

# PVD News

Politik –

**Sachbezug oder nicht? Der Bundestag schafft Klarheit**

Aufsicht und Recht –

**Google Play  
Gesetz zur Umsetzung der Änderungsrichtlinie zur 4. EU-Geldwäscherichtlinie – Auswirkungen auf die Prepaid-Branche**

Marketing –

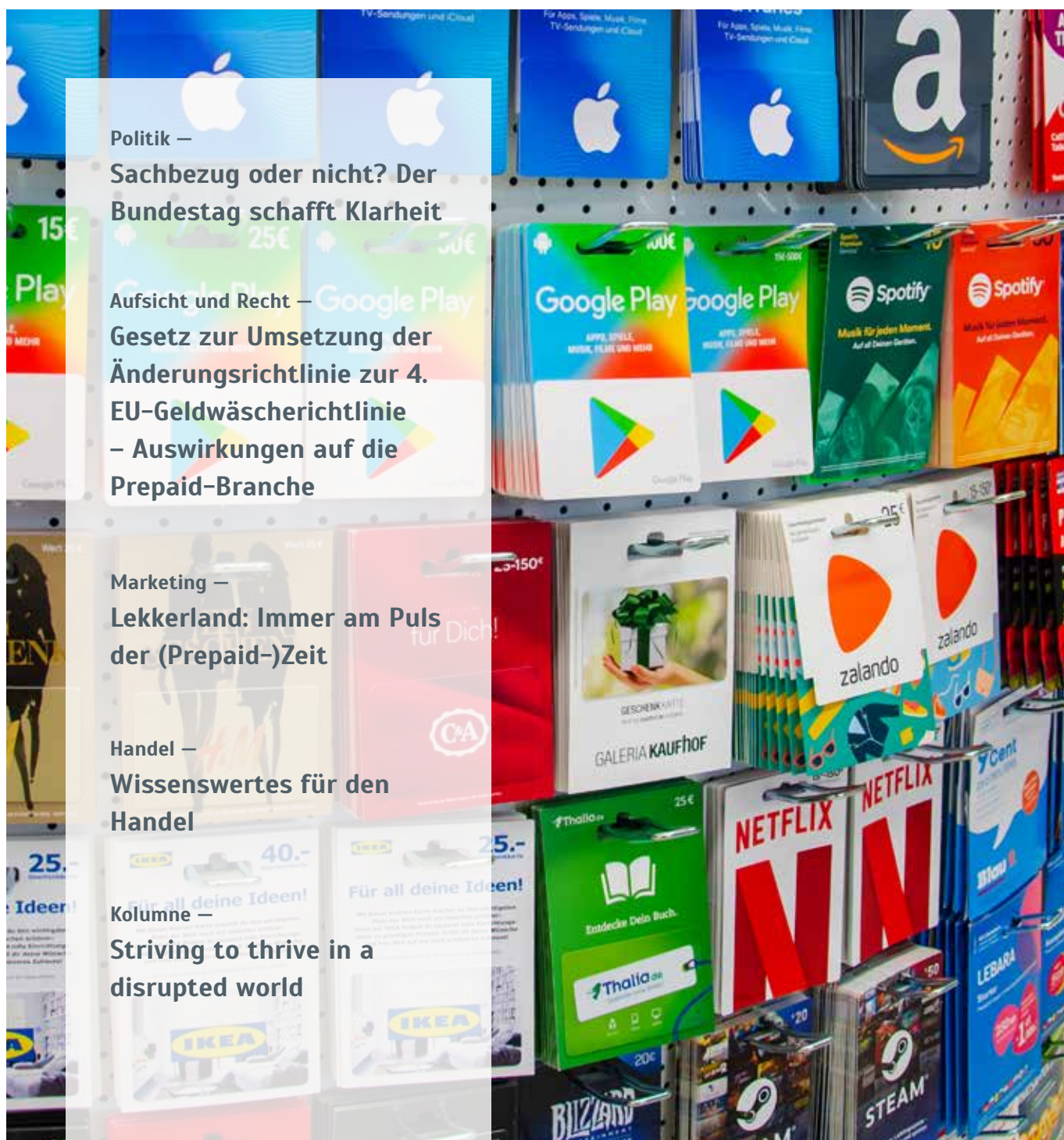
**Lekkerland: Immer am Puls der (Prepaid-)Zeit**

Handel –

**Wissenswertes für den Handel**

Kolumne –

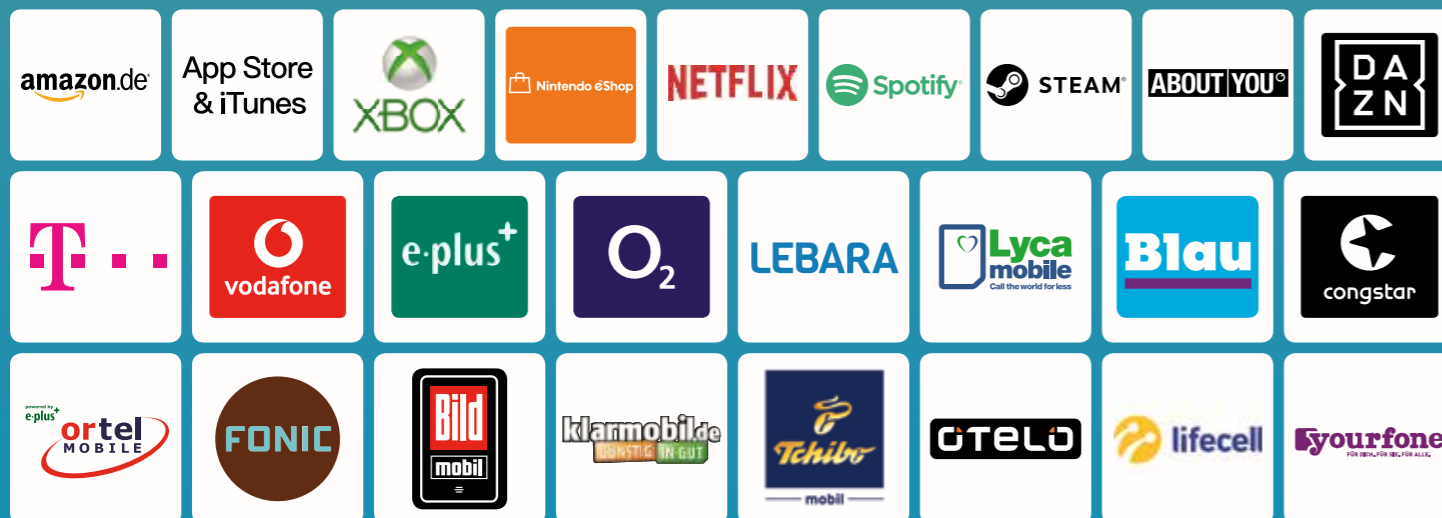
**Striving to thrive in a disrupted world**





# LEKKERLAND SORGT MIT E-VA FÜR ABWECHSLUNG IM SHOP!

Sie wollen Ihre Gutschein-und/oder Bezahlkarten **erfolgreich** an 30.000 POS in Deutschland vertreiben? Dann wenden Sie sich an uns und profitieren auch Sie von unserer langjährigen Erfahrung: [neukundenkontakt@lekkerland.de](mailto:neukundenkontakt@lekkerland.de)



u.v.m.

Wir von **Lekkerland** bieten unseren Kunden stets **die beste strategische Lösung!**

## Inhalt

Politik 4

### Sachbezug oder nicht? Der Bundestag schafft Klarheit

Matthias Spangenberg, Senior-Berater bei der von Beust & Coll. Beratungsgesellschaft

Aufsicht und Recht 6

### Gesetz zur Umsetzung der Änderungsrichtlinie zur 4. EU-Geldwäscherichtlinie – Auswirkungen auf die Prepaid-Branche

Nasim Jenkouk, Rechtsanwältin bei der Aderhold Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Marketing 8

### Lekkerland: Immer am Puls der (Prepaid-)Zeit

Carsten Weber, Vice President Business Unit electronic value, Lekkerland AG & Co. KG

Handel 11

### Wissenswertes für den Handel



### 12 Striving to thrive in a disrupted world

Kolumne von Diane Brocklebank

Commercial Director Prepaid International Forum (PIF)

# Sachbezug oder nicht? Der Bundestag schafft Klarheit

Viele Arbeitgeber nutzen Gutscheine und Guthabekarten als unkompliziertes Mittel der Sachzuwendung für ihre Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Meist werden sie als Bonus oder Anreiz zusätzlich zum monatlichen Lohn gewährt. Nach § 8 Abs. 2 Satz 11 EstG kann dies bis maximal 44 Euro im Monat steuerbegünstigt geschehen. Als im Mai 2019 der Referentenentwurf zum Jahressteuergesetz veröffentlicht wurde, sahen sich Arbeitgeber- und Arbeitnehmerschaft sowie zahlreiche Anbieter aus der Prepaid-Industrie damit konfrontiert, dass diese Praxis weitgehend abgeschafft werden sollte. Dem Gesetzentwurf zufolge hätten künftig lediglich solche Gutscheine als Sachbezug anerkannt werden dürfen, die ausschließlich beim Aussteller einlösbar sind. Eine derart restriktive Einschränkung hätte gravierende Folgen: Viele Arbeitgeber würden auf die Gewährung dieser beliebten Zusatzleistung verzichten. So eine gesetzliche Neuregelung wäre weder im Sinne von Millionen von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern noch im Interesse der kartenherausgebenden Unternehmen oder des stationären Handels.

## Engagiertes Handeln war gefordert

Entsprechend setzte sich der PVD bereits in einem frühen Stadium des

Gesetzgebungsprozesses dafür ein, die 44-Euro-Freigrenze für Guthabekarten zu erhalten. In Gesprächen mit dem Bundesfinanzministerium, mit Bundestagsabgeordneten und Arbeitnehmervertretern wies der PVD auf die erheblichen negativen Folgen des Gesetzentwurfes hin. Abgestimmt mit betroffenen Verbänden und Unternehmen unterbreitete der PVD zudem Vorschläge für eine Regelung, die Guthabekarten auch in Zukunft als flexible Möglichkeit zur Sachbezugsgewährung erhalten sollte: Solange der Sachbezug gewahrt bleibt – sprich, die Guthabekarte lediglich einen Anspruch auf den Bezug von Waren und Dienstleistungen darstellt und eine Barauszahlung der Leistung nicht möglich ist –, sollte diese Karte wie bisher im Rahmen der

»Es freut mich sehr, dass wir nun gemeinsam einen Kompromiss gefunden haben, mit dem hoffentlich alle zufrieden sind.«  
Jonny Natelberg, Geschäftsführender Vorstand des PVD

44-Euro-Grenze genutzt werden können. Gemeinsam mit dem Bundesverband Deutsche Startups e. V. und der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. hielt der PVD diese Vorschläge in einer Stellungnahme fest und brachte sie unter anderem im Rahmen des Konsultationsverfahrens ein. Diese Position wurde von Teilen der Politik sowie zahlreichen Vereinigungen und Verbänden vertreten, die sich ebenfalls unterstützend für einen Beibehalt der 44-Euro-Grenze aussprachen.

## Aus uneinheitliche Anwendungen entstand Rechtsunsicherheit

Im weiteren Beratungsverlauf strich die Bundesregierung den entsprechenden Passus aus dem Gesetzentwurf, was von Seiten der Arbeitgeber, der Arbeitnehmer, der Kartenherausgeber und des Handels sehr begrüßt wurde. Nichtsdestotrotz kristallisierte sich in der Folge eine Rechtsunsicherheit heraus, da einzelne Finanzämter die Anwendung der 44-Euro-Grenze bei Guthabekarten mit Bezug auf zwei Urteile des Bundesfinanzhofs (BFH) aus dem Jahre 2018, die mittlerweile im Bundessteuerblatt II veröffentlicht wurden, verwehrten. Zwar ging es hierbei um die steuerrechtliche Behandlung von Zuschüssen von Arbeitgebern für eine private

Zusatzkrankenversicherung der Arbeitnehmer, allerdings ließ sich der Senat in der Urteilsbegründung überdies zu Gutscheinen und Geldkarten ein. Angesichts der daraus entstandenen uneinheitlichen Anwendungspraxis und der damit einhergehenden Rechtsunsicherheit schien eine gesetzliche Klarstellung nun unausweichlich.

## Eine gesetzliche Lösung musste her

Der PVD machte sich infolge dessen für eine gesetzliche Lösung stark, um die entstandene Rechtsunsicherheit zu beseitigen und gleichzeitig die vielfach genutzte Möglichkeit zur Gewährung von Zusatzleistungen mittels Guthabekarten beizubehalten. Gestützt von einem Rechtsgutachten der Steuerrechtsexpertin Dr. Marie-Theres Rämmer warb der PVD, erneut gemeinsam mit dem Startup-Verband und der bcsd, mit Nachdruck dafür,



**Matthias Spangenberg**

Senior-Berater bei der von Beust & Coll. Beratungsgesellschaft

die gängige Anwendungspraxis und den politischen Willen zum Erhalt der 44-Euro-Grenze eindeutig im Jahressteuergesetz festzuhalten und dies über die Definition des Sachbezugsbegriffs unmissverständlich klarzustellen. Der Bundesrat forderte den Bundestag in seiner Stellungnahme zum Gesetzentwurf ebenfalls auf, eine gesetzliche Klarstellung herbeizuführen. Auf dem Tisch lag erneut eine komplette Abschaffung der 44-Euro-Grenze für Guthabekarten.

## Der Finanzausschuss im Bundestag schuf Klarheit

In den darauffolgenden Debatten im Deutschen Bundestag wurde schnell klar, dass die zuständigen Fachpolitiker gewillt waren, die entstandene Rechtsunsicherheit zu beseitigen. Ein Kompromiss hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung der Lösung war jedoch noch auszuhandeln. Bis zuletzt setzte der PVD seine Be-

mühungen im Sinne einer sowohl für die Marktteilnehmer akzeptablen als auch politisch mehrheitsfähigen Lösung fort. Am 7. November verabschiedete der Bundestag in zweiter und dritter Lesung das Jahressteuergesetz – inklusive einer Klarstellung hinsichtlich der Anwendbarkeit der 44-Euro-Freigrenze auf Guthabekarten. Der verabschiedete Kompromiss ermöglicht es Arbeitgebern wie bisher, auf die unbürokratische Form der Sachgewährung zurückzugreifen, insbesondere in Form von Closed- und Controlled-Loop-Karten. Karten, die jedoch über eine Barauszahlungsfunktion verfügen, und bestimmte Open-Loop-Karten können hingegen nicht im Rahmen der 44-Euro-Grenze genutzt werden. Für den PVD gilt es nun, diese praktikable Lösung weiterhin mit Blick auf eine einheitliche Implementierung und Anwendungspraxis zu begleiten. ●

# Gesetz zur Umsetzung der Änderungsrichtlinie zur 4. EU-Geldwäscherichtlinie Auswirkungen auf die Prepaid-Branche

Das Gesetz zur Umsetzung der Änderungsrichtlinie zur 4. EU-Geldwäscherichtlinie 2018/843 – im Folgenden: „5. EU-Geldwäscherichtlinie“) trat am 9. Juli 2018 in Kraft und ist von den Mitgliedstaaten bis zum 10. Januar 2020 umzusetzen. Am 31. Juli 2019 verabschiedete das Bundeskabinett einen Regierungsentwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der 5. EU-Geldwäscherichtlinie. Der Regierungsentwurf sieht vielschichtige Änderungen zur derzeitigen Rechtslage vor, die zum Teil über die Umsetzung der 5. Geldwäscherichtlinie hinausgehen.

Die aus unserer Sicht wichtigsten Auswirkungen für die Prepaid-Branche haben wir nachfolgend zusammengefasst.

## Kundensorgfaltspflichten nach § 10 Abs. 1 Nummer 1 bis 4 GwG bei E-Geld-Produkten

Nach jetziger Rechtslage erlaubt der § 25i Abs. 2 KWG als Ausnahmetatbestand bei Vorliegen der im § 25i Abs. 2 KWG formulierten Voraussetzungen, bei E-Geld-basierenden Zahlungsinstrumenten von der Erfüllung der Pflichten nach § 10 Abs. 1 Nummer 1 bis 4 GwG, d. h. insbesondere von einer Identifizierung des Kunden und einer PEP-Prüfung abzusehen. Diesen Ausnahmetatbestand soll es auch künftig geben, aber die 5. EU-Geldwäscherichtlinie

und darauf basierend der Regierungsentwurf sehen erhebliche Einschränkungen dieses Ausnahmetatbestandes vor.

Die hierbei gravierendste Änderung ist aus unserer Sicht die Änderung des § 25i Abs. 2 Nr. 6 KWG, der zukünftig regeln soll, dass die Ausnahmeregelung des § 25i Abs. 2

»Sollte das GwG, wie im Regierungsentwurf vorgesehen, geändert werden, wird dies erhebliche Auswirkungen auf die Prepaid-Branche haben.«

KWG bei Fernzahlungsvorgängen nur bei einem Transaktionswert bis zu 20 Euro greifen soll. Der deutsche Gesetzgeber möchte also bei dieser Regelung über die europäischen Vorgaben hinausgehen, die einen Transaktionsbetrag von bis zu 50 EUR bei Fernzahlungsvorgängen vorsehen.

Betrachtet man zudem die Definiti-

on des Begriffs des Fernzahlungsvorgangs, zeigen sich die weitreichenden Auswirkungen, die diese Änderung haben kann. § 1 Abs. 19 ZAG definiert den Fernzahlungsvorgang als einen Zahlungsvorgang, der über das Internet oder mittels eines Geräts, das für die Fernkommunikation verwendet werden kann, ausgelöst wird. Aufgrund dieser sehr weitreichenden Formulierung könnte der in § 25i Abs. 2 Nr. 6 KWG festgelegte Schwellenwert von 20 EUR nicht nur für Zahlungsvorgänge im Internet gelten, sondern unter Umständen auch bei Zahlungsvorgängen am Point of Sale, wodurch bei einer Vielzahl von Prepaid-Produkten zukünftig eine Geldwäscherichtliche Identifizierung erforderlich würde.

## Doppelverpflichtung von E-Geld-Emittent und E-Geld-Agent/E-Geld-Vertriebsstellen

Nach derzeitiger Rechtslage sind nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 und 5 GwG E-Geld-Agenten und auch E-Geld-Vertriebsstellen Verpflichtete im Sinne des Geldwäschegesetzes. Dieser deutsche Regelungsansatz geht bereits jetzt über die europäischen Vorgaben der 4. Geldwäscherichtlinie hinaus. Hintergrund dieses Regelungsansatzes ist, dass bislang im Ausland ansässige Zahlungs- und E-Geld-Institute nicht selbst zu den GwG-Verpflichteten gehören und



folglich nicht Adressat von Maßnahmen der BaFin sein können.

Nach der 5. Geldwäscherichtlinie sollen zukünftig aber zumindest solche Institute, die ihren Sitz in einem anderen EWR-Vertragsstaat haben und in Deutschland über E-Geld-Agenten tätig sind, unmittelbar dem GwG unterfallen und damit auch Adres-

sat von Maßnahmen der BaFin sein können. Folglich gäbe es bei ausländischen E-Geld-Emittenten einen Verpflichteten, so dass es grundsätzlich keiner zusätzlichen Verpflichtung des E-Geld-Agenten oder der E-Geld-Vertriebsstellen bedürfen würde. Der Regierungsentwurf sieht derzeit aber eine Doppelverpflichtung vor.

Fazit:  
Es bleibt abzuwarten, in welcher Form die Änderungen des GwG verabschiedet werden. Aufgrund der weitreichenden Auswirkungen auf die Prepaid-Branche, aber auch mit dem Ziel einer europaweiten Harmonisierung wären Änderungen des Regierungsentwurfes zu begrüßen. ●



**Nasim Jenkouk**  
Rechtsanwältin bei der Aderhold Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

# Lekkerland: Immer am Puls der (Prepaid-)Zeit

**Die Nachfrage nach Bezahl- (Kauf zur Selbstnutzung) und Geschenkkarten (Kauf für Dritte) steigt – wobei bei den Bezahlkarten Google Play aufgrund der Trends Online Gaming und In-App-Käufe derzeit besonders beliebt ist. Das sind Ergebnisse der aktuellen Marktforschung von PVD-Mitglied Lekkerland. Der Spezialist für den Unterwegskonsum entwickelt sein Angebot im Prepaid-Bereich kontinuierlich weiter – die regelmäßige Marktforschung spielt dabei eine wichtige Rolle.**

Weihnachten steht vor der Tür – für Anbieter von Geschenkkarten ist das ein Fest, im doppelten Sinne. Kein anderes Geschenk ist als Last-Minute-Lösung so beliebt. Die Vorweihnachtszeit ist mit Blick auf Prepaid-Umsätze daher auch für die Kunden von Lekkerland enorm wichtig. Der Frechener Spezialist für den Unterwegskonsum beliefert bundesweit mehr als 58.000 Verkaufsstellen, darunter Tankstellen, Kioske und Convenience-Shops. Das Prepaid-Sortiment des Unternehmens umfasst neben Geschenkkarten auch Bezahlkarten, SIM- und Aufladeguthaben – insgesamt rund 180 Produkte.

Doch welche Prepaid-Artikel sind bei den Konsumenten aktuell besonders gefragt? Darauf jederzeit eine Antwort zu kennen, ist der Anspruch von Lekkerland. Denn das Unter-

nehmen versteht sich nicht nur als Großhändler, sondern auch als Full-Service-Dienstleister, der mit Know-how, Beratung und umfassenden Lösungen das Prepaid-Geschäft seiner Kunden vorantreibt: passend zur Unternehmensvision, „Your most convenient partner“ zu sein – der beste Partner, den die Kunden haben.

## Nachfrage nach Geschenkkarten und Bezahlkarten wächst weiter

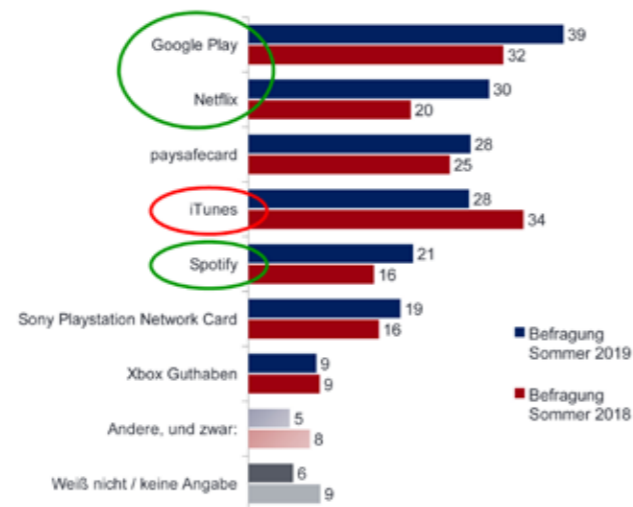
Einmal jährlich führt das Lekkerland-eigene Marktforschungsteam daher eine repräsentative Konsumentenbefragung durch, die Trends und Entwicklungen im Prepaid-Bereich aufzeigt. In Kombination mit weiteren Marktstudien, unseren

Absatzzahlen und den Rückmeldungen der Kunden leitet Lekkerland daraus wichtige Erkenntnisse für die weitere Entwicklung des Angebots ab.

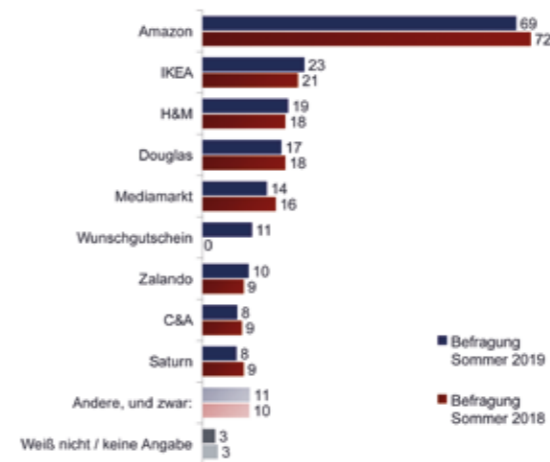
Ganz unabhängig von Weihnachten zeigt die aktuelle Erhebung (aus dem Sommer dieses Jahres) eine weiter wachsende Nachfrage nach Geschenkkarten und Bezahlkarten.

## Karten von Streaming- und Gaming-Anbietern im Aufwind

Besonders beliebt sind diese Produkte demnach bei jüngeren Konsumenten – mehr als 75 Prozent der Käufer sind sowohl bei Geschenkkarten als auch bei Bezahlkarten jünger als 55 Jahre. Auch daraus lässt sich die Erwartung ableiten, dass die Nach-



Welche der folgenden Bezahlkarten haben Sie in den letzten 6 Monaten mindestens einmal selbst genutzt? (Mehrfachantwort) Angaben in Prozent  
Basis: Alle Befragten, die in den letzten 6 Monaten Bezahlkarten gekauft haben. Befragung Sommer 2019: n=612 / Befragung Sommer 2018 n=584



Welche der folgenden Geschenkkarten haben Sie in den letzten 6 Monaten mindestens einmal selbst genutzt? (Mehrfachantwort) Angaben in Prozent  
Basis: Alle Befragten, die in den letzten 6 Monaten Geschenkkarten gekauft haben. Befragung Sommer 2019: n=1.342 / Befragung Sommer 2018 n=1.369

frage nach diesen Prepaid-Artikeln künftig weiter steigt. 49 Prozent der Befragten nutzen Bezahlkarten häufig als einfaches und praktisches Zahlungsmittel für sich selbst (mehr als 40 Prozent bei Geschenkkarten). Die Auswertung der beliebtesten Bezahlkarten zeigt relevante Entwicklungen auf: Auf die Frage „Welche der folgenden Bezahlkarten haben Sie in den letzten 6 Monaten mindestens einmal selbst genutzt?“, gaben 30 Prozent der Befragten die Bezahlkarte von Netflix an. Das starke Wachstum gegenüber 2018 verdeutlicht den Trend des Streamings. Wir erwarten, dass die Nachfrage nach Karten von Streaming- und Gaming-Anbietern weiter wachsen wird. Neue Anbieter, wie beispielsweise Disney, stehen schon in den Startlöchern. Im Vergleich zur vorhergehenden Lekkerland-Markt-

forschung – aus dem Sommer 2018 – ist auch die Beliebtheit von Spotify deutlich gestiegen. Eine besondere Rolle nimmt nach wie vor das Produkt paysafecard ein. Hier gilt es zu beachten, dass die eher spezielle Zielgruppe das Produkt sicherlich vergleichsweise häufiger und intensiver nutzt als andere Bezahlkarten.

## Persönlichere Note würde Attraktivität von Geschenkkarten steigern

Bei den Geschenkkarten zählen hinter Platzhirsch Amazon – dessen Karten fast 70 Prozent der Befragten kaufen – IKEA, H&M, Douglas und Media Markt zu den beliebtesten Anbietern. Die aktuelle Befragung gibt den Anbietern darüber hinaus Anregungen, wie die Attraktivität von Geschenkkarten

gesteigert werden könnte: Angeregt werden dabei eine persönlichere Note (von mehr als 31 Prozent der Befragten), die Einbindung von Fotos (mehr als 22 Prozent), eine attraktivere Verpackung (20 Prozent) und abwechslungsreichere Motive (18 Prozent).

Während die Marktforschung dazu beiträgt, dass Lekkerland immer am Puls der Zeit ist, wenn es um Trends im Prepaid-Bereich geht, schätzt das Unternehmen die Mitgliedschaft im PVD unter anderem aufgrund der wertvollen Einblicke in politische Entwicklungen und der Interessenvertretung. Die Informationen aus der politischen Arbeit des PVD und der Austausch mit den anderen Mitgliedern sind für uns sehr wertvoll. ●



**Carsten Weber**  
Vice President Business Unit electronic value, Lekkerland AG & Co. KG



Die Flächen sind bald ausgebucht – buchen Sie jetzt Ihren Stand!

**UNITI expo**



26. - 28. Mai 2020, Messe Stuttgart



Forecourt Design by Bankai Architekten

## Als Aussteller oder Besucher – Verpassen Sie nicht die UNITI expo 2020!

Mit 467 Ausstellern und 17.000 Teilnehmern aus 120 Ländern hat die **UNITI expo 2018** einmal mehr ihre Stellung als europäische Branchenleitmesse in der Tankstellen- und Carwash-Branche untermauert. Als Besucher finden Sie alles was der Markt zu bieten hat: Die neusten Innovationen und bewährte Konzepte für Ihre erfolgreiche Zukunft. Als Aussteller erreichen Sie auf keiner anderen Fachmesse so viele einflussreiche Entscheidungsträger aus Europa und der ganzen Welt.

Rufen Sie uns an +49 7721 98 30 60 oder schreiben Sie eine E-Mail an [uniti-expo@com-a-tec.de](mailto:uniti-expo@com-a-tec.de).

Kooperationspartner **UNITI expo 2020**



Veranstalter: **UNITI-Kraftstoff GmbH**  
 In Zusammenarbeit mit: **com-a-tec** (WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATIONSTECHNIK) und **WDM** (WIRTSCHAFTSDEVELOPMENT)

[www.uniti-expo.de](http://www.uniti-expo.de)



● acknowledge  
 ● appreciate  
 ● award  
 ● achieve

The Incentive Marketing Association is a membership organisation, formed by a group of incentive experts from all over the world.

IMA Europe aims to increase business awareness of the power and success of incentive programs and champions the benefits, thereby creating business opportunities for all members. IMA Europe members are leaders in providing products

and services such as total rewards, employee benefits, flexible and voluntary benefits; prepaid and gift cards, agency and consulting.

**IMA Europe core objectives include**

- Development of its representative sectors and collaboration
- Sharing knowledge and resources
- Innovating and sharing ideas

- Challenging thinking and ideas
- Connecting great people to one another
- Education and learning

IMA Europe offers the opportunity to tap into the community of over 60 peers (and growing) from across Europe, in addition it opens up a global community of over 500 incentive professionals.

To find out more please visit [www.imaeurope.com](http://www.imaeurope.com) OR Email [office@imaeurope.com](mailto:office@imaeurope.com)

## Wissenswertes für den Handel

### Gutscheinkarten – der Hit zu Weihnachten

Jetzt ist die Zeit, um das Weihnachtsgeschäft mit Geschenkgutscheinen anzukurbeln. Dass diese immer beliebter sind, zeigt die Trendstudie „Gutscheinkarten im digitalen Zeitalter“ von epay und Plentyco. Auffällig ist, dass Konsumenten Geschenkgutscheine wählen, wenn sie vorher selbst einen erhalten haben. So war dies bei 96 Prozent der Befragten der Fall. Bei den Anlässen folgt Weihnachten gleich nach dem Spitzenreiter Geburtstag. Noch werden Gutscheinkarten vor allem im klassischen Geschäft erworben. Allerdings ist ein Omnichannel-Ansatz unverzichtbar, da immer mehr einen Gutschein mal offline, mal online kaufen. Im Vergleich zum Vorjahr ist ein Anstieg um 10 Prozent auf 23 Prozent zu verzeichnen. Doch Obacht: Bei mangelndem Komfort, fehlenden Informationen oder schmalem Sortiment sind Konsumenten unerbittlich. Dann kaufen sie das Gewünschte woanders.

Wer enttäuscht ist, kommt nicht wieder

Drei von vier Karten wurden beim letzten Gutscheinkartenkauf im Geschäft erstanden. Mit 81 Prozent bevorzugen das vor allem Frauen; bei den Männern sind es 9 Prozent weniger. Und: Gutscheine werden mit 81 Prozent gezielt im Handel gekauft; online sind es 66 Prozent. Ist das Gesuchte nicht vorhanden, büßt das Unternehmen Umsätze ein, da Kunden ein anderes Geschäft aufsuchen.

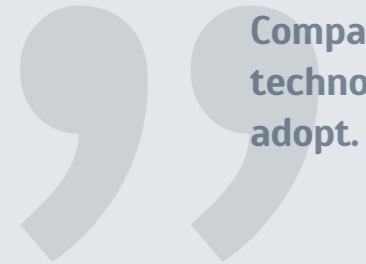
Konsumenten schätzen Auswahl und Informationen

81 Prozent der Kunden schätzen ein breites Angebot an Gutscheinen verschiedener Geldwerte; knapp dahinter liegt eine klare Kartensortierung. Etwas mehr als die Hälfte der Gutschein-Käufer informiert sich im Handel vor Ort. Kein Einheitsangebot ist beim Online-Kauf gefragt. Gutscheine individuell zu gestalten ist für 25 Prozent relevant. Ohne kanalübergreifende Marketingmaßnahmen geht daher nichts.

### Übergangsfristen bei starker Kundenauthentifizierung (SKA)

Am 16. Oktober 2019 hat die Europäische Bankenaufsicht (EBA) klargestellt, dass die von den nationalen Aufsichtsbehörden gewährten Übergangsfristen bei der Anwendung der SKA spätestens mit Ablauf des Kalenderjahres 2020 zu enden haben und die vollständige Implementierung der SKA-Vorgaben bis dahin abgeschlossen sein soll.

## Striving to thrive in a disrupted world



Companies in the prepaid and fintech space have long used technologies that mainstream players are only now starting to adopt.

Amid regulatory and geo-political challenges, prepaid continues to democratise payments around the world. One of the key trends to impact the UK market positively is the growth in the number of UK adults using tech-based financial services, which has risen to 42% compared to just 14% in 2015.

Fuelling this growth in the UK is prepaid, which has become a key enabler for fintechs in the payments space. New technologies combined with legislative changes such as PSD2 mean that more products and services are leveraging the versatility of prepaid technology to develop new propositions.

But it's not all plain sailing. As the market for new ways of banking grows, the risk of fraudulent activity will grow. In this respect, businesses operating in the prepaid market face the same hurdles as any other financial institution, whether it's tackling existing fraud risks such as social engineering and identity theft or evolving criminal methodologies such as cybercrime.

From PIF's recent research, we know that companies in the prepaid sector are expanding the range of identity technologies they use to gain a wider view of a customer's identity, either at the point of account opening or ongoing monitoring. In fact, companies in the prepaid and fintech space have long used technologies that mainstream players are only now starting to adopt.

These include geo-location which identifies a person by location and the use of facial biometrics. We have also found that device reputation, a technology traditionally used by large online gambling companies or retail banks, is starting to be used by the prepaid market. A newer trend is to go beyond ID document validation to examine a customer's online identity and gain confidence around their real-world identity.

Whilst it's very difficult to completely eliminate the threats, our research shows that businesses are actively embracing new technologies that allow them to develop and implement robust fraud prevention strategies, including new identity platforms that combine multiple identity technologies to help them verify their customers.

Collaboration is key in the fight against fraud as this presents an opportunity for operators, legislators, regulators and government departments to leverage data and

insights to build an effective line of defence. For example, Confirmation of Payee is a new payment verification process being developed by Pay.UK to give customers greater assurance that they are sending their payments to the intended recipient.

Whilst new legislation and advances in technology offer an abundance of opportunity, it can be complex and costly to navigate. Brexit uncertainty in particular, is a big challenge. The UK is a significant market for prepaid and is the home of much of the EU's innovation and growth for this sector. Over two thirds of businesses PIF surveyed in 2018 were preparing to move at least some or all of their operations out of the UK. ●



PIF – [www.prepaidforum.org](http://www.prepaidforum.org) – is the not-for-profit industry body representing organisations who are regulated under e-money and payments services legislation and who operate in the high-growth prepaid and fintech sectors.



**Diane Brocklebank**  
Commercial Director, Prepaid International Forum (PIF)

# Termine



Prepaid Kongress 2018

## 28.11.2019

### Prepaid Kongress, Berlin

Am 28. November 2019 ist es so weit: Der Prepaid Verband Deutschland wird den 6. Prepaid Kongress in Berlin veranstalten. Einen Tag lang wird sich alles um die Prepaid-Branche, um aktuelle regulatorische Richtlinien, welche die Branche beeinflussen werden, um Entwicklungen des Marktes und um innovative Geschäftsideen drehen. Seien Sie dabei!

## 29.11.2019

### Mitgliederversammlung des PVD, Berlin nichtöffentliche Sitzung

## 04.-05.03.2020

### UKGCVA Conference 2020

Das Geschenkgutschein-Flaggschiff der Branche ist ab sofort buchbar. Wenn Sie nur an einer Konferenz pro Jahr teilnehmen – stellen Sie sicher, dass es diese ist!

## 30.04.2020

### Mitgliederversammlung des PVD, Berlin nichtöffentliche Sitzung

## 06.-07.05.2020

### EHI Payment Kongress 2020, Bonn

Mit zuletzt mehr als 670 Teilnehmern, über 25 Ausstellern und weiteren 25 Dienstleistern ist der EHI Payment Kongress die führende Branchenveranstaltung zum Zahlungsverkehr im D-A-CH-Raum. Auch der PVD wird mit einem Stand vertreten sein. Kommen Sie uns besuchen.

## 26.-28.05.2020

### UNITI expo, Stuttgart

Die UNITI expo ist die europäische Leitmesse der Tankstellen- und Carwash-Branche. Das Vortragsprogramm, das kompakte Format mit drei Messtagen und der zweijährige Rhythmus sind genau auf die Anforderungen der Zielgruppe abgestimmt. Damit ist die UNITI expo für Aussteller und Besucher eine einzigartige Gelegenheit, neue Kontakte zu knüpfen und Geschäftsbeziehungen zu festigen.

## Impressum

### Herausgeber

Prepaid Verband Deutschland e. V.  
Marburger Str. 2  
10789 Berlin

+49 (0)30859946-250 / [redaktion@prepaidverband.de](mailto:redaktion@prepaidverband.de)  
[www.prepaidverband.de](http://www.prepaidverband.de) / [www.prepaidkongress.de](http://www.prepaidkongress.de)

### Geschäftsführender Vorstand

Jonny Natelberg, Christian Aubry, Dr. Hartwig Gerhartinger,  
Volker Patzak, Jörg Steinmetz

Der PVD ist in der öffentlichen Liste der beim Deutschen Bundestag registrierten Verbände eingetragen und unter der Kennnummer 4311 5161 3776 – 29 im Transparenzregister der Europäischen Kommission registriert.

### Redaktion

Katrin Barz

### Bilder

Titelbild: Lutsenko\_Oleksandr – Shutterstock.com / Seite 3: zhudifeng – Shutterstock.com / Seite 7: Predrag Jankovic – Shutterstock.com

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ohne Zustimmung des Herausgebers ist unzulässig.

### Erscheinungsweise

halbjährlich

### Layout

stoffers/steinicke

### Druck und Versand

Lekkerland AG & Co. KG



# prepaid.kongress

28. November / Quadriga Forum Berlin

## Erfolgsstrategien im Zeitalter digitaler Beschleunigung



**PVD** Prepaid  
Verband  
Deutschland

[www.prepaidkongress.de](http://www.prepaidkongress.de)