

## Bonusprogramme

### „Der Gesetzeszweck der E-Geld-Richtlinie erfasst nicht das Miles & More-Programm“

Bonusprogramme sind solange keine E-Geld-Systeme im Sinne der E-Geld-Richtlinie, wie weder am Anfang „echtes“ Geld in sie hineinfließt noch am Ende Geld hinausfließt. So hat es Hartmut Reschke von der BaFin auf dem diesjährigen „Paysys Breakfast-Meeting“ formuliert. Bei Miles & More liegt dieser Fall nicht ganz eindeutig: Einerseits können Kunden zum Erwerb der Wunschprämie noch fehlende Restmeilen hinzukaufen, andererseits werden Meilen auch an Partnerunternehmen verkauft, die damit ihrerseits ihre Kunden bonifizieren können. Echte Währung fließt also zwar nicht hinaus, aber doch zumindest hinein.

Dennoch ist die Position der Lufthansa eindeutig. Das Unternehmen stellt fest, „dass die Deutsche Lufthansa AG durch das Anbieten des Meilenkaufens gegen Geld kein „E-Geld Geschäft“ im Sinne der Richtlinie betreibt“. Im Folgenden gibt die Redaktion die Stellungnahme der Lufthansa wieder. Zum Meilenverkauf an Partnerunternehmen äußert sich die Lufthansa darin freilich nicht.

„Die E-Geld-Richtlinie (2000/46 EG) ist in Deutschland im Rahmen des Gesetzes über das Kreditwesen (KWG) in nationales Recht transformiert worden. Ausweislich der einzelnen Lesungen im Bundestag und der Gesetzesbegründung sollten Rabattsysteme, die aufgrund ihrer „Sammelfunktion“ einen monetären Vorteil für den Endkunden bieten, nicht von der gesetzlichen Regulierung umfasst sein. Dies wurde seitens der Fraktionen als eindeutig erachtet, weshalb es eines expliziten Ausschlusses im Gesetzestext nicht bedurfte. Die E-Geld-Richtlinie dient vorwiegend der Regulierung und Eindämmung von Ge-

fahren, welche durch nicht greifbare Parallelwährungen, insbesondere in dem rasant wachsenden Markt des E-Commerce, geschaffen werden. Derartige elektronische „Bezahlprogramme“ sind zum Beispiel Pay-Pal oder Click-2pay.

Die Deutsche Lufthansa AG sieht das Miles & More-Programm als ein reines Mittel zur Kundenakquise und Kundenbindung. Das Programm ist in seiner gesamten Struktur darauf ausgelegt, dass Teilnehmer Prämienmeilen oder Statusmeilen allein durch aktives Sammeln bei parallel verlaufenden täglichen Verkehrsgeschäften erlangen. Durch die Funktion des „Meilenkaufens“ erlangt kein Teilnehmer die Möglichkeit, eine Prämie zu erwerben.

Die Funktion des „Meilenkaufens“ gibt dem Teilnehmer lediglich die Möglichkeit, eine hochwertige Prämie abzurufen, sofern nur noch sehr kleine Meilenbeträge zur Überbrückung notwendig sind. Dem Teilnehmer soll die Möglichkeit eröffnet werden, in einzelnen begrenzten Fällen zuzuzahlen. Die Funktion des Meilenkaufens ist sowohl in der Anzahl der Meilen pro Kauf als auch in der Häufigkeit (maximal einmal jährlich) begrenzt. Damit erfüllt die Funktion des „Meilenkaufens“ aber nicht die für eine Währung immanenten Eigenschaften der freien und unbegrenzten Handel- und Verfügbarkeit. Dies schlägt sich auch in der Anzahl der vergebenen Meilen nieder. Nur zirka 0,008 Prozent der Gesamtsumme aller im Laufe eines Jahres vergebenen Meilen resultiert aus einem direkten Meilenkauf.

Der Gesetzeszweck der E-Geld-Richtlinie erfasst daher nicht das Miles & More-Programm.“