Karten-Blickpunkte

Mobile Payment

Paypal an der Zapfsäule

Seit dem 13. Juli 2017 können Kunden an den rund 100 Shell-Tankstellen in Hamburg und Berlin ihren Kraftstoff direkt an der Zapfsäule mit ihrem Smartphone bezahlen. „Smart Pay" heißt der neue Service, der im vierten Quartal 2017 deutschlandweit im gesamten Shell-Tankstellennetz in den Rollout gehen soll.

Das Besondere daran: Partner des Mineralölkonzerns für das neue Bezahlangebot ist nicht etwa die deutsche Kreditwirtschaft

Quelle: Shell

oder eine Kartenorganisation. Sondern Shell kooperiert mit Paypal. Damit ist der Bezahldienst am deutschen PoS angekommen. Und das gleich mit beträchtlichem Potenzial. Schließlich zählt Shell täglich rund eine Million Kunden an den rund 2 000 Tankstellen.

Für diese Wahl gibt es sicherlich gute Gründe: Die deutsche Kreditwirtschaft ist mit Girocard mobile schlicht noch nicht so weit, dass sich das kreditwirtschaftliche Bezahlsystem als Lösung angeboten hätte. Und bei den Kartenorganisationen muss man im Grunde Visa und Mastercard gleichermaßen mit im Boot haben, um möglichst vielen Kunden den Service anbieten zu können. Paypal hingegen steht prinzipiell jedem Kunden zur Verfügung, ganz gleich, bei welcher Bank oder Sparkasse er Kunde ist oder über welche Karten er verfügt.

Für das mobile Bezahlen muss der KUnde zunächst die Shell-App herunterladen und mit seinem Paypal-Konto verknüpfen. Ist das erledigt, kann er vor der gewünschten Zapfsäule die App öffnen und die Option Smart Pay auswählen. Nach der Identifikation durch die Sicherheits-PIN oder den Fingerabdruck wählt er „Jetzt Tanken" aus. Die App lokalisiert mittels GPS, an welcher Shell-Station sich der Kunde gerade befindet. Nach Eingabe der Zapfsäulennummer und Bestätigung des maximalen Tankbetrages verbindet das System die Daten und der Kunde erhält die Freigabe zum Tanken. Nach Beendigung des Tankvorgangs erhält er automatisch seine Abrechnung in der App und eine E-Mail mit dem steuerlich relevanten Beleg und kann sofort seine Fahrt fortsetzen.

Das neue Angebot richtet sich vor allem an Kunden, die es eilig haben. Sie können sich künftig das Anstehen an der Kasse sparen. Aus Sicht der Tankstellen hat das Vor- und Nachteile: Angesichts der Tatsache, dass die Tankstellen einen nicht unbeträchtlichen Anteil ihrer Umsätze im Shop-Geschäft generieren, drohen möglicherweise Umsatzeinbußen. Denn wer den Shop gar nicht mehr betritt, der kauft auch nicht nebenher noch ein. Andererseits hat der neue Service bei der Zielgruppe vermutlich auch das Zeug zum Kundenbindungsinstrument.

Für die deutsche Kreditwirtschaft ist die neue Kooperation vermutlich ein Lehrstück dafür, wie wichtig es ist, in Sachen Girocard mobile aufs Tempo zu drücken. Sonst zieht Paypal bald auch am stationären PoS an den Banken vorbei. **Red.**

Kontaktloses Zahlen

Doppelt so schnell

Das kontaktlose Bezahlen per Girocard ist erwartungsgemäß deutlich schneller als herkömmliche Transaktionen, bei denen die Karte ins Terminal gesteckt wird, oder auch als Barzahlungen. Das hat die GfK im Auftrag von Euro Kartensysteme gemessen. Eine durchschnittliche Barzahlung dauert demnach im Schnitt 24 Sekunden, die Girocard-Transaktion mit PIN-Eingabe 23 Sekunden und die kontaktlose Girocard-Transaktion 11 Sekunden. Das kontaktlose Bezahlen ist also in etwa doppelt so schnell wie die beiden anderen Bezahlmethoden. Das wurde bei Edeka Hessenring ermittelt.

Die erhoffte Beschleunigung der Prozesse an der Ladenkasse wirkt naturgemäß umso stärker, je weniger Teile der jeweilige Warenkorb umfasst. Beim Wochenendeinkauf mit prall gefülltem Einkaufswagen fällt die Zeitersparnis kaum ins Gewicht, zumal hier in aller Regel auch die PIN-Eingabe erforderlich sein dürfte. Bei wenigen gekauften Teilen hingegen, bei denen die Bonsumme unter der Grenze für die PIN-Eingabe bleibt, dürften die elf Sekunden, um die der Bezahlvorgang beschleunigt werden kann,

durchaus spürbar sein. Das haben offenbar auch die Kunden im Gespür und wählen danach die Art der Bezahlmethode aus:

- Wer kontaktlos bezahlt, der hat im Durchschnitt sieben Teile im Warenkorb und bezahlt 12,45 Euro.

- Barzahler kaufen durchschnittlich zwölf Teile und kommen auf eine Bonsumme von 22,00 Euro.

- Und bei 24 Waren und einem Zahlbetrag von durchschnittlich 41,15 Euro greifen Verbraucher zur Girocard und bezahlen mit PIN.

Diese Verteilung ist natürlich nicht in Stein gemeißelt. Das gilt zum einen für die Barzahlung beziehungsweise die Beträge, ab denen der Verbraucher die Kartenzahlung wählt. Hier wird der Trend zu immer kleineren Beträgen vermutlich anhalten. Beim kontaktlosen Bezahlen dagegen ist der gegenläufige Trend zu erwarten: Denn sind die Menschen einmal ans kontaktlose Bezahlen gewöhnt, dann werden sie vermutlich auch bei höheren Beträgen, die eine PIN-Eingabe erfordern, die Karte auflegen statt einstecken. Die Zeitersparnis mag dann zwar nicht so groß sein. Komfortabler ist es allemal. **Red.**

Girocard kontaktlos

Durchbruch bei den Bäckereien

Im November hatte die genossenschaftliche Card Process im Münchner Raum die ersten Kontaktlosterminals in den Filialen der Bäckerei Ziegler angeschlossen. Seitdem sind die Anfragen aus dem Bäckereihandwerk bei den Volks- und Raiffeisenbanken kontinuierlich gestiegen, berichtet das Unternehmen. Auch im Kölner Raum etabliere sich das Zahlungsverfahren in dieser Branche, vor allem, weil es schnell und darüber hinaus hygienisch ist.

Die gleichen Argumente hatte man seinerzeit auch für die Geldkarte vorgebracht. Dass sie nun überzeugen, während der Geldkarte der Durchbruch bei den auch damals schon in den Fokus genommenen Bäckereien versagt blieb, bestätigt einmal mehr, dass der fehlende Erfolg damals am Prepaid-Ansatz gelegen haben dürfte, der die Kunden nicht überzeugte. Dass die Regulierung und die damit deutlich gesunkenen Entgelte die Kartenakzeptanz inzwischen auch bei Kleinbeträgen interessanter gemacht haben, kommt ergänzend hinzu. **Red.**

Sicherheit

N26: 3-D-Secure ohne Extrapasswort

Wieder einmal ist es ein Fintech, das vormacht, wie sich Sicherheit und Nutzerfreundlichkeit verbinden lassen. N26 hat in Zusammenarbeit mit Mastercard in seine App die eigenen Angaben zufolge erste native 3-D-Secure-Lösung integriert.

Konkret heißt das: Kunden werden automatisch und anonymisiert für Mastercard Secure Code angemeldet und müssen sich daher kein zusätzliches Passwort merken, um Transaktionen noch sicherer zu machen, sondern können dies im gewohnten App-Umfeld mit nur einem zusätzlichen Klick tun. Das dürfte wesentlich zur Akzeptanz des Sicherheitsverfahrens beim Kunden beitragen. Schließlich lehrt die Erfahrung, dass gerade der deutsche Kunde zwar großen Wert auf Sicherheit legt, aber es nur sehr bedingt akzeptiert, wenn das zulasten des Nutzerkomforts geht.

Außerdem schlägt N26 mit der nativen App-Integration zwei Fliegen mit einer Klappe: Der komfortable Einzug einer zusätzlichen Sicherheitsstufe beseitigt nämlich gleichzeitig Schwachstellen für Phishing-Attacken. Das neue Feature steht allen N26-Kunden mit den iOS- und Android-App-Versionen 3.5 zur Verfügung.

Jede E-Commerce-Zahlung mit einer N26-Mastercard wird zudem durch ein eigenentwickeltes Risikomodell innerhalb weniger Sekunden geprüft. Das Risikomodell nutzt Machine Learning, um das Ausgabeverhalten eines jeden Kunden zu analysieren.

Wenn eine Transaktion aus dem regulären Raster des Kunden fällt, fordert der Algorithmus eine weitere Bestätigung ein. Der Kunde erhält dann eine Push-Benachrichtigung auf das Smartphone, das mit dem N26-Konto verknüpft ist. Er hat dann fünf Minuten Zeit, um sich in die App einzuloggen und die Transaktion, mit dem gewohnten Push-TAN-Prozess zu bestätigen, den er von Überweisungen gewohnt ist. Gibt er die Transaktion nicht innerhalb von fünf Minuten frei, wird sie automatisch abgebrochen. Auch diese Vorgehensweise hat aus Kundensicht vermutlich mehr Charme als die mittlerweile vielerorts übliche SMS-Benachrichtigung über jede Transaktion, die sich manche Emittenten sogar noch vergüten lassen. **Red.**

Rechtsfragen

Irreführende Kartenwerbung

Kartenangebote sind in den letzten Monaten verstärkt in den Fokus der Verbraucherschützer geraten und damit auch in den der Justiz. Im Kern geht es dabei um Werbeangebote, die dem Kunden einen falschen Eindruck von dem tatsächlich Gebotenen vermitteln.

So beobachtet der „Marktwächter Finanzen" ein neues Geschäftsmodell von Kreditkartenvermittlern, die Karten ohne Schufa-Abfrage bewerben (meist eine Mastercard), dem Kunden, der sich darunter eine Kreditkarte (oder zumindest eine Charge Card) vorstellt, aber lediglich eine Prepaid-Karte bieten.

Im Juni hat das Marktwächter-Team der Verbraucherzentrale Sachsen deshalb vor „Kreditclub24" gewarnt. Der Kreditkartenvermittler bewirbt eine „exklusive Platin Mastercard bis zu 7 500 Euro ohne Schufa". Tatsächlich aber bietet der Kreditclub – anders als es sein Name vermuten ließe – keine Kreditkarte, sondern lediglich eine Prepaid-Karte sowie den Zugang zu einem Portal für Kreditvergleiche.

Ganz ähnlich die Global Payments BV. Sie wirbt mit Formulierungen wie „Sofortkredit-Anfrage und Goldene Mastercard für alle!" oder „100 Prozent Zustellung sicher sogar bei negativer Schufa" – obwohl das Unternehmen als bloßer Kreditvermittler auf die tatsächliche Kreditvergabe gar keinen Einfluss hat. Sondern auch hier erhalten Verbraucher auf dieser Website eine Prepaid-Mastercard. Wegen irreführender Werbung hat der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), Berlin, deshalb im Juli Klage eingereicht.

Dass die Verbraucherschützer solche Angebote aufs Korn nehmen, ist im Grunde richtig. Zwar müsste es Verbrauchern grundsätzlich klar sein, dass kein seriöser Anbieter ohne Bonitätsprüfung eine Kreditkarte ausstellt. Vielen ist allerdings der Unterschied zwischen Charge-Karten, revolvierenden Kreditkarten und Prepaid-Karten bis heute nicht bewusst. Deshalb müssen die Angebote so formuliert sein, dass auf den ersten Blick erkennbar wird, was zu den teils saftigen Preisen geboten wird, die oftmals noch eine „Aufnahmegebühr" und hohe Zustellungskosten beinhalten.

Auch im Fall der Barclays Bank ging es dem VZBV um irreführende Werbung – hier aber mit Blick auf die Kosten. Denn Barclaycard hatte zwar mit „0 Euro Bargeldabhebungsgebühr" für eine Visa-Goldkarte geworben, allerdings nur auf der Rückseite darauf hingewiesen, dass bei Abhebungen im europäischen Ausland ein Auslandseinsatzentgelt berechnet wird. Dagegen haben die Verbraucher-

schützer geklagt und vor dem Oberlandesgericht Hamburg in zweiter Instanz recht bekommen. **Red.**

BGH-Urteil

Sofortüberweisung allein reicht nicht

Im stationären Geschäft ist es einfach: Bargeld ist gesetzliches Zahlungsmittel, ein Aufpreis für diese Bezahlart ist nicht zulässig. Auf Geschäfte im Internet ist das nicht ohne Weiteres übertragbar. Doch auch hier haben deutsche Gerichte längst klargestellt, dass generell mindestens ein kostenfreies Bezahlverfahren angeboten werden muss – und zwar nicht irgendeines, sondern es muss schon ein „gängiges" Verfahren sein. So weit, so gut.

Über die konkrete Frage, welche Bezahlmethode angemessen ist, die einzige Bezahloption zu sein, für die ein Anbieter keinen Aufpreis verlangt, gibt es immer wieder Differenzen, zuletzt zwischen der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (VZBV), Berlin, und der DB Vertrieb GmbH. Sie hatte bei Flugreisebuchungen über die Reiseplattform start.de ausschließlich die Sofortüberweisung als kostenfreie Bezahlmethode angeboten. Für Kreditkartenzahlungen wurde ein ordentlicher Aufpreis erhoben – in einem Fall, der für den VZBV Anlass zur Klage gab, waren das 12,90 Euro bei einem Reispreis von 120,06 Euro.

Mit ihrer Einschätzung, dass die Reiseplattform die Kunden damit in ein Haftungsrisiko drängt, konnten sich die Verbraucherschützer beim OLG Frankfurt nicht durchsetzen. Sie hatten im August 2016 entschieden, das Erfordernis der Eingabe von PIN und TAN in die Eingabemaske eines Zahlungsauslösedienstes stelle die Zumutbarkeit dieser Zahlungsmethode allein nicht infrage, sofern keine konkreten Missbrauchsgefahren dargestellt und nachgewiesen werden – auch dann nicht, wenn die Kunden mit ihren Banken Allgemeine Geschäftsbedingungen vereinbart haben, in denen die Weitergabe von PIN und TAN an andere als von der Bank mitgeteilte Online-Banking-Zugangskanäle untersagt wird.

Dieses Urteil hat der Bundesgerichtshof nun jedoch aufgehoben. Das Geschäftsmodell Sofortüberweisung kann dem Urteil zufolge zwar weiterbetrieben werden. Es eignet sich jedoch nicht dazu, als einzige kostenfreie Zahlungsmöglichkeit angeboten zu werden. Denn Verbraucher, die für die Bezahlmethode keinen Aufpreis entrichten wollen, dürfen nicht dazu gezwungen werden, Dritten sensible Finanzdaten zu übermitteln. Die DB Vertrieb muss also nun mindestens ein weiteres Bezahlverfahren kostenfrei anbieten. Bei Giropay würden die Bedenken hinsichtlich der Datenweitergabe entfallen. Auch darüber, ob Giropay „gängig" ist, wurde jedoch bereits gestritten. In den meisten Fällen greifen die Anbieter deshalb auf kostenfreie Lastschriften zurück. **Red.**