mit dem international anerkannten Studentenausweis „International Student Identity Card“ kombiniert, die der Zielgruppe Vergünstigungen in über 120 Ländern gewährt. **Red.**