

## Handel

Kreditkarten beim Discounter:  
wieder nichts

Es wäre die Meldung gewesen, auf die die Branche lange gewartet hat: „Netto nimmt Kreditkarte“ titelte die Lebensmittelzeitung am 21. September dieses Jahres. Endlich schien der Durchbruch für Kreditkarten bei den Discountern geschafft, der Branche also, die sich den Kreditkarten am hartnäckigsten verweigert. Natürlich gibt es da und dort den einen oder anderen Test – oder auch den Dauerbetrieb in grenznahen Filialen, in denen man die Kunden aus dem benachbarten Ausland nicht verprellen will, die ganz selbstverständlich die Kreditkarte zücken. Aber bei der flächendeckenden Kreditkartenakzeptanz herrscht bei allen großen Discountern hierzulande Fehlanzeige.

Dafür gibt es sicher gute Gründe: Zum einen schrecken die Disagien ab. Zum anderen hat das hochpreisige Non-Food-Geschäft – ursprünglich das Hauptargument für die Kreditkartenzahlung – abgenommen und ist mit der Girocard-Akzeptanz der kundenseitige Druck entfallen. Nicht zuletzt stört die Notwendigkeit der Unterschrift bei Kreditkartenzahlungen (bisher noch) den Kassenaufschlag und kostet Zeit. Hier hoffen die Acquirer deshalb auf Chip & PIN, um die Zettelwirtschaft als K.O.-Argument entfallen zu lassen. Auch die Kontaktlos-Technologie könnte die Kreditkarte für die Discounter interessanter machen. Und nicht zuletzt mögen die gestiegenen Bargeldkosten das Pendel lang-

sam in Richtung Kreditkarte schwingen lassen.

Doch noch ist es offenbar nicht so weit, der ersehnte Durchbruch ist nicht erreicht: „Das Gerücht, dass Netto Marken-Discount eine flächendeckende Akzeptanz von Kreditkarten in seinem bundesweiten Filialnetz prüft beziehungsweise einführt ist nicht korrekt“, teilt Netto lapidar mit. Und auch bei Concardis, in dem Bericht als zuständiger Acquirer genannt, weiß man von dem Projekt nichts. Es gebe weder einen Akzeptanzvertrag noch eine Vereinbarung über einen Pilotfest, bedauert Geschäftsführer Manfred Krüger. Wäre es so, dann hätte man sicher die Erfolgsmeldung gleich verbreitet.

Immerhin: Ganz hoffnungslos ist die Lage nicht. Schließlich hat die Norma Lebensmittelfilialbetrieb GmbH & Co. KG, Nürnberg, erst im Sommer dieses Jahres mit der Kiscard Black eine Visa-Prepaid-Karte ins Produktsortiment aufgenommen – wenn auch nur in Bayern. Bereits 2006 hatte Norma ein Doppel aus ec- und Visa Karte von Barclaycard vertrieben. Vielleicht geht der Weg zur Kreditkartenakzeptanz also über solche Vertriebskooperationen. Denn dem Kunden wäre es wahrscheinlich schwer vermittelbar, wenn ein Händler Karten, die er selbst vertreibt, nicht auch an den eigenen Kassen akzeptiert.

Red.