

Staatssekretärin im Bundesministerium  
des Inneren  
Frau Dr. Emily Haber  
Bundesministerium des Inneren  
Alt-Moabit 140  
10557 Berlin

Durchwahl	Datum
+49-30 50 56 15 38	19.05.2016

## Beschluss des Koalitionsausschusses zu strengeren Identitätskontrollen bei Prepaid-Kunden

Sehr geehrte Frau Staatssekretärin Dr. Haber,

der Koalitionsausschuss hat Mitte April verschiedene Maßnahmen beschlossen, die einer verbesserten Terrorismusbekämpfung dienen sollen. Ein Beschluss zielt darauf ab, dass sich Kunden zukünftig beim Kauf von Prepaid-Mobilfunkkarten durch Vorlage eines „Identitätsdokumentes“, also z. B. per Personalausweis mit vollständigen Adressangaben ausweisen müssen.

Wir unterstützen als Telekommunikationsindustrie seit vielen Jahren zahlreiche Maßnahmen, die dazu beitragen, die Sicherheit der Bevölkerung zu erhöhen. Geeignetheit, Verhältnismäßigkeit, und Kosteneffizienz sind dabei ebenso zu beachten wie datenschutz- oder verbraucher-schutzrechtliche Belange.

Im Hinblick auf den aktuellen Beschluss, möchten wir gerne im Folgenden näher auf die Dimensionen und Implikationen für die betroffenen Unternehmen, Kunden und Bürger eingehen.

Rund 55 Mio. Kunden nutzen Prepaid-Produkte in Deutschland, etwa 18 Mio. Prepaid-Karten werden pro Jahr verkauft. Der jährliche Umsatz mit Prepaid beläuft sich auf ca. 3 Mrd. €. Prepaid-Produkte sind in Deutschland an ca. 45.000 Verkaufsstellen erhältlich. Verkaufsstellen sind zum einen der Telekommunikations-Fachhandel mit ca. 5.000 Händlern, zum anderen aber auch der sogenannte Cash&Carry-Handel (z. B. Lebensmittelhandel, Discounter, Drogerien, Kioske; nur Verkauf der Karte ohne Beratung und ohne Aktivierung vor Ort – ca. 40.000 Verkaufsstellen). Ca. 35 % bzw. 6,3 Mio. Neukunden kommen über den Fachhandel, ca. 45 % bzw. 8,1 Mio. Neukunden über Cash&Carry und weitere 20 % bzw. 1,8 Mio. Neukunden kaufen online.

Prepaid hat seine Kunden über alle Bevölkerungsstrukturen, jedoch mit einem Schwerpunkt bei Jüngeren, bei Senioren, bei Menschen mit Migrationshintergrund und Bürgern mit eher niedrigerem Einkommen sowie bei Touristen. Zentrale Entscheidungsgründe für die Entscheidung für Prepaid laut Kundenbefragungen: Kostenkontrolle, Einfachheit, Unabhängigkeit. Für die Bürger unseres Landes ist der Kauf von Prepaidkarten also ein außerordentlich wichtiges Konsumgut, das gerade aufgrund der geringen Komplexität sehr gut im Markt integriert ist. Hinzu kommt, dass für unsere Bürger nicht nur möglichst einfache Prozesse außerordentlich wichtig sind. Nur sie ermöglichen zudem auch günstige Preise, von denen vor allem ältere, einkommensschwache und Menschen mit Migrationshintergrund profitieren.

**Vor diesem Hintergrund möchten wir Sie bitten, folgende Punkte im Rahmen Ihrer weiteren Beratungen zu berücksichtigen:**

- Primär sollten international oder zumindest europäisch einheitliche Regelungen geschaffen werden. Deutsche Alleingänge führen lediglich zu einer Beschaffung von SIM-Karten im Ausland und damit zu einem vollständigen Leerlaufen der Maßnahmen bei gleichzeitigen Belastungen für die deutschen Verbraucherinnen und Verbraucher.
- Heute gut funktionierende Vertriebswege müssen nicht abgeschnitten werden, um die gewünschte Sicherheit zu erzielen. Die Anbieter benötigen lediglich eine flexible Lösung, die offen ist für verschiedene Identifikationsverfahren (z.B. Video-Identverfahren, Willkommensbrief etc.). Je nach Vertriebsweg werden unterschiedliche Verfahren sinnvoll sein, die letztlich aber eine gleichwertige Sicherheit schaffen.
- Zeitlich sollte der Identitätsnachweis durch die Kunden in einem eng zu definierenden Zeitfenster im Anschluss an die Aktivierung der SIM-Karte erfolgen können, da ansonsten insbesondere digitale Ident-Verfahren ausgeschlossen würden, die häufig ein funktionierendes Mobiltelefon voraussetzen.
- Die geplanten strengeren Identitätskontrollen von Prepaidkunden sollten keinesfalls noch weiter ausgedehnt werden. Weder im Mobilfunk-Postpaid- noch im -Festnetz-Bereich sehen wir hier potentielle Probleme – in beiden Markt Bereichen sind die Kundendaten den Anbietern bekannt, ohne dass hier in vergleichbarer Weise falsche Angaben seitens der Kunden gemacht werden.
- Für die Implementierung neuer Identitätsverfahren benötigen die Anbieter Übergangsfristen von mindestens 12 Monaten.

- Regelungen, die vorwiegend im Interesse der Sicherheitsbehörden erfolgen, sind unter Berücksichtigung der Kostenlast der Telekommunikationsunternehmen und gegebenenfalls unter Einbeziehung von Entschädigungsleistungen zu treffen.

Wir brauchen wirksame aber auch effiziente Lösungsansätze, die wir gerne mit Ihrem Hause erörtern möchten.

Mit freundlichen Grüßen



Jürgen Grützner  
VATM-Geschäftsführer