

Leitartikel

Auf dem digitalen Weg (4)

Karten-Blickpunkte

Bargeldversorgung: Neuer Druck auf die Girocard-Konditionen? (6)

Mobile Payment: Deutsche Bank wagt den Alleingang (6)

Paydirekt: Das Konzentratormodell bewährt sich (7)

Debitkarte: Bargeldlos in der Bäckerei (7)

Online-Bezahlverfahren: Grünes Licht für mobile Zahlungen mit Paydirekt (8)

Co-Branding: Schwieriges Portfolio (8)

Bargeldversorgung: Barzahlen.de wandelt sich (9)

Mobile Payment: Apple Pay im Sinkflug? (9)

Handel

„Der Kartenanteil bei Kleinbeträgen wird tendenziell steigen“

Interview mit Dirk Schwarze (10)

Regulierung

Déjà-vu-Erlebnis: Die SCA beeinträchtigt B2B-Zahlungsdienste

Von Patrick Diemer (14)

Die EBA hat die Chance zur offenen Regulierung verpasst

Von Ulrich Binneböbel (17)

Kartendienstleister

Gelebte Genossenschaft: Die „Wir“-Idee für Payment-Themen

Von Carlos Gómez-Sáez (20)

Concardis – nur ein Unternehmensverkauf?

Von Laurenz Kohlleppel (23)

Bezahlen im Zeitalter des Internet der Dinge

Von Christian von Hammel-Bonten (28)

Omnikanalstrategien verändern das Payment

Von Ralf Gladis (31)

Märkte

Nationale Zahlungssysteme setzen auf Kooperation

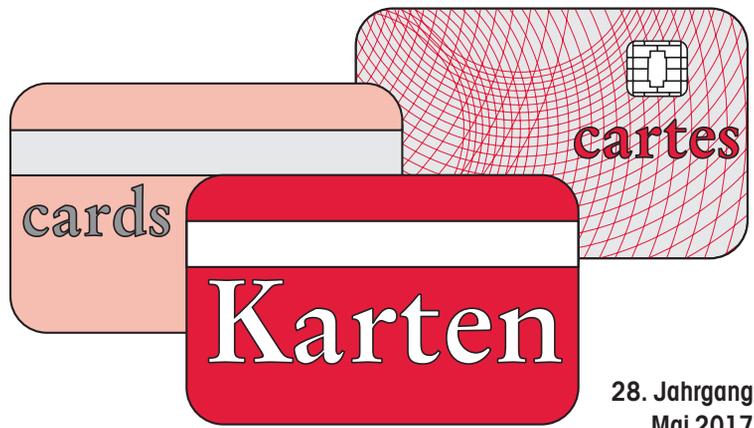
Von Gabriele Boni (34)

Die Schweiz auf dem Weg in die Zukunft

Von Tobias Rühmann (37)

Notiert

Daten und Fakten zum Zahlungsverkehr der Zukunft (5) – Marktnotizen (39) – Kartenmanagement-Glossar (42) – Impressum (43)



28. Jahrgang
Mai 2017

Herausgeber: Ulrich Binneböbel, Bernd M. Fieseler, Dr. Ewald Judt, Dr. Wolfgang Klein, Dr. Andreas Martin, Klaus-Friedrich Otto

SCHWERPUNKTE

Handel: Edeka Hessenring zählt zu den Pilotpartnern des kontaktlosen Bezahlers mit der Girocard. Dirk Schwarze zieht ein positives Zwischenfazit: Das Verfahren ist kaum erklärungsbedürftig, die Nutzerzahlen steigen. Eine Verdrängung des Bargelds ist bislang jedoch nicht zu registrieren. Sondern es gibt vor allem einen Substitutionseffekt kontaktbehaffter Transaktionen.

Regulierung: Wieder einmal sind Anbieter im Firmenkartengeschäft Opfer einer Regulierung, die eigentlich auf den Markt für Privatkarten zielt, so Patrick Diemer. Denn die starke Kundenauthentifizierung lässt sich im Geschäftsreisemarkt, wo die Buchung oft nicht vom Karteninhaber durchgeführt wird, kaum umsetzen. Für den B2B-Bereich brauche es deshalb Ausnahmeregelungen. Auch der Einzelhandel ist mit den RTS der EBA trotz der Nachbesserungen noch nicht zufrieden. Die 30-Euro-Obergrenze für den Verzicht auf die Zwei-Faktor-Authentifizierung greift zu kurz, meint Ulrich Binneböbel, und durch Ausnahmeregelungen für Park- und Ticketautomaten sowie die „Whitelists“ drohen neue Wettbewerbsverzerrungen. Grundübel sei die Tatsache, dass die EBA eine bestimmte Technologie vorgeschrieben hat.



Kartendienstleister: In Zeiten der „Share Economy“ ist das Wir-Prinzip aktueller denn je, argumentiert Carlos Gómez-Sáez. Für die genossenschaftliche Card Process heißt das, die Banken durch Kooperationen zu unterstützen und das Potenzial des Firmenkundengeschäfts besser zu nutzen. Der Verkauf von Concardis ist aus Sicht der deutschen Kreditwirtschaft ein Paradigmenwechsel. Denn mit dem Abschied von den Gemeinschaftsunternehmen, so die Analyse von Laurenz Kohlleppel, geben Kreditinstitute einen Großteil ihrer Gestaltungsmöglichkeiten im Zahlungsverkehr auf. Jetzt gilt es, Potenziale aus dem Firmenkundengeschäft besser zu erschließen und die Chancen der Instant Payments zu nutzen. Wirecard sieht neue Möglichkeiten durch die Entwicklung im Bereich des „Internet der Dinge“. Sie schafft neue Anwendungs- und Bezahlszenarien. Damit wird die Karte zunehmend digital. Wenn E-Commerce und Handel vor Ort immer mehr verschmelzen, dann müssen sich auch Payment-Prozesse verändern, weiß Ralf Gladis. Wichtig sind dabei Schnittstellen zwischen Kassensystem und Online-Shop. Sonst funktionieren weder das Bezahlen online bestellter Ware in der Filiale noch Retouren. Um die Sicherheit der erhöhten Datenströme zu gewährleisten, plädiert Gladis für die P2P-Verschlüsselung.

Märkte: Die Aussichten nationaler Zahlungssysteme werden heute besser eingeschätzt als vor zwei Jahren, so eine Studie von SIA. Die grenzüberschreitende Kooperationsbereitschaft ist gestiegen. Die Schweiz macht vor, wie sich mit einem Kooperationsmodell der Durchbruch des Mobile Payment fördern lässt. Dass dies in Deutschland noch nicht gelungen ist, führt Tobias Rühmann unter anderem auf den Erfolg der Girocard zurück.