

Karten-Blickpunkte

Sicherheit

Abschied vom PIN-Mailer?

Im Zeitalter von Online- und Mobile-Banking und des mobilen Zahlens, das bald ganz ohne physisches Stück Plastik auskommen soll, erscheint die postalische Zustellung der PIN als Relikt aus vergangenen Tagen. In verschiedenen Blogs aus der Kartenszene wird deshalb immer häufiger die Meinung geäußert, die Übermittlung der PIN müsse dringend ins digitale Zeitalter transportiert werden, die klassischen PIN-Mailer gehörten abgeschafft.

Und doch ist Vorsicht angesagt: So altmodisch der PIN-Brief auch scheinen mag – er hat unbestreitbare Vorteile. So kann der Karteninhaber relativ leicht erkennen, ob eine Manipulation vorliegt, die PIN also schon vor der Zustellung ausgespäht wurde. Bei Lösungen zur Übermittlung auf elektronischen Kanälen ist eine Korruption für den Laien vermutlich sehr viel schwieriger, wenn überhaupt zu erkennen. Und gerade wenn der Zahlungsverkehr immer häufiger nicht am Point of Sale über das physische Stück Plastik als Träger des Chips läuft, mag es vorteilhaft sein, bei der PIN-Zustellung einen separaten Kanal zu

nutzen. Selbst bei technikaffinen Kunden ist das Vertrauen in die „altmodische“ Zustellmethode deshalb vielleicht größer.

Vor allem aber gilt es nicht außer Acht zu lassen, dass man es im Kartengeschäft mit einer anderen Klientel zu tun hat als im Online-Banking. Wer seine Bankgeschäfte regelmäßig via Internet erledigt, der wird die elektronische TAN-Übermittlung, sei es nun per SMS oder auch mittels eines separaten TAN-Generators zumindest akzeptieren. Zahlungskarten aber sind auch in den Händen weniger technikaffiner Kunden. Ihnen den Zugang zur PIN und damit zur Nutzung der Karte zu erschweren wäre sicher nicht zielführend, wenn es darum geht, die Kartennutzung zu fördern. Natürlich ließe sich nach Segmenten differenzieren. Das aber wäre vermutlich aufwendiger als einstweilen beim bewährten System zu bleiben. Die ebenfalls diskutierte Option, den Kunden zur Abholung der PIN in die Filiale zu bestellen, ist ebenfalls fragwürdig. Für Direktbanken verbietet sie sich ohnehin. Doch auch der Filialbankkunde, der etwa seine Kreditkarte nicht aktiv beantragt hat, sondern sie im Rahmen eines Kontopakets erhält, könnte nur allzu leicht vergessen, diesen Gang zu unternehmen, was der Kartennutzung nicht eben dienlich wäre. **Red.**

Virtuelles Geld

Bitcoin.de kooperiert mit der Fidor Bank

85 Prozent der Bundesbürger haben noch nie von Bitcoins gehört. Zu diesem Ergebnis kam der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (Bitkom), Berlin, im Mai dieses Jahres auf Basis einer repräsentativen Umfrage. Lediglich die Medienberichte über die starken Kursschwankungen haben für eine gewisse Bekanntheit gesorgt.

Trotz der geringen Bekanntheit könnte sich der Studie zufolge fast jeder Fünfte vorstellen, künftig einmal Bitcoins zu erwerben oder zu nutzen. Insofern, so Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder, sei die virtuelle Währung ein gutes Beispiel dafür, wie die Digitalisierung den Kern unserer Wirtschaft verändere.

Verändern muss sich aber offenbar auch das System selbst. Denn die „regulatorischen Einschläge“ kommen immer näher, wie es Oliver Flaskämper, der Geschäftsführer der Bitcoin Deutschland GmbH, Herford, im Juni formulierte. Schon seit dem Start von Bitcoin.de im September 2011 ist deshalb die Angabe eines Bankkontos obligatorisch. Und bei Überschreitungen bestimmter Umsätze wird künftig auch die Identifizierung über das Post-Ident-Verfahren verlangt.

Um jeglichen Anschein ominöser Machenschaften zu vermeiden, hat sich die Bitcoin Deutschland GmbH als Betreiberin des Marktplatzes Bitcoin.de nun einen Bankpartner gesucht. Die Etablierung der ersten direkten Bankkooperation bei der virtuellen Währung in Europa dauerte offenbar länger als geplant. Allein das zeigt schon die Problematik. Seit dem 10. Juli 2013 ist es aber so weit: Die Fidor Bank AG, München, stellt für Bitcoin Deutschland ein sogenanntes Haftungsdach zur Verfügung. Kunden sollen damit die Möglichkeit erhalten, über ein kostenloses Fidor-Pay-Girokonto nahezu in Echtzeit auf Bitcoin.de zu handeln. Finanzmarkt-Vorschriften wie das Geldwäschegesetz sollen damit eingehalten werden.

Flaskämper kommentiert das zwiespältig: „Finanzmarkt-Regulierung bedeutet auf der einen Seite mehr Professionalität und Sicherheit, aber eben auch mehr Komplexität, Einschränkungen und Verwaltungsaufwand“, formulierte er es zum Bitcoin-Talk im Juni dieses Jahres. Genau das aber stößt vielen Nutzern übel auf, die sich keinerlei Regulierung oder Verifizierung unterziehen möchten. Viele drohen mit dem Absprung – und bestätigen damit

die verbreitete Meinung über die Nutzer der Bitcoins. Genau hier zeigt sich die Schwierigkeit: Langfristig etablieren kann sich die virtuelle Währung nur, wenn sie nicht die Domäne von „Nerds, Software-Freaks, Anarchisten, Drogendealern und Geldwäschern“ bleibt, wie es Flaskämper formuliert. In dem Maße, wie sie reguliert wird – und es ist absehbar, dass es auch in anderen Märkten dazu kommen wird – verlieren viele bisherige Nutzer das Interesse. Die meisten anderen aber kommen auch in der digitalen Welt recht ordentlich mit staatlichem Geld zurecht. **Red.**

Kartengesellschaften

Diners Club wirbt mit Discover

Die Marke Diners Club ist die älteste im Kartengeschäft – allerdings ein wenig angestaubt. Nach wie vor hat sie das Image von Exklusivität, mit dem sich mancher gerne schmückt. Händlern gilt sie aber auch als teuer, mit entsprechenden Folgen für die Akzeptanz. Diners ist damit zum Nischenprodukt geworden. Ganz anders die Marke Discover. Sie steht vielleicht für

Mobile Payment

Anbieter mobiler Kartenlesegeräte für Smartphones im Überblick

	i-Zettle	Payleven	Square	Streetpay	Sum-Up
Kartenleser	EMV-Chip	EMV-Chip	Keine Angabe	Keine Angabe	EMV-Chip
Kreditkarten*	Visa Mastercard American Express JCB	Visa Mastercard Diners Club	Visa Mastercard American Express Discover	Visa Mastercard American Express	Visa Mastercard
Debitkarten	V-Pay Maestro ELV	V-Pay Maestro ELV	ja	Maestro ELV	ELV
Kosten der Einrichtung	kostenlos	kostenlos	kostenlos	kostenlos	kostenlos
Kosten App	kostenlos	kostenlos	kostenlos	kostenlos	kostenlos
Kosten Kartenleser	99 Euro (Chip & PIN) 25 Euro (Unterschrift)	99 Euro (Chip & PIN) 10 (Euro Magnetstreifen)	kostenlos	149 Euro (Chip & PIN) 15 Euro (Magnetstreifen und Unterschrift)	kostenlos
Transaktionsgebühr	Mit Kartenleser 2,75 % Ohne Kartenleser 0,15 Euro plus 3,5%	2,75%	2,75% oder Monatspauschale	1,95 % (mit Unterschrift) 1,7 % (Chip & PIN) 2,7% App only	2,75%
Monatliche Gebühr	Keine	keine	275 US-Dollar alternativ zur Transaktionsgebühr	keine	ec-Flatrate** 29,95 Euro für Umsätze bis 5 000 Euro
Sicherheitsstandard/ Zertifizierung	PCI-DSS	EMV Level 2 PCI	PCI-DSS Level 1	Encryption-Code-Verschlüsselung	PCI-DSS
Website	izettle.com	Payleven.de	squareup.com	streetpay.com	sumup.de

* Bei der Kreditkartenakzeptanz gibt es Einschränkungen beim Einsatz von „Swipe & Sign“-Lösungen: Magnetstreifenbasiert und mit Unterschrift in der Regel nur Mastercard; ** alternativ zur Transaktionsgebühr bei Debitkarten.

ein Massenprodukt, dafür aber auch für das drittgrößte Akzeptanznetzwerk weltweit mit über 19 Millionen Akzeptanzstellen. Und dank der Übernahme von Diners Club International durch Discover können Diners-Karteninhaber von diesem Akzeptanznetzwerk profitieren. Wo Discover draufsteht, ist auch Diners drin. Das kommuniziert die Diners Club Deutschland GmbH nun offensiv – und weist in diesem Kontext auch darauf hin, dass über den Umweg Discover auch die Zahlungsoption Paypal genutzt werden kann. Damit wird offenbar eine wichtige Akzeptanzlücke geschlossen. Denn auch die Inhaber einer Travel-&Entertainment-Karte wollen nun einmal nicht nur bei Fluggesellschaften, in Hotels und Restaurants mit ihrer Karte bezahlen. Und die Einsatzmöglichkeiten sind bekanntlich eine der Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Kartenemission. **Red.**

Bargeld

Surcharging für Barzahlungen?

Volkswirtschaftlich lohnt sich die Kartenzahlung ab einem Betrag von 6,20 Euro so hat es die Steinbeis-Hochschule Berlin ermittelt. Das ist eine schöne Kennzahl, die der Kartenbranche in Deutschland neues Argumentationsmaterial an die Hand gibt. Der Mindestbon von 20 Euro, ab dem vielerorts Kartenzahlungen überhaupt erst (ohne Diskussion) akzeptiert werden, ist also volkswirtschaftlich betrachtet viel zu hoch angesetzt.

Das Dumme ist nur: Der einzelne Händler dürfte sein Augenmerk allein auf die eigene Kostenrechnung richten. Und hier schneidet das Bargeld vielerorts eben doch noch besser ab. Gerade in kleineren Geschäften, in denen nur zwei oder drei Mitarbeiter arbeiten, die vom Einräumen über die Kundenberatung bis zum Kassiervorgang alles erledigen, wird es kaum möglich sein, durch einen höheren Anteil an Kartenzahlungen Personal einzusparen, etwa durch Schließung einer Kasse oder weil der Kas-

senabschluss bei einem geringeren Bargeldanteil schneller geht. Und auch bei etwas sinkenden Bargeldbeständen bleibt ein gewisser Fixkostenblock in der Bargeldbehandlung zwangsläufig bestehen. Wenn ein Wertdienstleister kommt, muss dieser Service bezahlt werden, auch wenn die transportierten Summen absinken. Das gilt sogar für große Unternehmen. Und wenn der Chef selbst die Einnahmen des Tages zur Bank trägt, ist die Rechnung ohnehin eine ganz andere.

Dem Kunden schließlich sind die Bargeldkosten ohnehin nicht bewusst. Solange er nicht am Geldautomaten für die Bargeldabhebung Gebühren entrichten muss, macht es wirtschaftlich für ihn keinen Unterschied, ob er die Karte oder Scheine und Münzen zückt. Und die Argumentation, dass dem Barzahler durch die im Portemonnaie herumgetragenen Bestände Zinsen entgehen, ist angesichts des derzeitigen Zinsniveaus und der Tatsache, dass viele Girokonten ohnehin keine Guthabenzinsen aufweisen, eine weitgehend akademische.

Diese Problematik ist auch Prof. Jens Kleine, dem Autor der Studie, bewusst. Er schlägt deshalb vor, den „War on cash“ über Gebühren für Ein- und Auszahlungen von Bargeld am Bankschalter und am Geldautomaten zu führen, um die Verwendung von Bargeld mit augenscheinlich sichtbaren Kosten zu versehen. Und die „Einführung von spezifischen Transaktionsgebühren“ soll Anreize schaffen, die wirtschaftlichste Zahlungsmethode zu wählen, wie es sich auch die EU-Kommission vorstellt. Surcharging müsste es demzufolge allerdings eher beim Bargeld geben. Doch solange Bargeld ein gesetzliches Zahlungsmittel ist, dürfte das schon aus rechtlichen Gründen schwierig werden.

Dem Handel gefallen die Vorschläge keineswegs. Die Reaktion vom Handelsverband Deutschland e.V. (HDE) war eindeutig: Nicht Bargeld müsse teurer werden, sondern die Kartenzahlung preiswerter. Bleibt also doch nur die von Kleine vorgeschlagene Subventionierung von Zahlungs-

innovationen, die Potenzial für Kostensenkungen bieten? Auch die muss der Verbraucher aber erst einmal annehmen. **Red.**

Ausland

Nur begrenzt willkommen

Alljährlich zur Reisezeit erinnern die Kreditinstitute an den „richtigen Mix“ für die Reisekasse: Bargeld, Reiseschecks und Karten. Auch Mastercard wirbt aktuell für die Karte als Reisezahlungsmittel. Doch wenn der Verbraucher dann diese Mahnungen beherzigt, kann er mitunter Wunderliches erleben. Nicht nur, dass auf dem Kassen-Tresen eine ganze Auswahl an Terminals steht, von denen vielleicht erst das dritte die Karte akzeptiert. Leicht kann es auch vorkommen, dass der Inhaber einer erkennbar ausländischen Kreditkarte nach seinem Ausweis oder zumindest seiner Adresse gefragt wird, wie man es hierzulande höchstens dann gewohnt ist, wenn ELV praktiziert wird. Der Autorisierung wird offenbar nicht getraut – oder der Händler ist noch nicht EMV-fit und fürchtet den Liability Shift beim Betrug mit gestohlenen oder gefälschten Karten.

Beim Karteninhaber hinterlassen solche Erfahrungen keinen allzu guten Eindruck. Er fühlt sich mit seiner Karte eben nicht willkommen, wie es Mastercard gerade so aufwendig zu vermitteln sucht. Mancher dürfte sich von solchen Nachfragen peinlich berührt und kriminalisiert fühlen. Beim nächsten Einkauf liegt dann der Griff zum Bargeld vielleicht doch wieder näher. Soll der Karteneinsatz tatsächlich im In- und Ausland gefördert werden, ist die Kartenbranche also gefordert, solche Praktiken zu unterbinden und für Strukturen zu sorgen, die das Vertrauen in das Medium Karte auch beim Händler sichern. Eine Abschaltung des Magnetstreifens wäre dazu vermutlich ein guter Weg. Doch solange EMV in den USA, der Heimat der internationalen Kartengesellschaften, nur schleppend vorangeht, stellt sich diese Frage wohl kaum. **Red.**