

Rebsorten (Riesling, Ehrenfelser, Silvaner, Scheurebe), nicht gerechnet 20 Prozent Süßreserve, über deren exakte Herkunft („Bereich Mittelhaardt“) sich wohlthätiges Kellerdunkel breitet. Süßreserve gilt nicht als Verschnitt, sondern als „Behandlungsstoff“.

In Österreich, wo es jahrelang ähnlich zugeht, räumt das neue Weingesetz mit derlei Manipulationen rigoros auf. Laut Paragraph 33 dürfen auf dem „Flaschenschild“ künftig Herkunft, Jahrgang und Rebsorte nur genannt werden, wenn die Angaben zu 100 Prozent richtig und nachprüfbar sind.

So wünscht es sich der Bundesrat auch für den deutschen Wein. „Bei Verwendung bestimmter Bezeichnungen (Herkunft, Rebsorte, Jahrgang) darf der Wein andere als aus der Bezeichnung hervorgehende Weine nicht enthalten“, heißt es in der Entschliebung.

Zur besseren Information der Verbraucher sollen die wertbestimmenden Inhaltsstoffe wie Alkohol, Zucker, Säure auf dem Etikett angegeben werden. Genau wie bei anderen Lebensmitteln sollen Konservierungsstoffe (Schwefel, Sorbinsäure), besondere Behandlungsverfahren (chemische Entsäuerung) und künstliche Süßung (Süßreserve) deklariert werden. Für „unerwünschte Stoffe und Rückstände“ im Wein (Pflanzenschutzmittel, Schwermetalle) verlangt die Ländervertretung neue Grenzwerte.

Mit der offenen Deklaration als „vertrauensfördernde Maßnahme“, sagt Präsident Muth, komme er dem „immer wieder betonten Verbraucherwunsch nach mehr Information“ entgegen. Doch die Flaschenbarone der großen Güter sind an solchen Gesten nicht interessiert – sie möchten keine Chemikalien auf ihren noblen Etiketten genannt sehen. Das könnte die Kundschaft erschrecken.

So sehen denn die gewieften Verbandsmanager die laut verkündete Konzession an Wahrheit und Klarheit mehr „unter taktischen Gesichtspunkten“, wie Vize-Generalsekretär Rudolf Nickenig zugibt. Die „Vorwärtsstrategie“ habe vornehmlich den Zweck, „gegenüber den immer lauter werdenden Vorwürfen der Verbraucherseite entsprechend argumentieren zu können“.

Da sei es, meint Nickenig, ein gutes Alibi, wenn der Verband sich darauf berufen könne, daß er von sich aus die klare Angabe von Inhalts- und Zusatzstoffen gefordert habe. Und vorsichtshalber stellt der Weinbauverband gleich Bedingungen, die kaum erfüllbar sind.

Es verstehe sich von selbst, sagt Nickenig, daß die deutschen Winzer erst dann ihre „Karten offen auf den Tisch legen“, wenn das auch ihre Kollegen in allen anderen EG-Mitgliedsstaaten tun. Obendrein müsse die Deklarationspflicht, so die weitere Voraussetzung, für Weine „auch aus Drittländern“ gelten – allein diese Maximalforderung bürgt verläßlich für die Null-Lösung.

KREDITKARTEN

Ei gelegt

Noch liegt die Bundesrepublik bei der Verbreitung von Plastik-Zahlkarten weit hinter anderen Industriestaaten zurück. Doch die Sparkassen wollen das mit ihrer S-Card bald ändern.

Auf der Vorderseite der kleinen rechteckigen Plastikkarte ist ein Groschen zu sehen, der gerade in eine Art Sparbüchse fällt – in ein rotes S, das Symbol der Sparkassen. Auf der Rückseite ist ein schwarzer Streifen angebracht, Magnetpiste genannt. Als Inhaber des Kart-



Neue Kreditkarte

Vision von der kassenlosen Gesellschaft

chens firmiert bislang noch eine Ute Mustermann.

Das Muster könnte bald millionenfache Nachfolger finden. Die deutschen Sparkassen möchten die S-Card, wie sie das Stück Plastik im Banker-Englisch nennen, zum allgegenwärtigen bundesdeutschen Zahlungsmittel machen.

Eine „Revolution“ im Geldgewerbe sieht Wolfgang Starke, Geschäftsführer beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV), heraufziehen. Die S-Card soll zu einem Sesam-öffne-dich werden, so verriet er, zum perfekten Schlüssel fürs eigene Konto, „rund um die Uhr“, für jedermann und überall.

Wann immer der Karteninhaber mag, auch sonntags oder nachts, könnte er künftig sein Konto plündern; er darf Bargeld am Automaten abheben oder Überweisungen am Computer anordnen.

Der neue Service wird flächendeckend eingeführt. Ein Kunde der Frankfurter Sparkasse von 1822 kann sich zukünftig bei der Stadtsparkasse Buxtehude oder bei der Bezirkssparkasse Heidelberg bedienen. Die Benutzung der S-Card, verkündete Sparkassen-Mann Starke überdies, solle keineswegs auf das Inland beschränkt bleiben.

Der Service gilt für Arme wie für Reiche. Anders als bei der Zuteilung von Kreditkarten oder Eurocheques wird Bonität nicht mehr geprüft.

Die Kunden der Sparkassen sollen die Karten nicht nur zur Selbstbedienung bei Überweisungen und beim Bargeldnachschub nutzen. Sie sollen damit auch an den Kassen des Handels ihre Ware bezahlen, im Supermarkt und an der Tankstelle, später vielleicht auch noch im Kino oder an der Stationenkasse.

Der Gebrauch ist simpel. Der Konsument steckt die S-Card einfach in den Schlitz eines Lesegeräts und tippt eine persönliche Geheimnummer ein, PIN genannt. Vollautomatisch wird dann dem Kunden der Rechnungsbetrag vom Konto abgebucht und sekundenschnell dem Empfänger gutgeschrieben.

Der Einsatz an der Plastikkasse, in der Fachsprache „Point of Sale“ (POS) heißen, macht die S-Card so einzigartig und unvergleichbar mit allen anderen Karten. Sie ist, rühmt Starke, „unsere Multifunktionskarte für den elektronischen Zahlungsverkehr“.

Die Sparkassen glauben sich dafür bestens gewappnet. Im Gegensatz zu ihren Konkurrenten verfügen sie schon über ein ausgebautes Computernetz. Sie können deshalb „direkt am Konto autorisieren“, erklärt Geschäftsführer Starke, spätestens in zwei Jahren seien sämtliche Zweigstellen „on line“. Das bedeutet: Alle Filialen zwischen Flensburg und Füssen sind dann miteinander über ein Computernetz verbunden. Jedes Konto kann per Computer mit jedem anderen Konto verknüpft werden. Ein Mißbrauch scheint fast ausgeschlossen: Der Kauf mit dem elektronischen Geld klappt nur dann, wenn das Konto gedeckt ist oder die Kreditlinie ausreicht.

Im Wettbewerb mit den anderen Geldhäusern rechnen sich die Sparkassen-Manager einen riesigen Vorsprung aus: Die 591 Sparkassen gebieten über ein dichtes Netz von 17.600 verbraucher-nahen Bankstellen. Demgegenüber ist das Filialnetz der sonst so mächtigen Deutschen Bank (1300 Zweigstellen) bescheiden.

In der Bundesrepublik ist der massenhafte Karteneinsatz kaum noch aufzuhalten. Die ersten 50 000 S-Cards wurden



Telephonieren mit Kreditkarte*
„Niemand von uns ...“

gerade von der Stadtparkasse Mülheim/Ruhr verteilt; weitere 500 000 werden es bis Jahresende im Bundesgebiet sein. 2,5 Millionen Stück wurden bei der Münchner Wertpapierdruckerei Giesecke & Devrient geordert.

Mehr ist möglich und auch absehbar. Insgesamt verwalten die Sparkassen über 21 Millionen Girokonten und zusätzlich rund 70 Millionen Sparbücher. Erfüllen sich die Träume der Sparkassen-Verwalter, dann dürften schon in wenigen Jahren die meisten deutschen Haushalte eine rote Sparkassenkarte haben.

Die Vision von der kassenlosen Gesellschaft erscheint beim ersten Hinsehen faszinierend. Die Kunden müßten beim Einkauf nicht mehr umständlich im Portemonnaie nach Mark und Pfennig fahnden. Das zeitraubende Hantieren mit Schecks – etwa über 157,83 Mark (in Buchstaben einhundertsebenundfünfzig 83/100) – fiele weg.

Eigentlich sollten die Pläne vorerst geheim bleiben. Man dürfe nicht „gackern“, sagte Sparkassen-Lobbyist Starke, „bevor das Ei gelegt“ sei. Dann tat er es doch. Nun wundert sich der Sparkassen-Mann, „welche Unruhe jemand in eine ganze Branche bringen kann“.

Die, in der Tat, gibt es. Nicht alle mögen Starkes Begeisterung über das elektronische Geld teilen.

Günther Wassmann, Hauptgeschäftsführer der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels (HDE), faßt die Stimmung seiner Branche zusammen: „Ernüchterung, Skepsis und Bestürzung“. Lorenz Schwegler vom Vorstand der Gewerkschaft Handel, Banken und

Versicherungen (HBV) sieht in dem Sparkassen-Vorhaben „durchaus Gefahren für die Arbeitsplatzsicherheit“. Bis zu 100 000 Jobs in der Kreditwirtschaft, so argwöhnen Gewerkschafter, könnten durch die Automatisierung gefährdet sein.

So richtig erbost ist das übrige Geldgewerbe über die Kollegen von den Sparkassen und ihre neue Karte. Sämtliche Verbände der Kreditwirtschaft hatten schließlich vereinbart, gemeinsam eine einheitliche Geldkarte herauszugeben.

„Ohne vorherige Abstimmung mit den Partnern“, beklagt Eckard van Hooven, Vorstand bei der Deutschen Bank, seien die Sparkassen vorgeprescht.

Die Absprache wünschen sich die Banker, um den Wettbewerb mit den



Einkäufen mit Kreditkarte*
... kann diese Entwicklung aufhalten“

Plastikkarten einigermaßen in Grenzen zu halten. Wie teuer die Umrüstung auf die vollautomatisierte Geld-Welt werden kann, studieren die Banker regelmäßig bei ihren Reisen ins Ausland. Dort herrscht eine lebhaft und aufwendige Plastik-Konkurrenz.

In Japan stehen inzwischen mehr als 40 000 Geldmaschinen. Es gibt fast 90 Millionen Plastikkarten, allerdings rund 2000 verschiedene.

In den USA gibt es etwa 60 000 eiserne Bargeld-Spender und wohl 600 Millionen Karten. Der Kaufhauskonzern Sears, Roebuck allein hat 60 Millionen Stück verteilt. Manche Amerikaner tragen bis zu 20 verschiedene Plastikkarten in der Brieftasche mit sich herum.

Im Vergleich dazu wirkt die Bundesrepublik noch wie ein Entwicklungsland. Zur Zeit kursieren

▷ 18,4 Millionen Eurocheque-Karten (ec) von den deutschen Kreditinstituten, davon 9,6 Millionen von den Sparkassen;

▷ 800 000 sogenannte Kreditkarten der amerikanischen Kartenkonzerne Diners Club, American Express und Visa sowie 340 000 Eurocards von den deutschen Instituten;

▷ etwa eine Million Kunden- und Kaufkarten, beispielsweise von den Handelshäusern Hertie oder Quelle und Autovermietern wie Avis oder Hertz.

Zwei von drei Deutschen haben überhaupt keine Zahlkarte. Die gesamte Kreditkarten-Branche machte im vergangenen Jahr hierzulande gerade 3,3 Milliarden Mark Umsatz. Gemessen am Geschäft des Einzelhandels, sind das nur Promille. 99 Prozent aller Zahlungen im Handel und für Dienstleistungen begleichen die Bundesbürger in bar.

Die Automatisierung im Zahlungsverkehr begann hierzulande sehr zögernd. Zwar stellten einzelne Institute wie die Landesgirokasse in Stuttgart oder die Spar- und Darlehnskasse Meinerzhagen schon Anfang der 70er ganz mutig „Bancomat“-Maschinen auf.

Doch erst als sich die Geldhäuser 1979 zu einem „Automatenpool“ vereinten, wurden die Geldausgabe-Automaten etwas populärer. Die Geräte, die rund um die Uhr Geld an die Kundschaft ausspucken, können von allen Kunden mit der ec-Karte genutzt werden.

Bisher wurden erst 2300 solcher Geldmaschinen aufgestellt, davon wiederum etwa 1500 von den Sparkassen. In Frankreich und in Großbritannien stehen jeweils mehr als 7000.

Nicht einmal zwei Dutzend Plastikkassen, an denen der Rechnungsbetrag direkt vom Konto abgebogen wird, stehen bisher nur in Berlin und München – in Läden, die für Pilotversuche ausgewählt wurden.

Daß die Deutschen das Bare noch immer bevorzugen, daß sie den Schritt ins Plastik-Zeitalter noch nicht vollzogen haben, hängt auch mit den Schwächen der diversen Kartensysteme zusammen.

Bei den Kauf- und Kundenkarten ist der Einsatz besonders stark begrenzt. Die Karte des Stuttgarter Warenhauses Breuninger ist eben nur bei Breuninger brauchbar. Die Wertkarte der Deutschen Bundespost kann nur in wenigen Telephonzellen verwendet werden.

Die Verbreitung von Kreditkarten hat ebenfalls Grenzen. Da das Bonitäts-Risiko groß ist, wenden sich die Konzerne nur an eine mobile, betuchte Klientel. Entsprechend läuft das Geschäft überwiegend in Hotels, Restaurants und bei Fluggesellschaften. Nur etwa ein Viertel des Umsatzes entfällt auf den Handel, meist mit Boutiquen und Bijouterien – gegen happige Gebühren.

Hinzu kommt der Mißbrauch durch Diebstahl und Fälschung. In den USA liegen die Verluste bei über 700 Millionen Dollar im Jahr. Amerikanische Fälscherbanden jetten inzwischen über den Atlantik, um den europäischen Markt abzugrasen.

* Oben: In Frankfurt; rechts: in der Herder-Bücherei, Berlin.

Sparkassen-Geschäftsführer Starke nennt das ärgste Manko, das einem universellen Einsatz der ec-Karte bisher entgegensteht. „Die Eurocheque-Karte ist eine Scheck-Garantiekarte“, so erklärt er, „und die Ausgabe von Eurocheques, verbunden mit der Einlösungsgarantie, bedeutet ein Kreditrisiko“.

Das Kreditrisiko mindern die Geldhäuser dadurch, daß sie die Zahl der ausgehändigten ec-Schecks begrenzen; pro Scheck gibt es zudem meist nicht mehr als 400 Mark.

All diese Mängel der gängigen Karten hat die neue S-Card der Sparkassen nicht mehr. Sie ist universell verwendbar. Jede Buchung, an welchem Automaten und von welcher Ladenkasse auch immer, ist künftig direkt an das Konto des Karteninhabers geknüpft. Wenn es leer ist, geht nichts mehr, es sei denn, der Kunde hat Kredit.

Ob die Karte allerdings so schnell Anklang findet, wie es sich die Sparkassen-Anführer wünschen, ist zweifelhaft. Eher reserviert verhält sich vor allem der Handel, den die Banker auf die POS-Kassen umpolen wollen.

Die Zahl der Kaufleute, die zu Tests in ihren Geschäften bereit sind, blieb bisher sehr bescheiden. Für viele Händler, so Hermann-Josef Zellekens von der Rationalisierungs-Gemeinschaft des Handels (RGH), sei noch immer ungewiß, „in welche Richtung die Reise geht“.

Theodor Althoff, Vorstand bei Karstadt, kann für den Handel keine Vorteile in der Bezahlung mit der Superkarte erkennen. Sicherlich gäbe es einen kleinen Zeitvorteil von vielleicht 15 Sekunden beim Kassieren, dafür aber koste POS „mehr als bisher“. Und daß sich mit dem Plastikgeld die Umsätze steigern lassen, wie manche Geldmanager verbreiten, mag der Handelsmann nicht glauben: „Die Umsätze im Einzelhandel werden heute ganz bestimmt nicht limitiert durch die Schwierigkeit des Kunden, sein Geld loszuwerden.“

„Wem nutzt dann POS-Banking“, fragte Althoff, „wenn sowohl im Einzelhandel als auch bei den Banken die Kosten höher werden?“

Und das werden sie wohl. Allein das Netzwerk der Sparkassen für die S-Card kostet etliche Milliarden Mark. Viel Geld verschlingen all die elektronischen Geräte, die nun in die Geldhäuser ge-

schaftt werden. Eine automatische Kasse kostet einschließlich der Umbauarbeiten weit mehr als 100 000 Mark. Erst auf lange Sicht kommt das Geld durch Einsparungen beim Personal wieder rein.

Vergleichbare Rationalisierungsgewinne sind beim Einzelhandel noch nicht mal zu erwarten. Für den Kartenkauf im Laden muß der Händler erst mal 5000 bis 15 000 Mark pro POS-Kasse bezahlen. Später fallen noch Leitungskosten und Bankgebühren an.

Im Supermarkt beispielsweise kostet dann jeder Kauf mit der Geldkarte, so eine Studie des Handels, 73 Pfennig mehr als eine Barzahlung.

Die POS-Kasse drückt also entweder die Gewinne, oder sie geht in die Preise. Da der Handel ohnedies schon mit extrem niedrigen Margen arbeitet, bezahlt

ten Lyon, Caen und Blois praktisch erprobt.

Anstelle des Magnetstreifens wie bei der S-Card enthält diese Karte einen eingeschweißten, pfenniggroßen Mikroprozessor. In diesem Chip ist das Guthaben des Karteninhabers gespeichert. Bei jedem Kauf mit „CP8“ registriert das elektronische Gedächtnis das ausgegebene Geld; hat sich der in dem Chip gespeicherte Betrag somit gleichsam geleert, muß der Kunde bei seiner Bank die Karte „auffüllen“ lassen. „CP 8“ ist, wie die Hersteller werben, „das flachste Portemonnaie der Welt“, das – anders als die S-Card – keine teure Leitungsverbindung zum Konto braucht. Zur Zeit wird der elektronische Geldbeutel in ganz Frankreich eingeführt.

In Deutschland, davon geht die Kreditbranche inzwischen aus, wird den



... und jetzt eine Kreditkarte

Hamburger Abendblatt

der Verbraucher wohl die kostspielige Apparatur in den Läden.

Die Benutzer der S-Card müssen wohl auch bei ihrer Sparkasse drauflegen. Sparkassen kassieren, nach drei bis sieben kostenlosen Buchungen pro Monat, 20 bis 35 Pfennig pro Buchung. „Der Kunde“, meint der Stuttgarter Verbraucherschützer Siegfried Bluth, „wird doch doppelt für dumm verkauft.“ Er müsse sich – soweit es die Automaten anbelangt – selbst bedienen, „und das dann auch noch selber bezahlen“.

Etliche Banker und Händler wenden überdies ein, die Technik wie auch die ganze Idee von der S-Card sei schon von gestern. Viel Moderneres sei auf dem Markt, beispielsweise die Chip-Card.

Drei Jahre lang wurde die Chip-Karte „CP8“ schon in den französischen Städ-

bedenken zum Trotz die S-Card nicht mehr zu stoppen sein. Die schöne neue Geld-Welt kommt. „Niemand von uns kann diese Entwicklung aufhalten“, sagt der Deutsche-Bank-Mann van Hooven, „ebensowenig wie seinerzeit die Selbstbedienung im Handel aufzuhalten war.“

Die Kunden stecken an der Tankstelle eigenhändig den Einfüllstutzen in ihre Autos, sie holen sich in den Supermärkten den Käse aus dem Kühlfach und bei McDonald's das Essen vom Tresen. Warum dann keine Selbstbedienung bei einer Bank oder Sparkasse?

Van Hooven möchte die Banken deshalb gern „von dem Odium des Dinosauriers, der bekanntlich ausstarb, weil er unfähig war, sich den veränderten Umweltbedingungen anzupassen“, befreien. Auf die neue S-Card möchte er mit einer „B-Card“, einer Banken-Karte, antworten.