

Karten-Blickpunkte

Mobile Payment

Der Druck steigt

In den Markt für das Mobile Payment ist in letzter Zeit kräftig Bewegung gekommen – allerdings nicht mit den Systemen, hinter denen die Kreditwirtschaft steht. Sondern es sind die neuen Anbieter, die mit Macht in den Markt drängen.

Dass sich mit Rewe ausgerechnet ein Lebensmittel-Filialist für einen solchen Marktneuling öffnet und damit ein Vertreter einer Einzelhandelsbranche, an der sich die Kreditkarten-Acquirer lange vergeblich abgearbeitet haben, muss für die Kartenbranche schmerzlich sein. Denn es zeigt, wie schnell es gehen kann, wenn ein Angebot wirklich überzeugt, wobei sicher nicht nur der Preis ausschlaggebend sein muss, sondern auch die

einfache Implementierung. Wenn sich ein System als Flop erweist, das im Wesentlichen mit einer Einspielung in die Kassensoftware einzuführen ist, dann ist das nun einmal etwas anderes als bei einem Verfahren, für das aufwendig in neue Infrastruktur (und Hardware) investiert werden muss. Hier kann man vergleichsweise preisgünstig Erfahrungen sammeln.

Denn auch der Einzelhandel befindet sich noch in der Testphase und muss herausfinden, welche Verfahren der Kunde wirklich akzeptiert, wie sicher sie sind und wie sie sich unter dem Strich kostenmäßig darstellen. Je nachdem, wie diese Sondierungsphase ausgeht, ist es durchaus möglich, dass am Schluss doch eine kreditwirtschaftliche Wallet-Lösung das Rennen macht. Dafür freilich müssen entsprechende Lösungen schnell marktfähig werden.

Natürlich ist es richtig, dass der Kunde nicht für jedes Geschäft, in dem er einkauft, eine eigene App herunterladen will. Es ist aber eine Illusion zu glauben, dass neue Wettbewerber daran scheitern müssen. So wie die Netto-App und die bei Edeka auf der gleichen Anwendung von Valuephone basieren (die inzwischen für alle Händler-Apps geöffnet wurde) und die Technik für Yapital bei Görtz und Rewe die gleiche ist, so ist davon auszugehen, dass sich die Verfahren – entsprechende Durchdringung im Markt vorausgesetzt – als eigene Marke etablieren.

Letztlich würde der Kunde dann nicht mehr die App des jeweiligen Handelsunternehmens auf sein Smartphone laden, sondern die des Zahlungssystems. Er bräuchte dann lediglich auszuwählen, von welchem daran angeschlossenen Händler er auch virtuelle Coupons erhalten beziehungsweise nutzen möchte. Dem Ziel der flächendeckenden Einsatz-

Produktpolitik

Kein Allheilmittel

Die regulatorischen Einschlüge kommen näher. Dessen ist man sich auch bei den von der Regulierung bisher ausgenommenen 3-Parteien-Systemen wohl bewusst. Offizielle Stellungnahmen zum Thema sind von ihnen deshalb kaum zu bekommen – man will keine schlafenden Hunde wecken.

Die Werbetrommel für die mittlerweile entdeckte Kooperation mit Banken rühren weder American Express noch JCB. Sie haben es wohl auch gar nicht nötig. Denn auf der Suche nach Ertragspotenzialen beziehen die Kartenemittenten längst nicht mehr nur Visa und Mastercard in ihre Überlegungen ein. Insbesondere aus der vergleichsweise experimentierfreudigen Genossenschaftsorganisation sind Stimmen zu hören, die das Spektrum der Produkte weit zu fassen bereit sind.

Ein Girocard-Co-Branding mit JCB wäre sicher keine vollwertige Alternative zur Emission einer Visa-Kreditkarte oder einer Mastercard, da über die Marke JCB vor allem die Transaktionen im Ausland abgerechnet werden, welche nun einmal

lediglich einen Bruchteil des gesamten Transaktionsvolumens ausmachen. Zumindest denjenigen Kunden, die eine Kreditkarte ohnehin überwiegend auf Reisen einsetzen, wäre damit jedoch durchaus gedient. Und auch die Girocard-Priorisierung im Inland ist schließlich nicht in Stein gemeißelt.

Sollten sich Kreditinstitute verstärkt der Ausgabe von American-Express- und JCB-Karten zuwenden, wäre damit also neuer Wettbewerb geschaffen. Es wäre aber zweifellos einer, der die Aufmerksamkeit der Regulatoren auf sich ziehen würde. Denn Ziel solch neuer Kooperationen wäre schließlich die Steigerung der Interchange-Erträge. Der zu erwartende Vorteil wäre also vermutlich zeitlich begrenzt. Emittenten werden somit spitz rechnen müssen, ob dies den Aufwand für die Migration eines Portfolios lohnt – was nicht heißen soll, dass es dafür keine strategischen Gründe jenseits der Interchange-Frage geben kann. Ein Allheilmittel zur Umgehung der Interchange-Regulierung können solche Ausweichstrategien indessen nicht sein.

Red.

barkeit könnten die neuen Verfahren dann ganz schnell näher kommen. Das ist freilich noch Zukunftsmusik. Allzu viel Zeit lassen darf sich die Kartenbranche allerdings nicht. **Red.**

Preispolitik

Fantasie gefragt

In die Preisgestaltung im Kreditkartengeschäft kommt Bewegung. So viel scheint gewiss. Unter dem Strich wird es für die Karteninhaber teurer werden müssen. An welchen Stellschrauben dabei gedreht wird beziehungsweise werden kann, wird zur Kernfrage der Kartenstrategen.

Einfach nur die Kartenpreise zu verdoppeln, das wird schwierig werden, will man nicht mit massiven Kündigungswellen konfrontiert werden. Besser ist es, das Preismodell an ganz verschiedenen Stellen anzufassen. Beispielsweise kann das von den meisten Emittenten offerierte kostenfreie erste Jahr gestrichen werden – und damit auch ein Anreiz für das Kreditkartenhopping.

Auch der Preis für die Partnerkarte kann angehoben werden. Umsatzabhängige Preisstaffeln können abgeschafft werden. Und Emittenten können testen, inwieweit Kunden für Sicherheitsfunktionen wie SMS-Alerts oder das Selbstverwalten von Länder- oder Branchensperrungen im Internet einen Beitrag zu leisten bereit ist.

In verschiedene Richtungen denken lässt sich bei Bonusprogrammen und Versicherungen. Indem man sie streicht, entfällt zweifellos ein Kostenblock – aber vielleicht auch ein Anreiz für den Kunden, gerade diese Karte zu benutzen. Und warum sollte ein Kunde für seine Goldkarte mehr bezahlen als für die Standardkarte, wenn damit nicht ein Mehr an Leistungen verbunden ist? Die an die Karte geknüpften Mehrwertleistungen zusammenzukürzen ist somit sicher nicht immer die beste Wahl.

Denkbar wäre vielleicht sogar das Gegenteil: eine Ausweitung der Zusatzleistungen, mit der sich der Anstieg des Kartenpreises rechtfertigen lässt, wenngleich dieser nur zum kleineren Teil auf die neuen Leistungen zurückzuführen ist. (Erfolgreiche) Co-Brandings könnten zudem neu verhandelt werden – in der Hoffnung, dass der Partner die Extras in stärkerem Maße übernimmt. Diese Chance eröffnet sich aber wohl nur wenigen Emittenten.

Immer wieder kommt die Diskussion bei der Suche nach neuen Ertragspotenzialen auch auf eine Forcierung des Revolving Credit zurück. An dessen großen Markterfolg in Deutschland glauben aber nur noch die Wenigsten. **Red.**

Sicherheit I

Abschied von der Kartennummer?

Am 10. Oktober ist Mastercard der Fido Alliance beigetreten. Die Abkürzung steht für Fast Identity Online; es handelt sich um eine Branchenvereinigung, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Online-Authentifizierung zu revolutionieren und entsprechende Spezifikationen zu erarbeiten. Sie sollen unter anderem biometrische Verfahren wie Fingerabdruck- oder Iris-Scan sowie Spracherkennung unterstützen.

Ein rascher flächendeckender Durchbruch biometrischer Verfahren ist gleichwohl nicht zu erwarten. Dem stehen zum einen mannigfache Bedenken der Verbraucher gegenüber den Verfahren entgegen. Und auch das Sicherheitsniveau ist vielleicht doch nicht so hoch wie bislang vermutet. Das legt zumindest die Aussage des Chaos Computer Club e.V., Hamburg, nahe, der nach eigenem Bekunden den Fingerabdruck-Sensor des neuen iPhone 5s ganz einfach durch Abfotografieren eines Fingerabdrucks auf einer Glasoberfläche „überlisten“ konnte.

Ehe Biometrie zu einer echten Authentifizierungsalternative wird, wird noch einige Zeit vergehen. Die Zeit von Kartennummer, Kartenprüfnummer und eventuell 3-D-Secure scheint sich allerdings dem Ende zuzuneigen. Das zeigt auch der Anfang Oktober von Mastercard, Visa und American Express bekanntgegebene Vorschlag eines neuen globalen Standards für ein „token“, das die bisherigen Authentifizierungsverfahren ersetzen soll. **Red.**

Sicherheit II

Unbekannter Sperrnotruf?

Seit dem 1. Juli 2005 gibt es den von der Servodata GmbH, Frankfurt am Main, betriebenen Sperrnotruf mit der bundesweit einheitlichen Rufnummer 116 116, unter der Verbraucher ihre Bank- und Kreditkarten, Mobilfunkkarten, Kundenkarten mit Zahlungsfunktion, Online-Banking-Accounts, elektronische Signaturen oder andere elektronische Berechtigungen sperren lassen können, wenn sie Karten verloren haben oder sonstige Gründe für Missbrauchssorgen vorliegen. Zur Urlaubszeit wird die Nummer mitunter sogar mit TV-Spots beworben.

Und doch gibt es Einschränkungen: Nicht alle Kreditinstitute nehmen teil. Dazu zählt etwa die Postbank, die stattdessen aus ihre auch aus dem Ausland zum Ortstarif erreichbare einheitliche Service-Nummer 0228/55 00 55 00 verweist – mit der Begründung, dass diese ebenso leicht zu merken sei. Diese Nummer freilich gab es zum Start des Sperrnotrufs noch nicht. Welche Gründe damals dagegen sprachen, sich dem Service anzuschließen, konnte eine Sprecherin der Bank nicht angeben.

Eine weitere Einschränkung: Nicht bei allen angeschlossenen Instituten lassen sich alle Medien sperren. So ist etwa bei der ING-DiBa oder der Santander Consumer Bank zwar die Sperre von Debit-, nicht aber von Kreditkarten möglich.

Das per Sprachcomputer gesteuerte System nimmt allerdings (scheinbar) auch solche Sperrversuche an, die aus den genannten Gründen gar nicht möglich sind. Ein Hinweis „Sperrung nicht möglich“ erfolgt nicht. Vielmehr ertönt auch in solchen Fällen die automatisierte Ansage „Ihre Kreditkarte ist jetzt gesperrt“. Das kann dazu führen, dass der Kunde sich in trügerischer Sicherheit wiegt, was zu ärgerlichen Folgen führen kann.

Noch erstaunlicher ist es aber, dass die Sperrnotruf-Nummer dem Kundenservice auch solcher Kreditinstitute, die in der Liste teilnehmender Institute geführt werden, mitunter gar nicht bekannt ist. Das bestätigt einmal mehr die sattnam bekannte Erkenntnis, dass auch scheinbar gut eingeführte Systeme immer wieder der Kommunikation bedürfen.

Ob der Sperrnotruf heute noch die gleiche Berechtigung hat wie vor acht Jahren, wird die Zukunft zeigen müssen. Zweifellos ist eine an die Rufnummer von Polizei und Feuerwehr angelehnte Ziffernfolge leicht merkbar. Im Zeitalter mobiler Endgeräte, in denen eine Vielzahl von Nutzern auch die Servicenummer ihrer Bank gespeichert haben dürfte, wäre es denkbar, dass zurückgehende Nutzerzahlen den Weiterbetrieb des Systems irgendwann nicht mehr rechtfertigen. Noch ist es aber offenbar nicht so weit. Sonst hätte die Servodata den Sperrnotruf im vergangenen Jahr nicht auf eine neue technische Plattform umgestellt. **Red.**

Debitkarte

Absage an ein europäisches System

Der europäischen Debitkarte hat die Kartenbranche auf dem diesjährigen Bankkarten-Forum eine endgültig Absage erteilt. Mehr noch: Solange die europäischen Institutionen kein Entgegenkommen und keine Unterstützung zeigen, verbittet man sich entsprechende Aufrufe in der Sache.

Immer wieder sprechen Marktteilnehmer von Sonntagsreden.

Angesichts der angedrohten Interchange-Regulierung hat die Branche andere Sorgen, als an der Implementierung eines neuen Produktes zu basteln, das kein Kunde wirklich braucht. Den Verbraucher interessiert schließlich allein die Einsetzbarkeit seiner Karte dort, wo er damit zahlen oder Bargeld beziehen möchte. Und dieses Bedürfnis wird mit den eingeführten Produkten bereits erreicht. Alles andere ist bloße Politik.

Banken und Sparkassen können und wollen die nötigen Investitionen nicht tätigen, solange sie kein Geschäftsmodell sehen und die EU-Kommission sich gewissermaßen die Hoheit über die Konditionengestaltung vorbehält. Wenn also Politiker und europäische Institutionen eine europäische Debitkarte unbedingt am Markt sehen wollen, so fragt schon mancher Marktteilnehmer – warum gibt dann nicht gleich die Europäische Zentralbank solche Karten aus?

Oder vielleicht besser: Warum entwickeln die europäischen Institutionen nicht ein Kartensystem, für das Banken und Sparkassen bei Interesse bei der Europäischen Zentralbank die Lizenz erwerben und selbst die europäische Debitkarte ausgeben könnten? Strukturen und Governance wären dann echt europäisch, gleichzeitig ließen sich alle Wunschparameter der Kommission in die Regularien einarbeiten. Das Produkt müsste dann nur noch Kartenakzeptanten und Emittenten hinsichtlich Leistungsfähigkeit und Konditionen überzeugen und sich dem Wettbewerb der Systeme stellen.

Der Aufwand dafür wäre natürlich beträchtlich, hierfür fehlen den europäischen Institutionen vermutlich Kapazitäten und die Mittel. Und es wäre auch noch keineswegs ausgemacht, dass die europäische Debitkarte tatsächlich europaweit den Durchbruch schaffen würde: Schließlich können Emittenten vor allem mit Ertrags-

potenzialen überzeugt werden, ein neues Produkt in ihre Angebotspalette aufzunehmen. Eben hier würden die politischen Vorstellungen jedoch einen Riegel vorschieben. **Red.**

Western Union

Bargeld-Transfer aufs Konto

Es sind offenbar nicht nur Menschen ohne eine Kontoverbindung, denen per Western Union Bargeld geschickt wird. Mehr als zwei Drittel der Nutzer geben dem Unternehmen zufolge an, dass der jeweilige Empfänger des Geldtransfers über ein Konto verfügt. In diesem Fall wäre es umständlich, wenn der Empfänger etwa im Handy-Shop das Bargeld in Empfang nehmen müsste, um es dann womöglich zumindest teilweise wieder auf sein Girokonto einzuzahlen.

Aus diesem Grund bietet das Unternehmen seit Ende Juni unter dem Namen „Direct to Bank“ einen neuen Service an, mit dem man in Deutschland Bargeld direkt auf das Bankkonto des Empfängers im In- und Ausland überweisen kann. Bisher sind Transfers in rund 37 Länder möglich, weitere sollen laufend hinzukommen.

Innerhalb der Europäischen Union wird das Geld binnen eines Geschäftstages, weltweit innerhalb von drei Geschäftstagen dem Empfängerkonto gutgeschrieben. Das heißt: Für denjenigen, der kurzfristig im Ausland Geldmittel benötigt, eignet sich der Service nur bedingt. Wer es eilig hat, der wird auch weiterhin auf den klassischen Bargeldtransfer setzen.

Für den in Kauf zu nehmenden Zeitverzug ist der neue Service ohnehin eher teuer: Die Gebühren sind die gleichen wie beim Western Union Bargeldtransfer. Namentlich innerhalb der EU ist der Vorteil gegenüber der klassischen Überweisung somit eher gering. **Red.**