

ProChip

Das Magazin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Nr. 17



INSTANT PAYMENTS

Was macht Echtzeit-
zahlungen besonders?

ALLES DIGITAL?

Bargeld- & kontaktloses
Bezahlen in Handel &
Handwerk

BEZAHLEN *TO GO* IN BUS, BAHN & CO.

Zahlungssysteme für die
Mobilität von morgen

Sehr geehrte Damen und Herren,

sie sind raus, die neuen girocard-Jahreszahlen. Und was soll ich sagen? Die Ergebnisse 2019 übersteigen erneut unsere kühnsten Erwartungen. Nach dem Rekordjahr 2018 hatten wir zu mindest nicht damit gerechnet, dass es in gleichem Tempo weiter steil nach oben geht. Satte 19 Prozent Steigerung der girocard-Transaktionszahlen gegenüber 2018. Und der Anteil der Kontaktlos-Transaktionen wächst und wächst. Das passt nicht nur wunderbar zur girocard, sondern auch zur Initiative Deutsche Zahlungssysteme und zu unserem kleinen, nunmehr 15-jährigen „Vereinsjubiläum“.



In all den Jahren haben wir gemeinsam viele spannende Themen und Innovationen vorangetrieben. Mit Blick auf die jüngsten Entwicklungen kann jedoch ein Erfolgsfaktor deutlich hervorgehoben werden: Die girocard kontaktlos. Die schnelle und bequeme Art des Bezahlens löst nicht nur im Eiltempo das bisherige Stecken der Karte ab, sondern animiert auch traditionelle Barzahler immer häufiger dazu, an der Kasse – selbst bei kleineren Beträgen – die girocard zu zücken. Ein Trend, der auch vom Handel registriert wird und unmittelbar zur Erschließung neuer Akzeptanzfelder beiträgt. Der Kundenwunsch bestimmt die Richtung und die rasant steigende Beliebtheit der girocard kontaktlos führt selbst in klassischen Bargelddomänen zu einem Paradigmenwechsel. Waren es in 2018 vor allem noch große Einzelhändler, welche die Kontaktlos-Variante anboten und förderten, so zeigten 2019 zunehmend auch Kleinbetriebe – von Bäckereien über Metzgereien bis hin zum Gemüsehändler um die Ecke – großes Interesse an einer girocard-Akzeptanz.

Einen weiteren Beitrag leistet zudem der enorme technische Fortschritt, der bei allen Beteiligten für Stabilität und Vertrauen sorgt. Die Sicherungssysteme machen das kontaktlose Bezahlen – egal ob mit Smartphone oder Karte – so sicher wie nie. Auch für die Händler: Nach Einführung der digitalen girocard können sie sich weiterhin stets auf den korrekten Geldeingang beim bargeldlosen Bezahlen verlassen. Null Ausfallrisiko samt attraktivem Bereitstellungspreis. Mehr geht nicht!

Perspektivisch werden auch neue Akzeptanzbereiche und Innovationen – wie z. B. das TOPP (Terminal ohne PIN-Pad), das kontaktloses Bezahlen an unbediente Akzeptanzstellen bringt – in nicht unerheblichem Maße den Erfolgsweg der girocard untermauern. Dieses 2018 von der Deutschen Kreditwirtschaft gestartete Projekt zeichnet bereits eine rekordverdächtige Entwicklungskurve.

Gemeinsamer Nenner aller Einsatzbereiche ist das steigende Vertrauen auf Händler- und Verbraucherseite gleichermaßen. Innovationen werden dafür sorgen, dass weitere Bereiche auf den Kontaktlos-Zug aufspringen. Klar ist: Für immer mehr Menschen gehört das kontaktlose Bezahlen mit ihrer girocard zum normalen Alltag. Irgendwann werden wir es nicht mehr anders kennen.

Begleiten Sie uns auf dem Weg in die Zukunft des Bezahlens. Auf den folgenden Seiten finden Sie interessante Einsichten, beleuchtet aus unterschiedlichsten Perspektiven.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Ingo Limburg

Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.



6

→ 03 Editorial

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

→ 06-07 Gemeinsam für den Chip im Alltag

Zahlungssysteme der DK

- 08-09 Die girocard: Alle Funktionen auf einen Blick
- 10-11 Kontaktlos Bezahlen mit der girocard: Eineinhalb Jahre digitale girocard
- 12-13 Interview: Innovationstempo der girocard bleibt hoch
- 14-17 Gastbeitrag: Instant Payments – Was macht Echtzeitzahlungen besonders?
- 18-21 TOPP – Terminal ohne PIN-Pad im Regelbetrieb
- 22-23 Marktforschung als Zukunftsbasis
- 24-25 Kontaktlos am Geldautomaten

Wandel beim Bezahlen

- 26-29 "Talkin' 'bout my generation" – Generationen, Technik und Bezahlen
- 30-31 Eine Frage, viele Perspektiven
- 32-33 Gastbeitrag: Die Zukunft des Bezahlens
- 34-35 Allensbach-Umfrage: Generation bargeldlos?
- 36-37 Alles im Griff – Sicherheit im girocard-System



10



18



34

Handwerk & Handel

- 38-41 Alles digital? Bargeld- & kontaktloses Bezahlen in Handel & Handwerk
- 42-43 Interview: BVMW – Blickpunkt Mittelstand
- 44-45 Webinar für Händler: Was es mit Karte Kontaktlos & Co. auf sich hat

Mobilität

- 46-49 Zahlungssysteme für die Mobilität von morgen
- 50-51 Jahresveranstaltung 2019

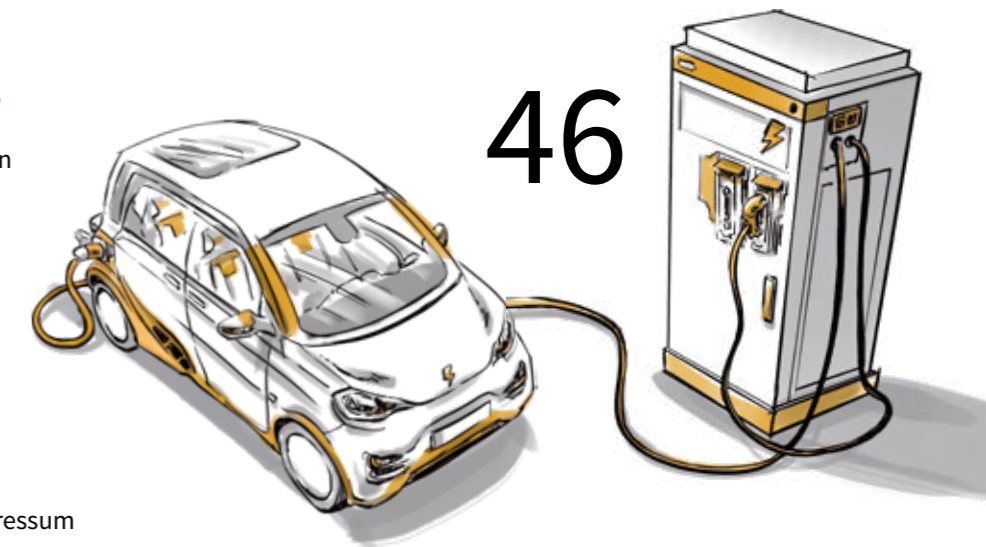


Projekte & Aktuelles

- 52-53 Vernetzt für modernes Bezahlen in Deutschland
- 54-56 Neuigkeiten

Mitglieder

- 57 Vorstellung neuer Mitglieder
- 58-60 Mitgliederverzeichnis und Impressum



54 **Neuigkeiten**



Gemeinsam für den Chip im Alltag

Eine Gesellschaft, in der die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft als sichere, verlässliche und einfache Alternative zu Bargeld und zu anderen Zahlungssystemen wahrgenommen werden, ist Zielsetzung und Anspruch aller Aktivitäten der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. Im Jahr 2020 feiert der Verein das 15-jährige Bestehen und erreicht damit einen Meilenstein seiner Erfolgsgeschichte.

Das ist die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Der Verein informiert Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Medien über die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft und fördert ihre Nutzung und Akzeptanz bei Händlern und Verbrauchern in Deutschland. Sein Portfolio umfasst die girocard mitsamt allen Zusatzfunktionen, darunter die Prepaid-Verfahren GeldKarte und girogo, die Möglichkeit der elektronischen Zeiterfassung oder das Jugendschutzmerkmal. Gleichermassen begleitet die Initiative Innovationsthemen im Umfeld der Deutschen Kreditwirtschaft wie girocard kontaktlos und die digitale girocard im Smartphone und andere Weiterentwicklungen im Zahlungsverkehr der DK.

Zentrale Pfeiler des Vereins sind die politische Kommunikation und das aktive Politikmanagement. In diesen Bereichen konzentriert sich die Arbeit der Initiative darauf, Arbeitsbeziehungen zu politischen Entscheidungsträgern aufzubauen und zu pflegen, gesellschaftspolitischen und regulatorischen Herausforderungen zu begegnen sowie die relevanten Gesetzgebungsverfahren zu identifizieren und zu beurteilen.

Auf Basis einer engen Zusammenarbeit mit Stakeholdern aus Politik und Wirtschaft hat sich die Initiative zum Ziel gesetzt, die girocard und ihre vielfältigen Funktionen in möglichst vielen Bereichen des öffentlichen Lebens zu etablieren. Gleichermassen möchte sie auch aktiv Impulse für Innovationen innerhalb des Ökosystems der bargeldlosen Bezahlung setzen und die Offenheit und Annahmefähigkeit der Gesellschaft diesen gegenüber vorantreiben.

Der Verein – viel mehr als nur die Summe seiner Mitgliedsunternehmen

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme vertritt die Interessen von Unternehmen und Institutionen, die die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft akzeptieren oder eine entsprechende technologische Infrastruktur bereitstellen. Zu den Vereinsmitgliedern zählen unter anderem Terminalhersteller und Softwareanbieter, Bankenverbände und Kreditinstitute, Automaten-aufsteller, Netzbetreiber und Vertreter des Handels.

Nach außen setzt sich die Initiative für die Interessen ihrer Mitglieder ein und vertritt sie durch gezielte Kommunikationsarbeit gegenüber Politik und Medien – sie ist Sprachrohr für aktuell 84 Unternehmen, die den Verein konstituieren. Weiterhin informiert und berät sie Verbraucher, mittelbar durch Politik und Presse, in Bezug auf die von Vereinsmitgliedern angebotenen Dienstleistungen und Produkte.

Nach innen ist die Initiative eine Plattform zum Erfahrungsaustausch. Sie fördert die Interaktion zwischen den Mitgliedsunternehmen, teilt branchenspezifische Informationen und leistet Unterstützung für jeweilige eigene Aktivitäten. Darüber hinaus initiiert und moderiert der Verein Projekte, recherchiert Einsatzmöglichkeiten für die bargeldlosen Bezahlssysteme und erschließt neue Akzeptanzbereiche. ///



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Ein starkes Netzwerk für modernes Bezahlen in Deutschland

Alle Funktionen auf einen Blick



Die Deutschen tragen rund 100 Millionen girocards in ihren Geldbörsen – und haben damit ein wahres Multitalent in der Tasche. Denn die kleine Karte ist der Schlüssel zum Girokonto, egal ob es ums Geld an sich oder um Verwaltungsaufgaben geht. Viele Zusatzfunktionen erweitern zudem ihre Einsatzmöglichkeiten. Zentrale Aufgaben werden dabei im girocard-System umgesetzt. Dieses ist der übergeordnete und neutrale Rahmen der Deutschen Kreditwirtschaft für ihre zwei bewährten Zahlungssysteme: bargeldloses Bezahlen direkt vom Konto (ehemals „electronic cash-System“) und Geldabheben am Automaten („Deutsches Geldautomaten-System“).

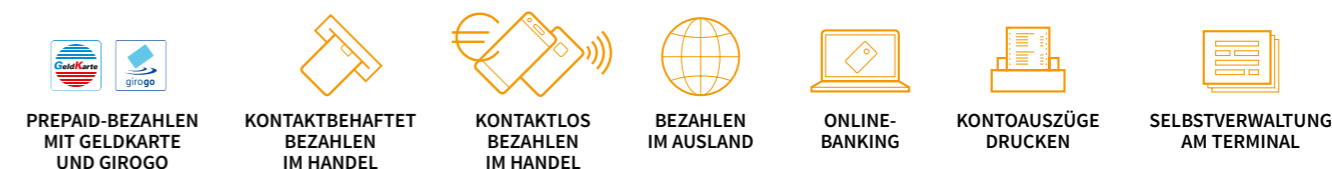
BEZAHLEN

Zentrale Funktion der girocard ist das Bezahlen. Deutschlandweit gibt es dafür aktuell (Stand Dezember 2019) mehr als 871.000 Terminals – rund neun von zehn Terminals (ca. 755.000, Stand Dezember 2019) funktionieren bereits kontaktlos. Dort können Kunden nicht nur klassisch mit Stecken der Karte bezahlen, sondern auch kontaktlos mit entsprechend ausgerüsteten Karten oder mit der digitalen girocard im Smartphone. Kunden halten ihre girocard bzw. ihr Smartphone dabei dicht an das Bezahlterminal.

Bei Beträgen bis 25 Euro ist dafür in der Regel keine Verifikation nötig. Der gesamte kontaktlose Bezahlvorgang dauert so (von Nennung des Betrages bis Druck des Kassensbons) im Schnitt nur elf Sekunden. Aktuell tragen bereits mehr als 75 Millionen Karten die entsprechende Funktion. Um Mobile Payment mit der girocard zu nutzen, benötigen Kunden ein NFC-fähiges Android-Smartphone und die entsprechende App ihres teilnehmenden Instituts. Kunden von Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken können mit der digitalen girocard alternativ zur PIN-Eingabe auch CDCVM (Consumer Device Cardholder Verification Method) nutzen, also die Zahlungsverifikation mittels Freigabemechanismus des Smartphones (z. B. biometrische Verfahren). Im laufenden Jahr 2020 planen Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken zudem Mobile Payment mit der girocard auch für das iPhone einzuführen.

Sollte einmal keine girocard-Akzeptanz vorliegen, z. B. im Ausland, können Kunden ihre Karte über das zusätzliche Co-Brand, bspw. VPay, Maestro oder JCB, nutzen.

Weiterhin sind viele girocards mit einer Prepaid-Funktion ausgestattet, bei der Kunden vorab Guthaben auf den Chip laden. Zum Bezahlen Karte stecken (GeldKarte) oder vorhalten (girogo). Der Rechnungsbetrag wird ohne eine PIN-Eingabe von dem geladenen Guthaben abgebucht. GeldKarte und girogo sind z. B. an Automaten für Fahrscheine, Parktickets, Zigaretten und Snacks sowie in der Gemeinschaftsverpflegung (Schul- und Unternehmensrestaurants) im Einsatz.



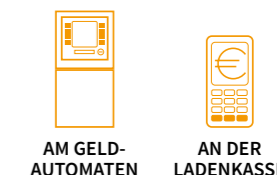
ZUSATZFUNKTIONEN

Darüber hinaus erweitern zahlreiche Zusatzfunktionen das Einsatzspektrum der girocard, z. B. das Jugendschutzmerkmal, mit dessen Hilfe etwa beim Zigarettenkauf auch am Automaten überprüft werden kann, ob der Kunde volljährig ist.

GELD ABHEBEN

An rund 58.000 Geldautomaten in Deutschland können Kunden mittels PIN-Eingabe Bargeld direkt vom Konto abheben. Zusätzlich bieten viele Einzelhändler an ihren Kassen die Möglichkeit, direkt mit dem Einkauf Bargeld abzuheben.

Um Kunden das volle Angebot des girocard-Systems auch kontaktlos bieten zu können, prüft die Deutsche Kreditwirtschaft diese Möglichkeit am Geldautomaten. Mehr zur entsprechenden User-Experience-Studie lesen Sie ab Seite 24.



VERWALTUNG

Zahlreiche Selbstverwaltungsfunktionen stehen an Terminals von Banken und Sparkassen zur Verfügung und können mit der girocard genutzt werden. Darunter z. B. einmalige Überweisungen oder das Einrichten, Ändern und Kündigen von Daueraufträgen. Außerdem erhalten Kunden am Terminal jederzeit über einen gedruckten Kontoauszug eine Übersicht über alle Ein- und Ausgänge auf ihrem Konto. Auch über das Onlinebanking können Kunden, unabhängig von Ort und Öffnungszeiten, transparent und zeitnah alle Transaktionen nachvollziehen, die ihr Konto betreffen – darunter z. B. alle Zahlungen und Abhebungen, die sie mit ihrer girocard getätigt haben.



KONTAKTLOS BEZAHLEN MIT DER GIROCARD

EINEINHALB JAHRE DIGITALE GIROCARD



Einsen und Nullen – mehr braucht man nicht, um viele Dinge und Prozesse in unserer Welt darzustellen. So einfach das System ist, so komplex sind mitunter die Ergebnisse. Kaum jemand ist in der Lage, nachzuvollziehen, wie die digitale Welt funktioniert – und dennoch macht sie unseren Alltag in vielen Aspekten immer einfacher und komfortabler.

Das gilt auch für das Bezahlen mit der Karte. Statt am Geldautomaten Bargeld zu holen und damit einzukaufen, lässt sich der gesamte Bezahlvorgang im girocard-System voll digital abwickeln – und auch die Karte selbst gibt es schon in einer Version aus Einsen und Nullen.

Rund 100 Millionen girocards werden von den Kunden deutschlandweit genutzt. Ende 2019 hatten bereits drei Viertel davon die Kontaktlos-Funktion. Kunden teilnehmender Institute bekommen zum turnusmäßigen Kartenaustausch automatisch eine Karte, mit der sie auch ohne Stecken bezahlen können. Die Auswirkungen auf die Transaktionszahlen sind enorm:

Entwicklung der girocard

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 2018 wurde im Jahr 2019 rund 18,7 Prozent öfter mit der hierzulande beliebtesten Karte bezahlt. In absoluten Zahlen ausgedrückt sind das 4,5 Milliarden Mal. Zugleich sank der Wert des Durchschnittsbons, der damit bezahlt wurde, auf 46,86 Euro (im Vergleich zu 49,39 Euro im Vorjahreszeitraum). Die Kontaktlos-Technologie gilt demnach branchenweit als Treiber für das elektronische Bezahlen. Mehr girocards mit Kontaktlos-Funktion in den Geldbeuteln ermöglichen auch immer mehr Menschen auf diese Weise zu bezahlen. Im Dezember 2019 waren rund 35,7 Prozent aller Zahlungen kontaktlos. Dabei haben Kunden im Schnitt 33,93 Euro bezahlt.

Bezahlen mit der girocard im Smartphone

Seit etwas über eineinhalb Jahren gibt es nun die digitale girocard, die im Sommer 2018 von ersten Banken und Sparkassen eingeführt wurde. Seit Einführung haben immer mehr Banken und Sparkassen Mobile Payment für ihre technikaffinen Kunden eingeführt. Wer will, kann mit der passenden App nun sein Smartphone zum Bezahlen nutzen. Im ersten Jahr haben bereits fast eine halbe Million Kunden von Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken eine digitale Bezahlkarte auf dem Smartphone installiert. Rund 600.000 waren es im Januar 2020 – über 80 Prozent davon girocards. Das zeigt, dass Kunden auch bei der Bezahlung mit dem Smartphone am liebsten ihre girocard nutzen.

Im Praxistest schneidet das Verfahren bei den Kunden gut ab: Wer schon einmal mobil bezahlt hat, nutzt das Verfahren mit sehr großer Wahrscheinlichkeit regelmäßig wieder. Das bestätigt eine Umfrage von infas quo im Auftrag der EURO Kartensysteme vom März 2019 unter technikaffinen Personen.¹ Die große Mehrheit der Nutzer mobilen Bezahls gab dabei an, das Smartphone jedes Mal zu nutzen, wenn die Möglichkeit besteht, oder immer dann, wenn sie an der Kasse daran denkt, dass sie es kann. 42 Prozent der Kartenbesitzer haben zudem großes Interesse an einer digitalen Karte auf dem Smartphone. Rund ein Drittel (32 Prozent) gab sogar an, es würde Bezahlkarten auf jeden Fall oder sehr wahrscheinlich auf dem Smartphone installieren. Doch die Kunden sind wählerisch: Rund drei Viertel der Kartenbesitzer mit Bereitschaft für mobiles Bezahlen möchten nur eine App ihrer Hausbank oder Sparkasse nutzen. Das zeugt bei aktuell bereits guten Werten der digitalen girocard von großem Vertrauen der Kunden in ihre Hausbanken.

Wie nachhaltig diese Entwicklung ist, zeigen auch die jährlichen Erhebungen des EHI: Laut der Studie „Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2019“ wurde 2018 erstmals mehr Umsatz mit Kartenzahlung (48,6 Prozent) als mit Bargeld (48,3 Prozent) gemacht. Mit über 30 Prozent Anteil war die Bezahlkarte der Deutschen Kreditwirtschaft dabei der Haupttreiber dieser Entwicklung. Zwar werden vor allem größere Beträge nach wie vor vorzugsweise mit der Karte bezahlt, immer öfter aber zücken Kunden ihre Karte auch bei kleinen Rechnungen, die bislang meist mit Kleingeld beglichen wurden. Gute Aussichten also für die girocard. ///

1) 239 Personen im Alter von 18 bis 69 Jahren, die ein Smartphone besitzen und Onlinebanking nutzen.

„Das **Innovations-tempo** der girocard bleibt hoch“



Dr. Andreas Martin, Vorstandsmitglied beim Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken, spricht im Interview über den Siegeszug der girocard sowie den Wandel im Portemonnaie der Bundesbürger.

Anfang der 1980er-Jahre wurden Chipkarten im Masseneinsatz erprobt, seitdem ist ihr Siegeszug nicht mehr aufzuhalten. Was macht speziell den Erfolg der girocard aus?

In der Tat, die girocard ist mit über 100 Millionen ausgegebenen Karten und 4 Milliarden Transaktionen das mit Abstand erfolgreichste bargeldlose Zahlungsmittel in Deutschland. Das ist vor allem ein Erfolg der deutschen Banken und Sparkassen, die die girocard konsequent weiterentwickelt haben. Die hohe Kundenakzeptanz ist zudem für den Handel ein wichtiger Faktor, denn letztlich ist dieser auf zuverlässige und hoch performante Massenzahlverfahren angewiesen. Folgende drei Faktoren haben zu der hohen Akzeptanz beigetragen:

- **1. Die Abstimmung mit dem Handel:** Vor ziemlich genau 30 Jahren wurde die girocard in enger Abstimmung mit dem Handel eingeführt; auch heute gibt es regelmäßig Gespräche, um wichtige Impulse des Handels aufzunehmen.
- **2. Stetige technische Weiterentwicklung:** Die Einführungen von NFC, dem mobilen Bezahlen oder den Terminals ohne PIN-Pad sind erfolgreiche Beispiele dafür, dass die Technik dem Kunden und dem Bezahlprozess dienen muss.
- **3. Günstige Preise:** Das girocard-System ist sehr schlank aufgestellt. Die Händler zahlen keine Betreiber- oder sonstigen Gebühren; nur das am Markt verhandelte Händlerentgelt und ein Preis für die technische Dienstleistung sind vom Händler zu zahlen.

Lange galt für viele Bürger „Nur Bares ist Wahres“. Seit Kurzem lässt sich jedoch ein verstärkter Wandel hin zur Kartenzahlung erkennen. Besonders zeigt sich dies bei der jüngeren Generation, aber auch ältere Bürger sind innovationsbereit. Was sind die Gründe für diesen Wandel?

Die Kartenzahlung mit der girocard – vor allem das kontaktlose Verfahren – ist komfortabel und kinderleicht. Die infrastrukturelle Abdeckung ist mit rund

871.000 Terminals gut. Das zusammen sorgt für eine gute Akzeptanz bei den Endkunden. Selbstkritisch muss man aber auch festhalten, dass Deutschland bei den bargeldlosen Zahlungen hinterherhinkt. Kartenzahlungen „erst ab 15 Euro“ ergeben heute keinen Sinn mehr, denn die Akzeptanzkosten für den Händler sind auch bei kleinen Beiträgen gering, aber die Steigerung der Servicequalität für seine Kunden ist enorm. Hinzu kommt, dass die Bargeldvorhaltung ebenfalls Kosten verursacht. Für die Kunden ist es demgegenüber eine enorme Steigerung der Servicequalität, wenn sie über alle Beträge hinweg bargeldlos bezahlen können. Ich bin daher fest überzeugt, dass die Nutzungszahlen der girocard weiter steigen werden.

Viele Institute bieten ihren Kunden auch die Möglichkeit, mit der digitalen girocard im Smartphone an der Kasse zu bezahlen. Wie wird diese neue Form des Bezahlens bisher angenommen?

Seit gut eineinhalb Jahren können die Volksbanken und Raiffeisenbanken ihren Kunden die digitale girocard, also das Bezahlen mit dem Smartphone, anbieten. Auch wenn wir von den Kunden, die digitale Karten einsetzen, durchweg positives Feedback erhalten, war uns von Anfang an bewusst, dass mobiles Bezahlen nicht schlagartig alle anderen Bezahlformen verdrängt. Unser Ansatz ist, den Kundenwünschen folgend, alle Bezahlformen anzubieten, die Kunden einsetzen möchten. Dazu gehört das gesamte Spektrum vom Bargeld bis zu digitalen Innovationen.

Welche Innovationen rund um die girocard dürfen wir in der näheren Zukunft erwarten?

Wir werden die Entwicklung der girocard weiter fortsetzen. Die Stoßrichtung dabei ist, dass an allen Kundenkontaktpunkten mit der girocard-Technologie gezahlt werden kann, also z. B. auch im E-Commerce und bei App-Zahlungen. Grundsätzlich sind wir natürlich auf Rahmenbedingungen angewiesen, die es uns überhaupt erlauben, weitere große Investitionen zu tätigen. Dabei ist auch die Politik gefragt. Denn dass Deutschland als eines der größten Industrieländer weltweit überhaupt ein eigenständiges Zahlverfahren

hat, ist der kontinuierlichen Arbeit der Banken und Sparkassen zuzuschreiben. Die Regulierung jedenfalls hat uns in den vergangenen Jahren eher weniger geholfen, gleichwohl hier in letzter Zeit ein erkennbares Umdenken stattgefunden hat.

Wie, denken Sie, werden wir in zehn Jahren bezahlen?

Die Dynamik, mit der heute technische Entwicklungen ganze Märkte verändern, macht jede längerfristige Prognose schwierig. Am 9. Januar 2007, also vor gut 13 Jahren, wurde das erste iPhone vorgestellt. Mittlerweile werden weltweit 1,4 Milliarden Smartphones verkauft. Ich möchte damit sagen, dass wir nicht exakt vorhersagen können, welche Entwicklungen sich in den kommenden zehn Jahren ergeben werden. Was wir aber sagen können, ist, dass die genossenschaftliche FinanzGruppe weiterhin ihr Innovations-tempo bei der girocard hoch halten wird, um ihren Kunden ein optimales Bezahlerlebnis bieten zu können.



Dr. Andreas Martin

ist Vorstandsmitglied beim Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken und verantwortet dort die Themen Finanzen und Organisation, IT-Strategie, Personalmanagement, Zahlungsverkehr, Bankorganisation/IT, Volkswirtschaft sowie Betriebswirtschaft und Strategische Planung.

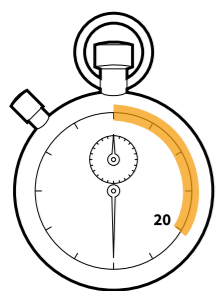


INSTANT PAYMENTS

WAS MACHT ECHTZEIT- ZAHLUNGEN BESONDERS?

Seit dem Start des SEPA-Verfahrens für Echtzeitzahlungen im November 2017 haben sich nahezu alle Banken und Sparkassen in Deutschland angeschlossen.

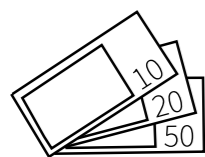
Sie sind mindestens für Echtzeitzahlungen erreichbar. Immer mehr Institute bieten Überweisungen quasi „instant“ an und die Nutzung steigt. Der Betrag steht dem Empfänger also innerhalb von wenigen Sekunden zur Verfügung. Europäische und nationale Institutionen fordern, dass die Echtzeitzahlung die Standard-Überweisung ablöst. Sie erhoffen sich dadurch eine Stärkung des europäischen Binnenmarktes und mehr Komfort für den Nutzer.



Max. 20 Sek.
dauert es, bis der Zahlungsempfänger bei der SEPA-Echtzeitzahlung sein Geld erhält

*Ideal bei
Versicherungs-
beiträgen,
Darlehens-
raten oder
bei Schnell-
einkäufen im
E-Commerce*

2019 wurden
ca. 50 Mio.
Echtzeitüberweisungen
in Deutschland getätigt



Ab Juli 2020 dürfen gemäß
SEPA-Regelwerk Beträge bis zu
100.000 €
überwiesen werden

*Echtzeit-
zahlungen
sind final*

Was steckt dahinter?

Jeder Kontoinhaber kennt die klassische Überweisung von seinem Girokonto. Die SEPA-Überweisung wurde bereits im Januar 2008 eingeführt. Seit 2012 beträgt die Ausführungsfrist von der Annahme durch die Bank des Zahlers bis zur Gutschrift auf dem Konto des Zahlungsempfängers maximal einen Geschäftstag. Das ist geübte Praxis. In 2018 wurden in Deutschland 5.972 Milliarden beleglose Überweisungen getätigt.¹

Bei der SEPA-Echtzeitzahlung handelt es sich ebenfalls um eine Überweisung. Die Belastung auf dem Girokonto erfolgt dabei unmittelbar und quasi zeitgleich – der Zahlungsempfänger erhält den Betrag gemäß den SEPA-Verfahrensregeln innerhalb weniger (maximal 20) Sekunden. Über den Betrag kann der Zahlungsempfänger sofort verfügen. Im Jahr 2019 wurden nach Hochrechnungen des Bundesverbandes Öffentlicher Banken Deutschlands (VÖB) e.V. ca. 50 Millionen Echtzeitüberweisungen in Deutschland getätigt. Sie kamen überwiegend über das Onlinebanking.

Die Vorteile für den Zahlungsempfänger liegen klar auf der Hand und sind willkommen

Unmittelbare Verfügbarkeit eines Betrages ermöglicht eine direkte Verwendung. Zudem sind Echtzeitzahlungen final. Das bedeutet, dass eine Rückabwicklung nur in wenigen Ausnahmefällen möglich ist. Auch für den Zahler erleichtert das Anstoßen der Überweisung quasi „in letzter Sekunde“ eine uhrzeitgenaue Disposition und damit das Auslösen der Zahlung. Bei der Zahlung von Versicherungsbeiträgen und Darlehensraten, aber auch bei Schnelleinkäufen im E-Commerce bieten sich Echtzeitzahlungen aus Zahlersicht hervorragend an.

Attraktiv für Firmenkunden wird die Echtzeitzahlung spätestens ab Juli 2020. Dann dürfen gemäß SEPA-Regelwerk auch Beträge von bis zu 100.000 Euro statt 15.000 Euro nach der heutigen Grenze ohne zusätzlich Vereinbarung zwischen Banken überwiesen werden. Seit Ende 2019 steht zudem eine „Sammlerfunktion“ für Zahler

im Firmenkundengeschäft zur Verfügung. Das ermöglicht bspw. Unternehmen die Ausführung einer Echtzeitüberweisung an eine Vielzahl einzelner Zahlungsempfänger: Gehalts- oder Rentenzahlungen werden dann i.d.R. allen Empfängern zeitgleich gutgeschrieben – und zwar erst am Tag der Fälligkeit, was das Liquiditätsmanagement bei Unternehmen oder der öffentlichen Hand deutlich erleichtert.

Wann kann die unmittelbare Verfügbarkeit eines zugesagten Betrages noch wichtig sein?

Auch wenn Naturkatastrophen glücklicherweise in Deutschland nicht zum Alltag gehören – finanzielle Mittel des Bundes, die oftmals über Förderinstitute bereitgestellt werden, könnten dem Betroffenen im Falle des Falles direkt zum Zeitpunkt der Zusage verfügbar gemacht werden.

Was im klassischen Onlinebanking und am heimischen PC funktioniert, funktioniert auch über die Banking-App im mobilen Endgerät. Echtzeitzahlungen können selbstverständlich auch von unterwegs getätigt werden. Damit können Schnellentschlossene Barzahlungen vermeiden, bspw. beim Autokauf. Ein stationäres Point-of-Sale (POS)-Terminal braucht es auf der Akzeptanzseite bei Nutzung der Banking-App für diesen Anwendungsfall nicht. Die erforderliche Authentifizierung erfolgt im Rahmen der und gemäß den Anforderungen des konifizierenden Zahlungsdienstleisters. Somit sind die Zahlungen vertrauenswürdig und integritätsgeschützt.

Gleichwohl gibt es gerade auf europäischer Ebene konkrete Bestrebungen, Echtzeitzahlungen per mobilem Endgerät auch an Kassen und Automaten zu ermöglichen. In Arbeitsgruppen sowohl des European Retail Payments Board (ERPB) der Europäischen Zentralbank (EZB) als auch des European Payments Council (EPC) wird daran gearbeitet, standardisierte Anforderungen an eine Nutzung von Echtzeitzahlungen am POS, ausgelöst über eine auf dem Smartphone vorhandene App, zu beschreiben. Die Zahlungsdaten (IBAN des Zahlungsempfängers, Betrag usw.) können bspw. als QR-Code durch die App

verarbeitet werden, der Zahler bestätigt diese und die Echtzeitüberweisung wird – je nach gewählter und auf dem Gerät verfügbarer Authentifizierungsmethode – durchgeführt. In der Theorie klingt diese Bezahlform einfach und nachvollziehbar. Und im Vergleich zur klassischen Kartenzahlung am POS könnten sich zunächst die Aufwände für die Bereitstellung der Infrastruktur in Grenzen halten und damit sogar als kostengünstiger erweisen. Zumindest für den Gutfall.

Doch reicht der Gutfall im (Massen-) Zahlungsverkehr aus?

Aufsicht, Regulierer, Banken und Sparkassen, technische Dienstleister, Hersteller und Betreiber der Zahlungsverkehrsinfrastrukturen sind aufgefordert – aus gutem Grund – auch und vor allem nicht nur einen reibungslosen, sondern „sicheren“ Zahlungsverkehr bereitzustellen. Was gehört dazu? Neben Anforderungen funktionaler und sicherheitsrelevanter Natur sind deren Einhaltung zu prüfen und die jeweiligen Dienstleister und Betreiber vertragsrechtlich in ein solches, möglicherweise als Zahlungssystem zu klassifizierendes Bezahlverfahren einzubinden. Auch auf Seiten der Zahlungsdienstleister, sowohl der Zahler als auch der Zahlungsempfänger, wäre die notwendige Interoperabilität der Schnittstellen zu gewährleisten. Das dürfte über das heutige SEPA-Regelwerk für Echtzeitzahlungen hinausgehen, auch unabhängig von der für erforderlich gehaltenen einheitlichen europäischen Governance. Sofern ein Geschäftsmodell für Echtzeitzahlungen auch am POS für alle Beteiligten umsetzbar ist, besteht die Bereitschaft, die notwendigen Investitionen zu tätigen. Gibt es zudem eine ausreichende Nachfrage zumindest von der Akzeptanzseite, wäre eine derartige Alternative zu Kartenzahlungen sicherlich bzw. zumindest langfristig denkbar. Selbstverständlich muss dann auch der Zahler bereit sein, seine Zahlungsgewohnheiten, die sich in Europa von Land zu Land deutlich unterscheiden, zu ändern. Denn ohne genügend Transaktionen dürften sich die Investitionen nicht ausreichend amortisieren. Der Zahler wird dies nur tun, wenn er dadurch einen Vorteil hat oder die Zahlung deutlich einfacher als bisher geht.

Echtzeitzahlungen haben das Potenzial, den Zahlungsverkehr in Deutschland und Europa zu beschleunigen. Sie erhöhen die Produktvielfalt der Institute im Interesse von Verbrauchern, Unternehmen und öffentlicher Hand. Praxisnahe Anwendungsfälle werden sich in der weiteren täglichen Nutzung nicht nur im Massenzahlungsverkehr entwickeln, sondern könnten langfristig zu einer deutlichen Erhöhung der gegenwärtigen Nutzung führen.

Was bedeuten Echtzeitzahlungen für die Institute?

In Richtung Kunden handelt es sich um eine Erweiterung des Produktportfolios, das zunehmend genutzt werden dürfte. Die bankinternen Prozesse sind jedoch nicht mit denen der SEPA-Überweisung gleichzusetzen. Denn auch für Transaktionen in Sekundenschnelle sind selbstverständlich Embargo- und Geldwäschesprüfungen durchzuführen sowohl die Systeme sind vorzuhalten als auch das Personal. Ist das nicht möglich, kann die Echtzeittransaktion lediglich als SEPA-Überweisung abgewickelt werden. Auch die Auswirkungen auf das Liquiditätsmanagement sowie potenzielle Betrugsszenarien und Missbrauch müssen betrachtet werden. Die Attraktivität, eine einzelne Echtzeitüberweisung in Sekundenschnelle mehrfach hintereinander an weitere, ggf. unberechtigte Zahlungsempfänger durchzuführen, liegt auf der Hand. Entsprechend bauen die Institute ihr Risikomanagement und die Authentifizierungsverfahren weiter aus. ///



Claudia MacGregor

ist Abteilungsleiterin im Bereich Zahlungsverkehr und Informationstechnologie beim Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands e.V. und betreut Themen rund um digitale Bezahlverfahren sowie Sicherheit und Risikomanagement im Zahlungsverkehr. Sie vertritt die Deutsche Kreditwirtschaft in europäischen Standardisierungsinitiativen und Zertifizierungs-gremien.



¹) Zahlungsverkehrs- und Wertpapierabwicklungsstatistiken in Deutschland 2014–2018 der Deutschen Bundesbank, Stand Juli 2019.



TECHNISCHE INFRASTRUKTUR
FÜR UNBEDIENTE BEREICHE

Terminal ohne PIN-Pad im Regelbetrieb

Die Kunst des Weglassens ist die Reduktion auf das Wesentliche – und führt oft zu vorher ungeahnten Erfolgen. „Weniger ist mehr“ ist der Grundsatz, der dabei gilt. Was in der Kunst, Literatur oder Architektur funktioniert, lässt sich auch auf ganz andere Bereiche übertragen, z. B. das Bezahlen: Das Terminal ohne PIN-Pad (TOPP) lebt vom kontaktlosen Bezahlen und von der Reduktion auf genau das: einfach Karte oder Smartphone vorhalten – fertig. Auf das Nummernfeld zur Eingabe der PIN sowie den Steckleser verzichtet das Terminal bewusst.



2018 hat die Deutsche Kreditwirtschaft gemeinsam mit Netzbetreibern, Terminalherstellern und Automatenbetreibern diese verschlankten Terminals in einem groß angelegten Pilotprojekt auf ihre Praxistauglichkeit hin geprüft. Das Projekt, an dem sich auch viele Mitglieder der Initiative beteiligten, verzeichnete sehr gute Erfolge und die Pilotierung konnte zum Jahresende 2018 abgeschlossen werden. Es folgte eine Übergangsphase, in der ausgewertet wurde, die Verantwortlichen über den Regelbetrieb entschieden und schließlich die Zulassungsbedingungen für TOPPs im Regelbetrieb veröffentlichten. Wer vermutet, dass ein Projekt in einer solchen Übergangsphase, die stets mit einem gewissen Maß an Unklarheit verbunden ist, in einen Stillstand verfallen könnte, hat das TOPP nicht im Visier: Die schlanke Terminalarchitektur überzeugte bis zum Abschluss der Pilotierung so viele Menschen, dass Interesse, Nutzung und Akzeptanz weiter

stiegen, während im Hintergrund die Strippen gezogen wurden, um dem Terminal einen dauerhaften Platz im girocard-System zu sichern. Allein die Transaktionen vervielfältigten sich von rund 7.800 im November 2018 auf knapp 147.000 im Dezember 2019. Zum Jahresbeginn 2020 erwarten wir die ersten für den Regelbetrieb zugelassenen TOPPs.

Allein die Transaktionen vervielfältigten sich von rund 7.800 im November 2018 auf knapp 147.000 im Dezember 2019.

Folgerichtig startet nun zum Jahresbeginn 2020 nach Prüfung aller Ergebnisse und Voraussetzungen der Regelbetrieb.

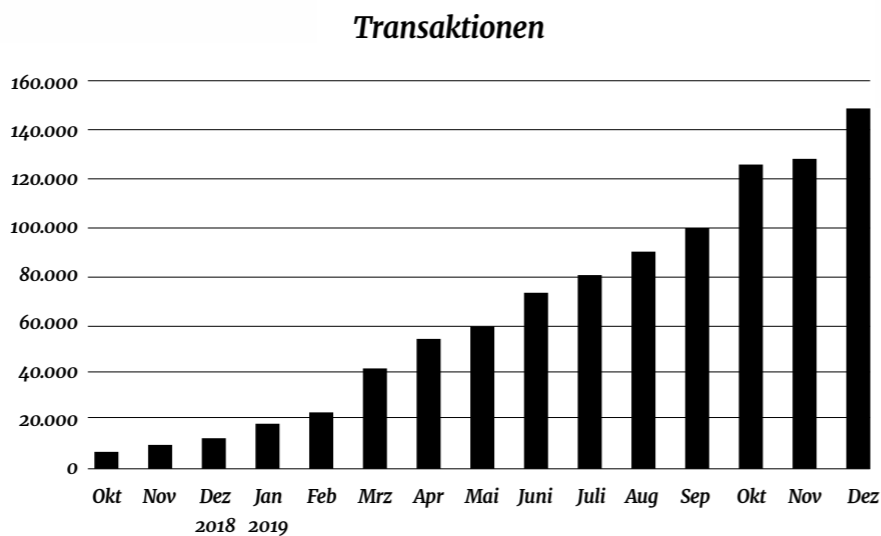


Wachstum in allen Dimensionen

Ein solcher Anstieg bei den Transaktionen zeigt, dass im Pilotprojekt alle Weichen gestellt wurden, sowohl auf Händlerseite als auch für Kunden. Einerseits muss das Interesse bei Automatenbetreibern sowie all denjenigen, die den Betrieb der Technik im Hintergrund sicherstellen, groß sein. Der Automatenbetreiber benötigt etwa ein hochwertiges, aber kosteneffizientes Terminal und einen Netzbetreiber, der sich um die Transaktionsabwicklung kümmert. Andererseits müssen Kunden das neue TOPP auch nutzen. Das generell große und stetig wachsende Interesse am kontaktlosen Bezahlen – und damit verbunden vermehrt an bargeldlosen Zahlungen von kleinen Beträgen – war bereits zu Beginn der Pilotierung eine gute Basis dafür. Entscheidend für den Erfolg ist zusätzlich das Nutzungserlebnis: Wenn der Kunde allein vor dem Automaten steht, muss er erkennen, dass er kontaktlos bezahlen kann, verstehen, wie das funktioniert, und schlussendlich ein positives Nutzungserlebnis haben. In Zusammenarbeit mit den Marktforschern von infas quo wurde dafür unterstützend ein Terminalrahmen entwickelt, der Kunden auf die Möglichkeit hinweist und beim Bezahlen leitet. Das intuitive Design des kontaktlosen Bezahlens tut sein Übriges dazu. Entsprechend berichtet auch **Frank Edunjobi, Produktmanager bei CCV**, von positiver Resonanz der Kunden: „Die Bedienung ist selbsterklärend bzw. mit einem einfachen Terminalrahmen oder entsprechendem Hinweis auf dem Display des Automaten sehr schnell zu verstehen und für jeden weiteren Kauf adaptierbar. Mittlerweile ist auch die Verteilung der Karten mit Kontaktlos-Funktion weit fortgeschritten, so dass wir eine deutlich steigende Akzeptanz spüren.“

Jürgen Göbel, Business Development Director bei Ingenico, stimmt zu:

„Wenn der Karteninhaber mit den neuen Abläufen positive Erfahrungen gemacht hat, dann nutzt er die Zahlungsweise immer wieder.“



Der Kunde muss seine Karte nicht ‚vorbereiten‘, kein Aufladen oder Freischalten. Der Zahlungsvorgang erfolgt kontaktlos ohne PIN-Eingabe und damit sehr schnell. Die gefühlte Sicherheit ist hoch, da die Karte nicht aus der Hand gegeben werden muss.“ Das sieht auch **Anne Meil, Geschäftsführerin von Card4Vend**, so:

„Wer einmal gelernt hat, dass die bargeldlose Zahlung am TOPP schnell, sicher und immer flexibel ist, wendet diese Zahlungsform immer häufiger an. Das freut uns natürlich sehr, da die Anzahl der Kartenzahlungen nach einem gewissen Zeitraum steigt“.

Card4Vend ist z. B. im Bereich "Micro-Market" aktiv. Dabei handelt es sich um Kühlschränke, die mit frischen Lebensmitteln wie Salat, Smoothie oder Sushi bestückt sind. Geöffnet und bezahlt wird am TOPP. Das beidseitig große Interesse führte im vergangenen Jahr auch zu deutlichen Zuwächsen bei den Händlern: **Von November 2018 (113 Händler) stieg ihre Anzahl bis Dezember 2019 auf mehr als das Achtfache (928 Händler)**. Mit dem Regelbetrieb entfallen bisherige

Beschränkungen der Übergangszeit und ein weiterer Anstieg ist zu erwarten. Eine ähnliche Entwicklung ist bei der Zahl der aktiven – also tatsächlich genutzten – Terminals zu beobachten. Ihre Anzahl hat sich im selben Zeitraum sogar fast auf das Zwölfwache erhöht.

Für besondere Anforderungen gewappnet

Besondere Relevanz hat das TOPP dabei auch beim Verkauf von Zigaretten an Automaten, wo sich **Initiative-Mitglied Garz & Fricke** stark engagiert:

„Die Möglichkeit, die Altersverifikation mit einer einfachen bargeldlosen Bezahlung zu einer einzigen Kundeninteraktion zusammenzufassen, steigert das Käuferlebnis der Konsumenten deutlich.“

Für uns aber war klar, dass die anspruchsvollen Umwelt- und Betriebsbedingungen für Zigarettenautomaten nicht mit etablierten Terminals beherrschbar gewesen wären und der nötige Preispunkt nicht darstellbar gewesen wäre. Unser Marktzugang und unsere technische Expertise gaben uns das Zutrauen, ein TOPP auch erfolgreich vermarkten zu können. So ist ein völlig neu entwickeltes Produkt entstanden, das genau unserem

Zielanspruch eines maßgeschneiderten und kostengünstigen Terminals gerecht wird“, so **Matthias Fricke, Geschäftsführer und Gründer des Unternehmens**. Dank der Verknüpfung von Bezahlung und Altersverifikation zu nur einem Schritt sieht er die kontaktlose girocard-Zahlung als die für den Kunden einfachste und bequemste Möglichkeit, Tabakwaren zu kaufen. Der Automatenbetreiber profitiert aus seiner Sicht durch die besonders preiswerte Integration des TOPP im Vergleich zu einem herkömmlichen Terminal, den Wegfall von Bargeldhandling und die Zahlungssicherheit.

Auch **Burkhard Armbrorst, Hauptabteilungsleiter Technik bei tobaccoland**, ist überzeugt,

...dass die Bedienung des Automaten durch das TOPP einfacher, schneller und so kundenfreundlicher wird.

Die Reduzierung des Bargeldanteils macht die Automaten zudem weniger anfällig für Vandalismus und Aufbruchdiebstahl. Das Energiemanagement an Außenautomaten sei jedoch technisch anspruchsvoll, einige Prozesse in der Abrechnung müssten noch angepasst und automatisiert werden.

Punkten durch Vielfalt

Über den Verkauf von Tabakwaren hinaus gibt es für das TOPP ein breites Einsatzgebiet, wie auch **Hassan Nagi, Business Development Manager bei FEIG ELECTRONIC**, unterstreicht. Terminals des Unternehmens seien an Fahrkartenautomaten für den öffentlichen Personenverkehr, an Validatoren, Fahrscheindruckern und Zugangsschranken im Einsatz, ebenso wie für Parklösungen, an Tankstellen und Ladesäulen. „Darüber hinaus unterstützen FEIG-Terminals auch neue, bisher kaum adressierte Marktsegmente wie Aufwerter in der Betriebsverpflegung, Spendenterminals in Kirchen, Packstationen oder Schließfachanlagen.“

Dass mit dem TOPP auch ganz spezielle Einsatzmöglichkeiten abgedeckt werden können, zeigt ein Beispiel, bei dem der Kunde nicht zahlt, sondern Geld erhält, so Nagi:

„FEIG-Terminals unterstützen auch erweiterte Funktionen und ermöglichen z. B. den Einsatz an Pfandrücknahmeautomaten, bei denen der Kunde eine Überweisung auf sein Konto erhält.“

Allseits großes Interesse am TOPP bestätigt auch **Aris Kascheffi, Geschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft**:

„Wir beobachten zunehmend mehr Bereitschaft bei unseren Mitgliedern, sich mit dem Thema Kartenzahlung auseinanderzusetzen.“

Ich persönlich erwarte, dass das auch in Zukunft noch weiter steigt. In allen Ausschüssen, in denen auch Operator beteiligt sind, ist elektronisches Bezahlen stets Thema. Wir haben hier einen guten Wissensaustausch – wer selbst mit Kartenzahlung angefangen hat, teilt sein Wissen. Und die Operator sind offen für Investitionen ins Payment, weil sie sich einerseits weniger Bargeld und gleichzeitig mehr Umsatz versprechen. Andererseits ist auch die Erkenntnis angekommen, dass der Kunde Kartenzahlung immer mehr erwartet.“

Besonders durch seine Vielfältigkeit, reduzierte Konstruktion und einfache Bedienung ist das Konzept des TOPP auf Langfristigkeit ausgelegt. Es hat das Potenzial, bisherige Bargelddomänen

wie z. B. Automaten für die Akzeptanz der girocard zu öffnen, denn mit ihm lässt sich der Wunsch von Kunden und Automatenbetreibern nach Kartenzahlung auf einfache und kosteneffiziente Weise umsetzen. Mit dem Mobile Payment und der damit verbundenen Möglichkeit, Zahlungen direkt am Smartphone des Kunden, z. B. über den Fingerabdrucksensor, zu authentifizieren (CDCVM = Consumer Device Cardholder Verification Method), sind auch dem Power-User keine Grenzen gesetzt. Eine entsprechende Verbreitung von girocards in Smartphones vorausgesetzt, wären irgendwann sogar höhere Beträge möglich. Das Engagement aller Beteiligten, die schon vom Start der Pilotierung an unablässig an der Vision einer neuen Terminalart gearbeitet haben, trägt heute bereits Früchte und sichert dem TOPP und der bargeldlosen Zahlung für die Zukunft den weiteren Aufwärtstrend.

Best Practice

Die LAVEGO AG rüstet mit der Mönneke Mineralöle GmbH SB-Waschboxen und Staubsauger mit dem TOPP um. „Wir wollten für unseren neuen SB-Waschpark ganz auf Münzhandling verzichten und haben deshalb entschieden alle SB-Boxen und Staubsauger ausschließlich mit Kontaktlos-Lesern auszustatten. Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Uns war bewusst, dass nicht alle Kunden mit diesem Angebot zufrieden sein werden. Tatsächlich hat aber gerade die Akzeptanz der girocard kontaktlos dabei geholfen, dass die Kundenreaktionen insgesamt positiver ausgefallen sind als erwartet, weil das lästige Kleingeldsammeln entfällt und sie trotzdem ohne Umwege auf ein offenbar schon recht gewohntes Zahlungsmittel zurückgreifen können.“

Eike Mönneke, Geschäftsführer der Mönneke Mineralöle GmbH & Co. KG ///

Marktforschung als Zukunftsbasis

Die girocard scheint aktuell nur den Trend nach oben zu kennen. Seit Jahren **steigen die Transaktionszahlen auf Rekordniveau** – ein sehr gutes Zeichen, dass vieles in der Vergangenheit richtig gelaufen ist. Als Zukunftsindikator sind diese Werte aber nur bedingt geeignet.

Diese Lücke schließt die Marktforschung. Gemeinsam mit den Experten von infas quo ermittelt die EURO Kartensysteme dafür regelmäßig aktuelle Daten zu Karte, Nutzung und Wünschen von Kunden und Händlern.

Mobile Payment

Smartphone statt Karte ist mehr als ein Wechsel des Formfaktors. Da ist es unerlässlich, die Meinung und die Wünsche der Zielgruppen genau zu beobachten. Im März 2019 zeigten 239 technikaffine Personen¹ zwischen 18 und 69 Jahren bereits großes Interesse am Bezahlen mit dem kompakten Alleskönner.



Hier zeigt sich zugleich das große Vertrauen der Kunden in die Kreditwirtschaft: Unter den Befragten mit Bereitschaft für mobiles Bezahlen würde die große Mehrheit eine App ihrer Bank oder Sparkasse bevorzugen.



Mobile Payment kommt bei den technikaffinen Kunden gut an.



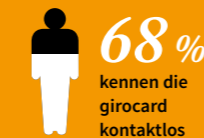
Kundenperspektive im Detail

Bei mehr als 100 Millionen ausgegebenen Karten ist klar: Die girocard hat eine enorme Verbreitung. Doch entscheidend ist das Wissen der Kunden, das in einer repräsentativen Umfrage im Dezember 2019 unter 1.200 Befragten im Alter von 16 bis 69 Jahren ermittelt wurde.²

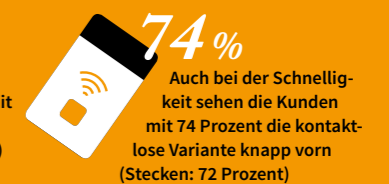
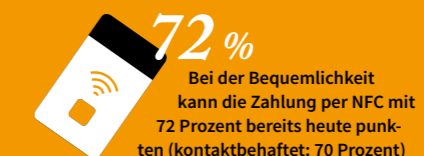


Die girocard erzielt damit Höchstwerte.

Auch das kontaktlose Bezahlen ist bereits bekannt.

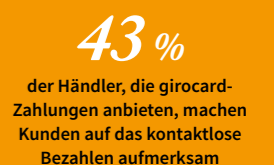
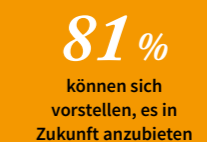
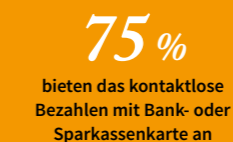
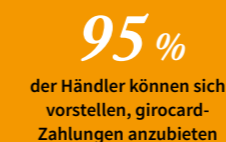
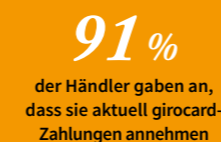


Die gewohnte Bank- oder Sparkassenkarte ist als schnell, bequem zeitgemäß sowie als im Handel willkommen angesehen. Besonders punkten kann das Stecken in der Meinung der Kunden bei der Akzeptanz im Handel.



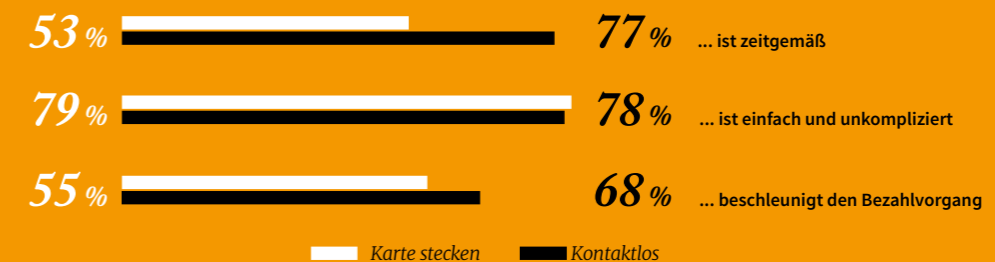
Das sagen die Händler

Auch die Händler setzen verstärkt auf die girocard. Eine repräsentative Umfrage unter 350 Händlern vom Dezember 2019 bestätigt auch hier die positive Stimmung rund um die girocard³.



Beim Bezahlen mit der girocard sehen Händler viele Vorteile.

Das Bezahlen mit Karte stecken/kontaktlos...



Smartphone-Zahlung ist aktuell besonders bei größeren Händlern ein Thema.



1) Repräsentative Umfrage von infas quo im Auftrag von EURO Kartensysteme GmbH; 239 Smartphone-Besitzer, die Onlinebanking nutzen; 18–69 Jahre; März 2019.

2) Repräsentative Umfrage von infas quo im Auftrag von EURO Kartensysteme GmbH; 1.200 Kunden; Dezember 2019.

3) Repräsentative Umfrage von infas quo im Auftrag von EURO Kartensysteme GmbH; 350 Händler und Vertreter des Kassenpersonals; Dezember 2019.



Kontaktlos am Geldautomaten

ZUKUNFTSPERSPEKTIVE

Mitte des 19. Jahrhunderts erschien „Die drei Musketiere“, eines der bekanntesten Werke von Alexandre Dumas dem Älteren. Über die Jahre inspirierte und unterhielt das Werk ein breites Publikum. Das Motto „Einer für alle, alle für einen“ ist heute weltbekannt. Übertragen lässt sich dieses auch auf die girocard: Als Massenbezahlmittel ist sie die eine Karte für alle in Deutschland. Und alle wichtigen Funktionen rund um Konto und Geld sind hier für den Kunden vereint – so auch das Geldabheben. Damit das zukünftig ebenso uneingeschränkt gilt und Kunden perspektivisch am Geldautomaten auch mit der digitalen girocard Bargeld beziehen können, arbeitet die Deutsche Kreditwirtschaft an einer Lösung, NFC auch an den Geldautomaten zu bringen.

Was an der Kasse für viele Kunden und Händler selbstverständlich ist, bedarf am Geldautomaten noch Vorarbeit, u. a. der Definition von Vorgaben für Spezifikationen. Um sie auf einer fundierten Wissensbasis erstellen zu können, legte die Kreditwirtschaft zunächst eine User-Experience-Studie (UX-Studie) zugrunde. Diese wurde zwischen November 2018 und April 2019 unter Leitung der EURO Kartensysteme umgesetzt, in Zusammenarbeit mit infas quo und dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) – unterstützt durch SRC Security Research & Consulting.

Auf stabile Basis gebaut

Im Rahmen einer qualitativen Vorstufe wurden zunächst Tiefeninterviews mit NFC-affinen Personen geführt, um Bedürfnisse, Erwartungen, Ängste und Entscheidungskriterien zu ermitteln. Darauf aufbauend definierte eine repräsentative quantitative Befragung unter 2.000 Personen Charakteristika für die Teilnehmer der UX-Studie. Die quantitative Vorstufe identifizierte 32 Prozent der Teilnehmer als potenzielle Nutzer des kontaktlosen Geldautomaten und ordnete ihnen Charakteristika zu. Als Gründe für die Nutzung nannten die Befragten u. a. die Schnelligkeit, dass sie ihre Karte nicht mehr aus der Hand geben müssen und die dadurch hygienischere Nutzung von Geldautomaten.

Die UX-Studie: Herzstück der Untersuchung

Die UX-Studie hatte zum Ziel sicherzustellen, dass Kunden den Automaten intuitiv nutzen können. Teilnehmer führten unter wechselnden Bedingungen Abhebungen mit Karte bzw. Smartphone durch, um verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten und Abläufe zu prüfen. Dabei zeigte sich die Macht der Gewohnheit: Die Mehrzahl (71 Prozent) der Kontaktlos-Zahler und zum kontaktlosen Zahlen neigenden Teilnehmer steckte die Karte spontan ein, obwohl 50 Prozent von ihnen von der Möglichkeit der kontaktlosen Nutzung wussten. Das Ablegen der Karte zeigte sich als weniger relevant. Zudem führte die Vorerfahrung in kontaktlosem Zahlen nicht dazu, dass ein Teilnehmer mit höherer Wahrscheinlichkeit kontaktlos Geld abhob. Wer im ersten Durchgang das Smartphone nutzte, steckte die Karte im zweiten Durchgang dennoch zumeist. Sollte der Automat die Karte im Laufe des Prozesses erneut benötigen, bevorzugte die Mehrheit ein zweites Vorhalten deutlich gegenüber dem Stecken. Um Verwirrungen vorzubeugen, sollte jedoch eine Begründung für den „2nd tap“ angegeben werden. Etablierte Strukturen punkten auch im Detail: Die Mehrheit bevorzugte die Aktivierung des Geldautomaten durch das Vorhalten von Karte oder Smartphone, wie bisher vom Stecken gewohnt. Der Start durch eine

Auswahl der gewünschten Funktion führte hingegen verstärkt zu Bedienfehlern, die auch die Geschwindigkeitsvorteile umkehrten. Hilfestellung bei der Bedienung des Automaten kann eine Bildschirmanimation bieten. Sie führte zwar im Test nicht zu einer höheren Wahrscheinlichkeit für kontaktlose Nutzung, konnte aber den Vorgang insgesamt beschleunigen, von im Schnitt 39,3 Sekunden auf 37,1 Sekunden.

Generell sahen Kunden von sich aus keine Veranlassung, bei der Nutzung mit Karte vom gewohnten Stecken abzuweichen. Wurden sie konkret zur kontaktlosen Nutzung geführt, reagierten sie allerdings positiv: Die überwiegende Mehrheit erklärte nach dem Test, dass sie in Zukunft die Karte lieber kontaktlos präsentieren würde, selbst wenn diese gelegentlich zum zweiten Mal vorgehalten oder doch noch gesteckt werden müsste. Der größte Vorteil der Kontaktlos-Technologie am Geldautomaten liegt allerdings in der Möglichkeit, ihn auch mit digitalen Karten, also z. B. mit dem Smartphone, zu nutzen. Besondere Relevanz gewinnt das, wenn eine Vielzahl an Kunden ausschließlich digitale Karten nutzt. ///

"Talkin' 'bout my generation"

Generationen, Technik und Bezahlen



Wer über Generationen spricht, assoziiert mit ihnen meist bestimmte Ereignisse, Lebensumstände und Eigenschaften: Die Jugendlichen der 60er Jahre verbindet man mit politischem Interesse, die 80er Jahre waren die Zeit der Rebellion und nach der Jahrtausendwende waren die Heranwachsenden stark an Technik und dem Internet interessiert.

Nicht nur Laien, sondern auch Soziologen weisen den Menschen aus verschiedenen Generationen bestimmte Attribute zu. Systematisch wollen sie so ihre Bedürfnisse und ihr Handeln besser verstehen – z. B. das Bezahlverhalten. Wie dies künftig aussehen wird, interessiert vor allem die Payment-Branche, die Banken und den Handel.

Jede Generation wird auf den ersten Blick automatisch in eine Schublade gesteckt – und nicht selten verbirgt sich dahinter ein hartnäckiges Vorurteil: Heutzutage wollen sich junge Menschen im Job nicht mehr festlegen und alte Menschen verstehen nichts von Technik. So verhält es sich auch, wenn man das Thema „Bezahlen“ betrachtet. Einem Klischee zufolge bezahlen ältere Menschen lieber alles in bar, mit Münzen und Scheinen, und haben kein Vertrauen in bargeldlose Bezahlmöglichkeiten. Doch hier finden sich im wahren Leben viele gegenteilige Beispiele: Knapp jeder vierte 45- bis 59-Jährige hat in einer Umfrage¹ angegeben, bei seinen letzten Einkäufen in der Regel mit Karte bezahlt zu haben. Auch das Internet ist den Menschen dieser Altersgruppe nicht fremd:

„Ich bin sehr digital aufgestellt und bestelle z. B. viel über das Internet“,

so der **52-jährige** Karsten.²

Und jungen Menschen – so der weit verbreitete Glaube – ist egal, womit sie bezahlen, Hauptsache, bargeldlos und technisch modern, am liebsten über das Smartphone und das Internet. Denn das hat man eh immer dabei. „Da läuft ja quasi fast alles drüber: Kontakte, Kalender, Musik, Navigation, doch das neueste Modell ist mir egal“, sagt die 26-jährige Sophie. Aktuell eine der modernsten Arten des Bezahls ist das kontaktlose Bezahlen mit der girocard bzw. ihrer digitalen Version im Smartphone.

Damit hat die Deutsche Kreditwirtschaft vor einigen Jahren das Bezahlen der Zukunft eingeläutet, dessen Entwicklung aber noch längst nicht abgeschlossen ist. Gerade deshalb ist es für die Branche interessant zu wissen, wie die Bedürfnisse der Menschen in Sachen Bezahlen in den nächsten Jahrzehnten aussehen werden: Wo kaufen Kunden künftig vermehrt ein? Im Internet, im stationären Handel bei großen Handelsketten oder bei kleinen Einzelhändlern? Was ist ihnen dabei wichtig? Service? Produktauswahl? Vielfalt an modernen Bezahlmöglichkeiten? Wird dabei das Bedürfnis nach Sicherheit weiterhin eine große Rolle spielen? Und wie blickt der Handel in die Zukunft des Bezahls? Auf welche Attribute von

Bezahlmöglichkeiten setzt er auch in 20 Jahren noch?

Wie bezahlen künftige Generationen?

Mit Fragen dieser Art – rund um die Technik und das Verhalten beim Bezahlen im Jahr 2040 – haben sich Teilnehmer des Workshops „Wie wir bezahlen werden“ des Meinungsforschungsinstituts infas quo im September 2019 auseinandergesetzt. Dabei haben sie Szenarien zum Bezahlen in 20 Jahren erarbeitet: aus Sicht der Kunden und aus Sicht der Händler.

Generell wird davon ausgegangen, dass Händler sowie Kunden beim Bezahlen weiterhin ein einfaches Handling, geringe Kosten, Sicherheit und Übersichtlichkeit in der Dokumentation fordern und schätzen werden. Was die Generation betrifft, die aktuell noch nicht geschäftsfähig ist und deren Großteil wohl erst noch geboren wird, prognostizieren die Teilnehmer dieselben Forderungen. Zudem werden Bezahlssysteme mehr und mehr in größere Systeme integriert werden, wie es z. B. beim Mobile Payment mit dem Smartphone schon der Fall ist.

Dessen Rolle wird sich in den kommenden Jahren noch verstärken, denn: Für die jungen Generationen und vor allem für die künftigen ist es normal, mit technischen Geräten wie dem Smartphone aufzuwachsen. Es ist davon auszugehen, dass diese Normalität auch so bleiben soll:

"Meine technischen Geräte sind für mich selbstverständlich geworden",

so der **18-jährige** Daniel,

ein Vertreter der Generation Z. Wer nämlich heute schon daran gewöhnt ist oder wie ein aktuell Heranwachsender damit groß wird, im Smartphone vieles an einem Ort organisiert zu haben und immer darauf zugreifen zu können, wird künftig nicht darauf verzichten wollen.



Technik im Schnellschritt

Bei den Bezahlssystemen der Zukunft wird also u. a. neben Sicherheit und Kosteneffizienz die Technik eine wichtige Rolle spielen. Rasant voranschreitende Innovationen lassen aktuell schon vermuten, dass mit dem kontaktlosen Bezahlen und mit der digitalen girocard im Smartphone noch längst nicht das Ende der technischen Bezahlmöglichkeiten erreicht ist. Vergleicht man die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte, fällt auf, dass Innovationszyklen immer kürzer werden und technische Träume schneller Realität werden können, als man meinen möchte. Vom ersten frei verkäuflichen Mobiltelefon vor rund 37 Jahren bis hin zum Massenphänomen Handy im neuen Jahrtausend und zum Smartphone, das spätestens seit Markteinführung des iPhones 2007 selbst eine rasante Entwicklung durchgemacht hat, vergingen keine zwei Generationen. Allein, was sich in Sachen Smartphone in den letzten Jahren getan hat, lässt vermuten, dass technische Innovationszyklen weiterhin kurz bleiben und das Smartphone unverzichtbar sein wird. Für das Bezahlen bedeutet das, dass sich Banken und Sparkassen immer schneller an die Wünsche der Kunden anpassen müssen.

Generations

X

Die Generation X bezeichnet in der Soziologie die ungefähr zwischen 1960 und 1980 in der westlichen Welt geborenen Menschen. Entscheidend für diese Generation ist, dass sie die erste war, deren beide Eltern oftmals berufstätig waren, die selbst aber keine großen beruflichen Ziele verfolgten. Für sie spielten Filme und Musik und die dabei projizierten Rollenbilder beim Heranwachsen eine wichtige Rolle sowie Videos und Computerspiele, die zu dieser Zeit aufkamen. Geboren inmitten des Kalten Krieges waren sie oft politisch verdrossen und fühlten sich perspektivlos.

Y

„Millennials“, die zwischen 1980 und 1995 geboren wurden, wuchsen mit den technischen Entwicklungen rund um das Internet heran, haben größtenteils einen akademischen Hintergrund und sind zahlenmäßig weniger vertreten als ihre Vorgängergeneration. Dadurch haben sie am Arbeitsmarkt eher die Möglichkeit, Forderungen wie die nach flexiblen Arbeitszeiten und Homeoffice zu stellen und durchzusetzen. Selbstbestimmung und -verwirklichung sind große Themen dieser Menschen, Arbeit steht nicht an erster Stelle. Sie stellen bei vielem die Frage nach dem höheren Sinn („Why“?), sind internationaler aufgestellt und flexibler als alle Generationen vor ihnen.

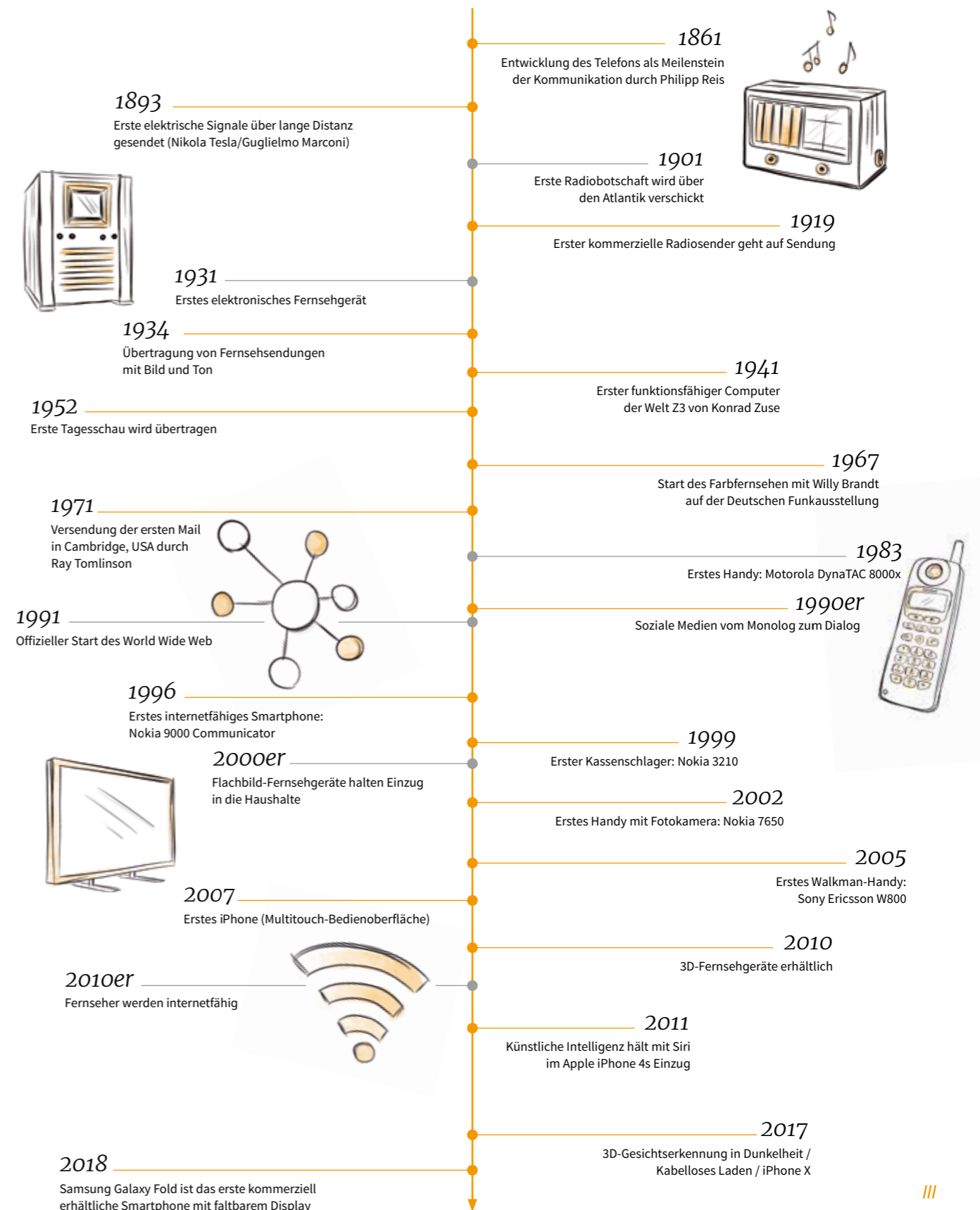
Z

An die Generation Y schließt die Generation Z (1995-2010) an, deren Vertreter als „Digital Natives“ mit dem Internet und Mobiltelefonen sowie jeder Art von Computern aufgewachsen sind. Digitale Anwendungen gehören völlig selbstverständlich in ihren Alltag. Die viele Zeit, die sie dadurch online und fernab der realen Welt verbringen, sorgt für eine später eintretende Reife. Trotzdem sind sie auf dem Arbeitsmarkt gefragt, vor allem, weil die Generation der Babyboomer in Rente geht und informationstechnologisches Wissen vermehrt benötigt wird. Sie engagieren sich verstärkt politisch.

α

Alle, die nach ungefähr 2010 geboren wurden bzw. bis 2025 geboren werden, zählen zur Generation Alpha und sind überwiegend Kinder der Millennials. Aktuell sieht es so aus, als würden sie in einer stark digitalisierten Welt, die geprägt ist von politischer Instabilität und dem demographischen Wandel, aufwachsen. Bereits während der Schulzeit wird Informationstechnologie in Form von Informatikunterricht eine Rolle spielen. Zugleich aber verbringt diese Generation wie selbstverständlich mehr Zeit in der Natur und hat mehr Freiheiten, sich selbst zu definieren.

Kleine Geschichte der Kommunikation*



*alle Angaben ohne Gewähr und ohne Anspruch auf Vollständigkeit

1) Ergebnis einer repräsentativen Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach, das im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e. V. im Juni und Juli 2019 1.228 Personen ab 16 Jahren befragte.
2) Alle Zitate in diesem Text stammen aus einer qualitativen Online-Umfrage von infas quo im Januar 2020.

**KARL F. G. MATL****Geschäftsführer EURO Kartensysteme GmbH**

„Die digitale Welt wird oft als eine Welt beschrieben, in der geschätzte etablierte Werte ihre Bedeutung verlieren. Dabei sind z. B. Vertrauen und Zuverlässigkeit heute besonders wichtig. Diese Werte gilt es zu erhalten, denn sie werden schlussendlich über den Erfolg entscheiden – auch beim Bezahlen. Wenn man Vertrauen durch Zuverlässigkeit aufgebaut hat, wissen Kunden auch in der digitalen Welt um deren Wert. Deshalb arbeiten wir weiterhin daran, das Vertrauen in die girocard zu erhalten, auszubauen und auf neue Lösungen im girocard-System zu übertragen.“

**NIKLAUS SANTSCI****CEO PAYONE GmbH**

„In einer zunehmend digitalisierten Welt zählt zukünftig nicht alleinig der Sicherheitsaspekt, sondern in hohem Maße eine für alle Akteure geltende Transparenz und Digialethik. Diese muss getragen sein von drei Werten: Vertrauen, Zuverlässigkeit und gemeinsames partnerschaftliches Handeln. Heruntergebrochen auf uns als Payment-Dienstleister bedeutet das: Vertrauen schaffen und Zuverlässigkeit beweisen durch hohe Transaktionssicherheit sowie einen sensiblen Umgang bei der Datenerfassung und -speicherung.“

**MICHAEL TRINKS****Country Manager Verifone Deutschland**

„In einer sich immer schneller drehenden Welt, in der beinahe alles digital ist, zählen Verlässlichkeit und Sicherheit. Verlässlichkeit, weil wichtige alltägliche Bereiche ohne funktionierende digitale Anwendungen schlicht und ergreifend stillstehen würden. Sicherheit, weil die oberste Prämisse bei der Nutzung digitaler Technologien der sichere Umgang mit den Daten sein muss. Für beide Werte, gepaart mit Innovationskraft, steht Verifone seit über 30 Jahren weltweit und seit nunmehr 25 Jahren in Deutschland.“

**CARLO BELLETTI****Leiter Finanzen Kaufland Deutschland**

„Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern sollte immer den Menschen dienen. Wir setzen für einen einfachen und bequemen Einkauf auf die Digitalisierung der Customer Journey – von der Planung über den Einkauf bis hin zum Bezahlvorgang. Dabei steht für uns immer die Zufriedenheit unserer Kunden im Mittelpunkt. Wir schaffen durch Digitalisierung Mehrwerte, die für unsere Kunden direkt erlebbar sind und ihnen ein angenehmes Einkaufserlebnis bereiten.“

**CANSEL KIZILTEPE****MdB, SPD-Bundestagsfraktion**

„In einer digitalisierten Welt spielt Vertrauen eine noch größere Rolle, als es jetzt schon tut. Die Komplexität nimmt an allen Enden zu, so dass wir uns auf die Sicherheit digitaler Kommunikation, digitaler Zahlungsweisen und digitaler Medien verlassen können müssen. Wir müssen aber auch darauf vertrauen können, dass digitalisierte Unternehmen ihre Steuern zahlen und unsere Bürgerrechte in einer digitalen Umgebung ausreichend geschützt sind.“

**PETER EHRL****Inhaber AutomatenService ERNST KÜHNER e. K. und Vorstandsmitglied Initiative Deutsche Zahlungssysteme e. V.**

„Digitalisierung sollte in erster Linie sinnvoll und durchdacht sein. Es geht nicht darum, analoge Prozesse eins zu eins ins Digitale zu übertragen. Vielmehr sollten digitale Prozesse einen echten Mehrwert bieten und den Alltag konkret erleichtern. Da sind einheitliche und benutzerfreundliche Lösungen gefragt. Ob an der Supermarktkasse oder am Parkautomaten – damit eine digitale Welt funktioniert, muss sie überzeugende Antworten für alle Menschen finden.“

EINE FRAGE – Welche Werte sind in einer zunehmend digitalen Welt wichtig?

MARILYN REPP
Projektleiterin Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

„In einer zunehmend digitalen Welt sollten wir nicht vergessen, dass der technologische Fortschritt dem Menschen dient. Digitalisierung um der Digitalisierung willen ist langfristig sinnlos. Werte wie Chancengleichheit und Gleichstellung gewinnen durch den digitalen Fortschritt immer mehr an Aufwind. Autoritäten und Hierarchien werden hinterfragt, weil Wissen allen zugänglich ist. Gerade junge Generationen fragen daher nach dem ‚Warum‘ und damit müssen sich Unternehmen, Politik und Gesellschaft immer mehr auseinandersetzen und darauf Antworten finden.“

**HANNO BENDER****Betreiber BargeldlosBlog**

„Die Art und Weise zu bezahlen verändert sich rasant. Neue Zahlungslösungen und -dienstleister bahnen sich ihren Weg und schlagen die Brücke zum Kunden. Vielleicht aber fegen schon morgen digitale Währungen die heutige Payment-Welt komplett von der Bildfläche. Für den Beobachter wird es angesichts der Dynamik des Marktes immer schwieriger, den Überblick zu behalten oder Prognosen zu wagen. Eines aber steht fest: Die wichtigste Währung und der wichtigste Wert im Payment – ob mit Stable Coins, Karte oder Bargeld – bleibt das Vertrauen der Nutzer.“

**JÜRGEN GÖBEL****Business Development Director Ingenico GmbH und Vorstandsmitglied Initiative Deutsche Zahlungssysteme e. V.**

„Die Digitalisierung bietet ganz andere Möglichkeiten, zusammenzuarbeiten. Man muss nicht immer ins Büro in die Großstadt, sondern kann durch moderne Kommunikationstechnologie auch vom Land aus im Team arbeiten. Weniger Verkehr spart Ressourcen und steigert die Lebensqualität. Und ländliche Bereiche gewinnen an Zugkraft: Kleinere Geschäfte etwa werden durch modernes bargeldloses Bezahlen attraktiver. Bei mir zu Hause geht das auch beim Bäcker, Metzger, im Restaurant, in der Kneipe, an der Tankstelle und beim Friseur.“

**BEN KOHZ****Marketingleiter ErnteBox**

„Auch in einer zunehmend digitalen Welt steht der Wert ‚Mensch‘ bei uns im Mittelpunkt und wird dort auch bleiben. Das bedeutet für uns, dass wir uns danach richten, was er möchte, z. B. indem wir kontaktloses Bezahlen eingeführt haben. Das ist ein wichtiger Gedanke: Bei der Vielfalt an digitalen Möglichkeiten sollten wir darauf achten, genau das anzubieten, was der Mensch wirklich will und womit wir gezielt zu seiner Zufriedenheit beitragen können.“

**DR. THOMAS DENNY****SRC Security Research & Consulting GmbH**

„Digitalisierung ist hip, doch ist nicht alles, was mit dem Schlagwort einhergeht, zielführend. Die Vorteile der digitalen Welt werden heute noch nicht komplett ausgeschöpft. Häufig wird die reale Welt in die digitale Welt eins zu eins kopiert und nicht transformiert. Dank digitaler Technik kann ein Medium wie eine App auf individuelle Bedürfnisse abgestimmt werden. Vorteile und Gefahren müssen bei der Entwicklung jedoch immer zusammen betrachtet und bis zu Ende gedacht werden. Die Datenhoheit muss beim Kunden bleiben, gerade für sensitive Transaktionen, z. B. im Payment.“

**MATTHIAS FRICKE****Managing Director Garz & Fricke GmbH**

„Integrität als ein Grundwert der analogen Welt, in der sich die Partner oft persönlich kennen, bekommt gerade in der digitalen Welt einen sehr hohen Stellenwert, denn hier haben wir es mehr und mehr mit anonymen Systemen zu tun. Man muss einem Prozess oder einer Plattform vertrauen können, dass Zuverlässigkeit, Echtheit und Sicherheit immer gegeben sind. Nur so stellt sich eine langfristige Akzeptanz ein.“

Gastbeitrag

Die Zukunft des Bezahle



Bargeld – für viele mehr als nur bedrucktes Papier. Auch für mich als Freie Demokratin ist Bargeld der Ausdruck von geprägter Freiheit. Daher wundert es nicht, dass wir Deutschen unseren Scheinen und Münzen treu sind. Studien und Umfragen belegen den Verdacht: Wir Deutschen zahlen nach wie vor lieber bar als elektronisch.

Aber die Welt ändert sich: eine Flasche Cola am Automaten mit der Smartwatch oder gar per Gesichtserkennung bezahlen? Hierzulande ist das eine Ausnahme oder gar unvorstellbar. Wer durch die Welt reist, wird allerdings feststellen, dass Barzahlungen in anderen Ländern schon die Ausnahme und nicht mehr die Regel sind. Bei uns akzeptiert der Bäcker um die Ecke keine Kartenzahlung, in anderen Ländern gibt es viele Geschäfte, die gar kein Bargeld mehr annehmen.

Der technologische Wandel macht allerdings nicht bei der Kartenzahlung Halt. Instant Payment, digitaler E-Euro oder Supermärkte, in denen Kameras die Kassen ersetzen – das digitale Bezahlen wird sich weiter ändern. Und das ist gut so. Denn neue Technologien versprechen uns ein einfacheres Leben. Bezahlen wird bequemer, günstiger und sicherer.

Ich möchte, dass Deutschland führende Nation beim digitalen Bezahlen wird. Das ist für mich kein Widerspruch zum Erhalt des Bargelds. Im Gegenteil: Am Ende muss die Entscheidung beim Kunden liegen. Wir müssen ihm aber Wahlmöglichkeiten geben. Was müssen wir als Politik dafür tun?

1. Offen für Fortschritt sein: Ob sich neue Technologien durchsetzen, ist maßgeblich eine Mentalitätsfrage. Wir sind innovativ, könnten unser Bild vom Land der Erfinder aber noch stärker in die digitale Welt übertragen. Der Staat kann Vorreiter sein und in Verwaltung und Schulen eine digitale Innovationskultur vorleben. Eine Kultur, die dagegen nach den Sätzen lebt „das war schon immer so“ und „das war noch nie so“, wird das Bezahlen nicht revolutionieren, sondern ausgereifte Technologien aus dem Ausland importieren müssen.

2. Eine Regulierung zulassen, die Innovationen fördert: Die Finanzmarktregulierung beschäftigte sich nach der Finanzmarktkrise notwendigerweise mit den Ursachen und Wirkungen des Erlebten. Sie darf dabei aber nicht die Zukunft aussperren. Die Bundesregierung ist hier zu zögerlich. Andere Länder sind bei der Gesetzgebung oder der Strategieentwicklung – beim Einsatz der Blockchain oder digitaler Währungen – schneller. Das ist schade, denn Berlin ist ein weltweiter Hub für Blockchain-Entwickler.

3. Wettbewerb schaffen: Das digitale Bezahlen wird größtenteils von amerikanischen oder chinesischen Unternehmen dominiert. Wenn wir nicht in Abhängigkeit geraten und Daten nicht länger an China und die USA hergeben wollen, brauchen wir starke europäische Unternehmen als Technologieführer. Noch wichtiger ist allerdings, für faire Wettbewerbsbedingungen zu sorgen. Der Bundestag hat jüngst bei der Öffnung notwendiger Schnittstellen von iOS-Geräten bewiesen, dass wir es ernst meinen. Zukünftig können neben Apple auch deutsche Finanzdienstleister ihre Bezahlapps auf Apple-Geräten anbieten.

4. Einen einheitlichen europäischen Zahlungsmarkt schaffen: Noch immer gibt es im Bereich der Finanzdienstleistungen Grenzen in Europa. Es bedarf somit aufwendiger, 27 länderspezifischer paralleler Anforderungen für Finanzinstitute. Datengetriebene Geschäftsmodelle brauchen aber einen großen Binnenmarkt.

5. Die Privatsphäre beim Bezahlen wahren: Wir lieben das Bargeld, weil der Staat und andere nicht alles über uns wissen sollen. Mit neuen Bezahltechnologien kann allerdings der gläserne Mensch geschaffen werden. China macht es mit seinem Social-Scoring-System vor. Der Einzelne wird nach der Staatsideologie gelenkt. Das ist Europas Chance: Wir müssen sowohl private als auch staatliche Überwachungsfantasien verhindern, ohne Geldwäsche und Steuerhinterziehung Tür und Tor zu öffnen. Bringen wir Sicherheit und Datenschutz zusammen.

Packen wir es an. Mit guten politischen Rahmenbedingungen. Freuen wir uns auf neue, einfachere, schnellere und sichere Bezahloptionen. Denn die Zukunft gehört denen, die etwas tun. ///



Bettina Stark-Watzinger

Mitglied des Deutschen Bundestages und Parlamentarische Geschäftsführerin der FDP-Bundestagsfraktion. Sie gehört dem Bundesvorstand der Freien Demokraten an und ist stellvertretende Parteivorsitzende der FDP Hessen.

Allensbach-Umfrage zur girocard

Generation Bargeldlos?



Wer sich seinen Großvater in jungen Jahren beim Wandern in den Bergen vorstellt, sieht vor seinem geistigen Auge vielleicht einen Mann in Knickerbockern, kariertem Hemd, Kniestrümpfen und mit Filzhut. Die Mode hat sich seither gewaltig geändert: Im Alpentourismus dominiert inzwischen in allen Altersschichten Funktionskleidung. Kaum irgendwo sind Trends durch alle Generationen hindurch so offensichtlich wie in der Sportbekleidung. Doch gibt es solche Entwicklungen auch beim Bezahlen?

Eine repräsentative Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach sieht die Vorreiter beim Thema Karte aktuell in der Altersgruppe bis einschließlich 44 Jahre.

52 %

der **30- bis 44-Jährigen** haben bei den letzten Einkäufen in der Regel mit Karte bezahlt.

Damit liegen sie auf Platz eins.

Dicht gefolgt allerdings von den 16- bis 29-Jährigen mit 51 Prozent. Die Bevölkerung ab 45 Jahren hingegen griff bei den letzten Einkäufen an der Kasse nach eigener Aussage in großen Teilen mit 69 Prozent meist zu Scheinen und Münzen.

Umbruch im Portemonnaie

Dass der Zahn der Zeit nicht nur an der Kleidermode nagt, sondern auch an Bezahlgewohnheiten und -vorlieben, betrifft, zeigt schon der Vergleich mit dem Vorjahr: Gaben über alle Altersgruppen hinweg 2018 noch 35 Prozent an, die letzten Einkäufe in der Regel mit Karte bezahlt zu haben, waren es 2019 bereits 39 Prozent. Die größte Veränderung ist indes bei den Jüngsten zu sehen.



Es bleibt alles anders

Die Frage nach dem Wandel muss aber auch einen Blick in die Zukunft beinhalten: Was sagen die Bürger zur theoretischen Vision einer Welt ganz ohne Bargeld? Auch hier offenbaren sich Unterschiede zwischen den Generationen. Besonders innovationsbereit sind die 16- bis 29-Jährigen, von denen 40 Prozent in einer bargeldfreien Welt am liebsten mit dem Smartphone bezahlen würden. Altersunabhängig sprechen sich hingegen nur 19 Prozent für das Smartphone aus. Männer haben mit 22 Prozent einen stärkeren Hang zum Bezahlen mit dem Handy als Frauen (17 Prozent). Auf Platz eins liegt in einer rein elektronischen Bezahlwelt über alle Altersgrenzen hinweg mit über drei Vierteln (77 Prozent) die girocard als Bezahlssystem.

Die theoretische Welt ohne Bargeld erlaubt dabei eine besonders intensive Betrachtung der Kundenpräferenzen bei elektronischen Verfahren. Die Analyse dieses Szenarios zeigt, dass Banken und Sparkassen das mit Abstand größte Vertrauen genießen – auch für die Zukunft. In der Praxis bleibt der Verzicht auf Bargeld dabei eine persönliche Entscheidung, die Menschen über alle Altersstufen hinweg treffen – so, wie auch von Jung bis Alt die praktische Funktionskleidung getragen wird: mal seltener, mal häufiger. Dank neuer Lösungen wie girocard kontaktlos und digitaler girocard ist bargeldloses Bezahlen aber einfacher und komfortabler als jemals zuvor. ///

Der Wandel stoppt jedoch nicht bei der Frage „Bar oder mit Karte?“, bei der sich Kunden zunehmend zugunsten der elektronischen Variante entscheiden. Immer häufiger folgt die Frage „Stecken oder vorhalten?“, denn zum Jahresende 2019 waren bereits mehr als **75 Millionen girocards mit der Kontaktlos-Funktion** ausgestattet.

Besonders wer kontaktloses Bezahlen schon ausprobiert hat, sieht altersunabhängig klar die Vorteile der Technologie. Insgesamt hält die Hälfte der girocard-Inhaber (51 Prozent) das kontaktlose Bezahlen für einfacher als die Variante mit Stecken. Unter denjenigen, die bereits kontaktlos gezahlt haben, sind es hingegen drei Viertel (76 Prozent). Betrachtet man alle Befragten, variiert diese Einschätzung jedoch kaum mit dem Alter: 57 Prozent der Studienteilnehmer zwischen 16 und 29 Jahren finden es einfacher, kontaktlos zu zahlen, als die Karte zu stecken. Bei den 30- bis 44-Jährigen sind es 59 Prozent, bei den 45- bis 59-Jährigen 55 Prozent. Lediglich die Bürger ab 60 stimmen mit 41 Prozent etwas seltener zu. Doch restlos einig sind sich die Generationen nicht: Während 78 Prozent der unter 30-Jährigen und 46 Prozent der über 60-Jährigen das kontaktlose Bezahlen als besonders schnell erachten, liegen die 30- bis 59-Jährigen mit rund 63 Prozent dazwischen.

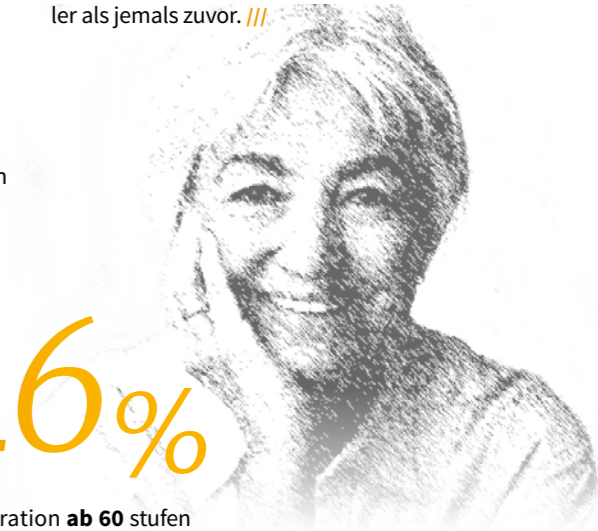
51 %

der **16- bis 29-Jährigen**, und damit ein Drittel mehr als im Vorjahr, haben die letzten Einkäufe in der Regel **mit Karte bezahlt**.



46 %

der Generation **ab 60** stufen das kontaktlose Bezahlen als besonders schnell ein.



ALLES IM GRIFF Sicherheit im girocard- System

Wenn ein Akrobat am Trapez durch die Lüfte schwebt, einen Salto schlägt, sich blind darauf verlässt, dass sein Partner in der richtigen Sekunde zur Stelle ist, um ihn im Flug aufzufangen, dann stockt so manchem Zuschauer der Atem.

Doch Akrobatik setzt neben intensivem Training und Vertrauen in aller Regel auf ein weiteres, zentrales Element, das auf den Tribünen oft gar nicht auffällt, weil der Blick nach oben gerichtet ist: ein Netz, das im Ernstfall für Sicherheit sorgt.

Was für den Trapezkünstler das physische Netz ist, das ihn auffängt und vor Verletzungen bewahrt, ist beim Bezahlen ein enges Geflecht aus sichernden Maßnahmen, welche die Deutsche Kreditwirtschaft ständig überprüft, ausbaut und optimiert.

Ein Händler benötigt zunächst ein von der Deutschen Kreditwirtschaft zugelassenes Terminal und muss über entsprechende Verträge registriert sein. Damit ist immer eine klare und nachvollziehbare Zuordnung zu einem der Bank bekannten Händlerkonto gegeben und der Händler ist eindeutig identifizierbar. Zudem können Transaktionen nur über einen zugelassenen Netzbetreiber abgewickelt werden. Der kryptographisch abgesicherte Datensatz, der für die Gutschrift auf dem Händlerkonto benötigt wird, entsteht durch eine Abfolge von Kommandos zwischen Terminal und Karte. Dies geschieht nur beim Stecken der Karte oder bei einer kontaktlosen Transaktion bei sehr geringem Abstand zum Terminal, so dass ein unbeabsichtigtes Zahlen verhindert wird.

Zudem ist es Vorgabe des EMV-Standards, nach dem kontaktlose Zahlungen auch im girocard-System erfolgen, dass keine Transaktion durchgeführt wird, wenn das Terminal mehrere Karten gleichzeitig im Feld erkennt. Die korrekte Implementierung des Standards wird durch akkreditierte Testlabore überprüft und ist Voraussetzung für die Zulassung und damit auch die Betriebserlaubnis durch die DK.

Zwei Faktoren für regelmäßige Kontrollen

Als weitere Schutzmaßnahme erfolgt nach mehrmaligem Bezahlen nur durch Vorhalten regelmäßig eine Zahlungsfreigabe über einen zweiten Faktor, z. B. die PIN. Laut gesetzlicher Vorgabe (EBA RTS) kann das kartenausgebende Institut wählen, ob bspw. nach maximal fünf Transaktionen in Folge oder maximal 150 Euro in Summe in aufeinanderfolgenden Transaktionen die erneute Freigabe über die PIN oder eine alternative Authentifikationsmöglichkeit (z. B. biometrische Verfahren) nötig ist. Wie die Grenze innerhalb dieses Rahmens konkret gesetzt wird, entscheidet das kartenausgebende Institut. Der Kunde wird vom Terminal darauf hingewiesen, wenn eine Authentifikation nötig ist.

Auch der Karteninhaber ist Teil des Netzes

Je engmaschiger und stabiler das Netz, umso besser kann es seine Aufgabe erfüllen. Deswegen hat auch der Karteninhaber gewisse Pflichten: Er muss stets sorgsam mit Karte und PIN umgehen. Dazu gehört, dass er seine PIN geheim hält – denn nur dann kann sie ihre Aufgabe erfüllen. Auch das regelmäßige Prüfen der Kontobewegungen – im Onlinebanking oder mithilfe des Kontoauszugs – ist wie bisher Teil der Pflichten des Karteninhabers. Unregelmäßigkeiten sollten Kunden umgehend ihrem Institut melden.

Kommt die girocard oder das Smartphone mit der digitalen girocard abhandeln, so sollte die Karte sofort beim kartenausgebenden Institut oder über den zentralen Sperr-Notruf 116 116 gesperrt werden. Ein Diebstahl sollte zusätzlich bei der Polizei angezeigt werden.

Rechtmäßig ist eine Transaktion schlussendlich nur, wenn alle technischen Voraussetzungen erfüllt sind und der Kunde die Zahlung aktiv autorisiert. Im Falle einer kontaktlosen Transaktion ohne starke Kundenauthentifizierung bedeutet das, der Karteninhaber selbst muss seine (physische oder digitale) Karte aktiv und willentlich an das Terminal halten. Im Falle einer missbräuchlichen Kartennutzung haftet grundsätzlich die Hausbank, solange der Karteninhaber sorgsam mit der Karte umgegangen ist. ///

ALLES DIGITAL?

Bargeld- &
kontaktloses
Bezahlen
in Handel &
Handwerk

Ob Zimmermann, Bäckermeisterin oder Elektriker – über eine Million meist kleine und mittelständische Betriebe sind allein im Handwerk hierzulande tätig. Immer mehr von ihnen erkennen die Potenziale der Digitalisierung, die auch vor dem Bezahlen nicht Halt macht. So akzeptiert z. B. der Bäcker um die Ecke vermehrt die girocard, oder der Elektriker erscheint zum Termin vor Ort direkt mit mobilem Bezahlterminal. Doch was sind die besonderen Bedürfnisse kleinerer Händler und Handwerksbetriebe bei der Umstellung auf elektronische Zahlungssysteme? Wir haben uns in den Reihen der Initiative-Mitglieder umgehört.

Kunden erwarten Innovationen auch an der Kasse

Eine aktuelle Studie von First Data (jetzt Fiserv) zeigt, dass ein Großteil (61 Prozent) der deutschen Verbraucher erwartet, dass Kartenzahlungen in naher Zukunft zunehmend verfügbar sein werden. Über ein Drittel (35 Prozent) stimmten zu, dass mehr Geschäfte kontaktlose Zahlungen akzeptieren sollten. Der Kundenwunsch nach Innovationen an der Kasse ist vorhanden. Kleine Betriebe können dabei genauso wie große von den Vorteilen moderner, bargeldloser Bezahloptionen profitieren.

„Schnelle und bequeme Kassenprozesse, vereinfachte Abrechnung, rechtssicheres Belegmanagement, effiziente Buchhaltung und Warenwirtschaft, Wissen um die eigene Kundschaft – all das bietet digitales Payment. Und all das ist unverzichtbar in einem kompetitiven Handels- und Dienstleistungsumfeld“,

sagt **Carlos Gómez-Sáez, Vorsitzender der Geschäftsführung VR Payment.**

Doch wie sieht es mit dem Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher aus? „Entgegen der weit verbreiteten Meinung, deutsche Verbraucherinnen und Verbraucher würden bargeldlosen Zahlungen

aufgrund von Befürchtungen über Betrug oder Diebstahl misstrauen, zeigt unsere Studie, dass eine große Mehrheit (63 Prozent) keine solche Angst hegt“, so **Oliver Lohmüller-Gillot, General Manager GBS Merchant D-A-C-H von First Data, jetzt Fiserv.**

Die Abrechnungsprozesse sind nur eine Seite der Medaille

Die Digitalisierung des Handels und des Handwerks funktioniert laut **Carlos Gómez-Sáez** schlichtweg nicht ohne bargeldloses oder „digitales“ Bezahlen: „Die Verkaufs- und Abrechnungsprozesse so zu gestalten, dass der Kunde frei entscheiden kann, wann, wo und wie er kauft und bezahlt, online wie offline, ist dabei nur eine Seite der Medaille. Mit digitalen Bezahlmethoden lassen sich auch die dahinterliegenden Geschäftsprozesse ganz neu gestalten: Die Warenwirtschaft und Buchhaltung z. B. verlaufen bei einer nahtlosen Datenanbindung nahezu automatisiert. Über die Verkaufsdaten weiß der Händler oder Handwerker, welche Waren er nachordern muss, welche Angebote er besonders bewerben oder aus dem Sortiment nehmen kann. Auch die Buchhaltung erhält alle nötigen Informationen im richtigen Format. Ein händisches Abgleichen von offenen Posten wird überflüssig. Das spart Zeit und minimiert Fehlerquellen.“

Die Bäckerei 4.0 setzt auf elektronisches Bezahlen

Worldline stattete bspw. die Filialen der Stendaler Landbäckerei mit Terminals aus. Dadurch zog das bargeldlose Bezahlen mit der girocard in die mehr als 100 Bäckerfilialen des Familienunternehmens ein. Seitdem können Kunden Einkäufe dort auch bargeld- und kontaktlos bezahlen. Der Bezahlvorgang wird beschleunigt, hygienischer und bequemer.

Die Lösung kommt sowohl bei den Konsumenten als auch dem Verkaufspersonal bisher gut an. „Gerade in kleinen und mittelständischen Betrieben sind meistens nur wenige, manchmal gar nur eine Person, für die verschiedensten administrativen Dinge wie Kasse, Reklamationen oder Buchungen zuständig. Dennoch muss der Fokus auf dem Kunden liegen. Betriebe jeder Größe könnten von modernen Bezahlösungen am Point of Sale profitieren, um dem Händler die Möglichkeit zu geben, sich ganz auf sein Kerngeschäft zu konzentrieren“, so **Panagiotis Karasavoglou, Country Head Germany von Worldline.** Auch **Thomas Binzer, Gesellschafter und Prokurist bei PAYMENTEXPERTS,** ist überzeugt, dass Kundenbindung beim Bezahlen beginnt:

„Tolle, leckere Produkte und perfekter, zukommender Service sind eine Selbstverständlichkeit. Am Ende steht immer die Zahlung durch den Kunden. Hier sollte man die Wahl lassen – im E-Commerce eine Selbstverständlichkeit – und alle, nicht nur die gängigen Zahlungsarten anbieten. Das signalisiert Kunden, dass hier Kartenzahlung ausdrücklich erwünscht ist. Gut verhandelte Konditionen sind natürlich die Basis.“





Smarte Regale, Spiegel oder Terminals mit Artikelfindern

Doch Digitalisierung beinhaltet noch sehr viel mehr: Für **Sebastian Anslinger, Sales Director Payment bei epay**, wandelt sich der Point of Sale zum „Point of Interaction“:

„Neue Technologien im Handel und im Handwerk verändern bestehende Interaktionen mit dem Kunden und bieten zugleich neue Möglichkeiten der Kontaktaufnahme, z. B. in Form interaktiver Beratung und des Angebots von zusätzlichen Mehrwertdiensten wie Coupons und Gutscheinen. Filialgeschäfte werden mit digitalen Touchpoints wie smarten Regalen, Spiegeln oder Umkleiden und Terminals mit Artikelfindern angereichert, die eine nutzerindividuelle Angebotsauswahl ermöglichen.“

Auch **Carlos Gómez-Sáez** ist überzeugt, dass Kunden heute nahtlose digitale Erlebnisse erwarten, die auf ihre Präferenzen zugeschnitten sind. Das gelte auch für die Art und Weise, wie sie bezahlen:

„Immer mehr Menschen kaufen online ein oder bezahlen mit Apps oder digitalen Brieftaschen. Viele der traditionellen Schritte einer Zahlung – Bargeld oder Karte herausziehen und Zahlungsdaten eingeben – entfallen oder treten in den Hintergrund. Der gesamte Prozess wird für alle Beteiligten einfacher und effizienter.“

Lösungen für eine sich stetig wandelnde Welt

Neue Services, wie die Auszahlung von Bargeld beim Einkauf an der Ladenkasse, und technische Innovationen würden auch laut **Sebastian Anslinger** für veränderte und neue Interaktionsmöglichkeiten am Point of Sale sorgen. Gleichzeitig sollte die Lösung für den Handel und das Handwerk Komplexität reduzieren, um die neuen Interaktionsmöglichkeiten einfach und ohne erhebliche Mehraufwände anbieten zu können. epay setzt zukunftsichernde Flexibilität daher z. B. mit der Akzeptanz von jeglichen aktuell bestehenden und von zukünftigen digitalen, mobilen bzw. kontaktlosen Zahlarten um, die sowohl über verschiedene Arten von Terminals als auch über Kassenintegrationen funktionieren. Worldline verfolgt einen ähnlichen Ansatz und bietet Händlern neben den stationären und mobilen Bezahlösungen auch die Möglichkeit an, ganze Abläufe ihres Geschäfts zu digitalisieren – und damit deutlich effizienter zu arbeiten und den Ertrag zu steigern.

Laut **Panagiotis Karasavvoglu** müssten Händler und Gewerbetreibende schnell auf die neuen Anforderungen reagieren, die sich durch die neuen Bezahlkanäle ergeben: „Diese gilt es weiterhin so zu bündeln, dass der Händler möglichst effektiv und kundenorientiert seine Services anbieten kann.“

Information ist das A und O

Bei der Vielzahl an digitalen Bezahlmöglichkeiten und den im Wandel befindlichen Bezahlpräferenzen kann es für Betriebe schwierig sein, stets den Überblick zu behalten. Aufklärung und Information für Händler und Handwerker ist deshalb besonders wichtig. Das **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel** bspw. unterstützt kleine und mittlere Händler kostenfrei bei Fragen zur Digitalisierung. **Marilyn Repp** ist dort Projektleiterin und kennt die Probleme der Betriebe. Sie ist überzeugt, dass letzten Endes der Kundenwille entscheidet: „Denken Sie an Deutschland im Jahre 1925: Welche Vorteile bietet es auch kleinen Betrieben, ein Telefon zu haben? Ich will damit sagen: Bargeldloses Bezahlen ist Teil eines gesamten Fortschrittsprozesses. Wer erfolgreich sein will, muss mit der Zeit gehen und auf die Bedürfnisse seiner Kunden eingehen. Und diese werden immer digitaler.“



Best Practice

„Mehr Digitalisierung – auch beim Bezahlen!“

Markus Seng, Inhaber der gleichnamigen Fleischerei in Burghaun-Steinbach, über die Einführung bargeldloser Bezahl-systeme in seinem Betrieb: „Wir stellen den Betrieb in vielen Bereichen auf mehr Digitalisierung um. Dazu gehört auch das Bezahlen. Zusätzlich war es vor allem ein Kundenwunsch – wenn nicht sogar eine -forderung –, größere Beträge bargeldlos bezahlen zu können. Die Resonanz auf das Angebot der Kartenzahlung ist bisher durchaus positiv, auch wenn erst ca. zehn Prozent bargeldlos abgewickelt werden. Ebenso war die Umstellung kein Problem. Unser Waagenhersteller bot uns ein zusätzliches Software-Kassenmodul für das Terminal an. Damit muss der Zahlungsbetrag nicht nochmal extra eingegeben werden. In unserer Filiale in Steinbach haben wir drei Waagen mit Kassen, die für die Bedienung alle gleichzeitig genutzt werden können, und ein Terminal. Das Bedienpersonal kann von allen Kassen einfach auf das Terminal wechseln. Ein Vorteil ist auch, dass beim Tagesabschluss in der Waagenkasse bereits die Beträge nach Bar- und Kartenzahlung sortiert werden. Wir sehen, dass die Kartenzahlung zwangsläufig mehr wird, vor allem bei jüngeren Kunden.“

Mehr Informationen liefert auch unser **Webinar**, zu dem Sie auf den Seiten 44-45 einen Artikel finden.



Infobroschüre "Karte und kontaktlos akzeptieren?"



Markus Seng, Inhaber der Fleischerei Seng in Burghaun-Steinbach

Blickpunkt Mittelstand

Der Kunde ist auch beim Bezahlen König

Welchen Stellenwert hat das Thema Bezahlen im Mittelstand?
Muss es präsenter werden, besteht Aufklärungsbedarf?

An der Ladenkasse sind Scheine und Münzen noch immer ein beliebtes Zahlungsmittel. Innovative Bezahlssysteme versprechen dem Mittelstand sicher Vorteile. Es gibt allerdings noch Optimierungsbedarf gerade für kleine Unternehmen. So werden beim bargeldlosen Bezahlen häufig die internen Abwicklungskosten sowie der Zeitaufwand übersehen, wie z. B. für Wechselgeldbeschaffung, das Zählen und den Transport des Geldes zur Bank. Auch die Reduzierung der Interbankenentgelte durch bargeldloses Bezahlen ist zahlreichen Mittelständlern nicht bewusst.

Insgesamt schöpft der Mittelstand noch nicht alle Potenziale aus, obwohl die Kunden durchaus die Bereitschaft zum Wechsel mitbringen: Einer aktuellen Umfrage zufolge bevorzugen 52 Prozent den bargeldlosen Zahlungsverkehr, ab 50 Euro Einkaufswert sogar 76 Prozent.¹ Auch wenn die Attraktivität der Kartenzahlung in Zukunft weiter steigt, legt der Mittelstand größten Wert darauf, dass die Möglichkeit, mit Bargeld zu bezahlen, erhalten bleibt. Und das nicht nur wegen der in letzter Zeit leider gehäuft auftretenden Störungen bei elektronischen Zahlungssystemen.

Welche Chancen ergeben sich bei Ihren Mitgliedern durch neue Bezahlmethoden?

Jährlich werden im deutschen Einzelhandel rund 20 Milliarden Zahlungen getätigt, gemessen am Gesamtumsatz von 430 Milliarden Euro im Jahr 2018 liegen Barzahlungen mit einem Umsatzanteil von rund 48 Prozent knapp hinter den bargeldlosen Zahlungsmöglichkeiten.² Die Anzahl bargeldloser Zahlungen steigt stetig. Dabei gewinnt kontaktloses und mobiles Bezahlen zunehmend an Bedeutung. Davon kann der Mittelstand profitieren: Modernes

Bezahlen bietet die Chance stärkerer Kundenorientierung und höherer Kundenzufriedenheit. Vor allem die technikaffinen Kunden stehen der Nutzung neuartiger Bezahlverfahren wie mit dem Smartphone oder kontaktlos mit der girocard ausgesprochen offen gegenüber: So geben 74 Prozent an, dass sie ihr Bezahlverhalten in den letzten Jahren geändert haben.

Der Einsatz von bargeldlosen Systemen wirkt sich auch positiv auf Unternehmenskennzahlen wie Umsatz oder Neukundenanteil sowie das moderne Image des Unternehmens aus. Zudem kann er für ein breiteres Zahlungsmittelangebot, die digitale Dokumentation des Geldflusses und eine zügigere Abfertigung an der Ladenkasse sorgen. Daraus resultieren geringere Bargeldkosten und die Optimierung von internen Prozessen, was wiederum zu einer Kostenersparnis führt.

Wo liegen die Schwierigkeiten bei der digitalen Transformation allgemein und bei digitalen Bezahlmethoden im Speziellen?

Digitalisierung bietet sehr viele Möglichkeiten für den Mittelstand. Angesichts dieser Vielfalt fällt es den Mittelständlern oft schwer einzugrenzen, welche Maßnahmen für ihr Unternehmen in Frage kommen. Oft fehlt auch schlicht die Zeit, sich mit innovativen Themen im Geschäftsalltag auseinanderzusetzen. Unser Verband, der BVMW, unterstützt deshalb mit dem Kompetenzzentrum „Gemeinsam Digital“ mittelständische Unternehmen aktiv bei der digitalen Transformation. Zum Beispiel schöpft der Mittelstand bei der Implementierung der NFC-Technologie noch nicht alle Potenziale aus: Nur jeder dritte Mittelständler bietet diese Bezahlmöglichkeit an. Dazu kommt die mangelhafte Verfügbarkeit von schnellem Internet. Das

hindert vor allem kleine Unternehmen im ländlichen Raum daran, neue Bezahlmöglichkeiten anzubieten. Oftmals bieten kleine Geschäfte die Kartenzahlung aufgrund von Abwicklungsgebühren auch erst ab einem bestimmten Betrag an.

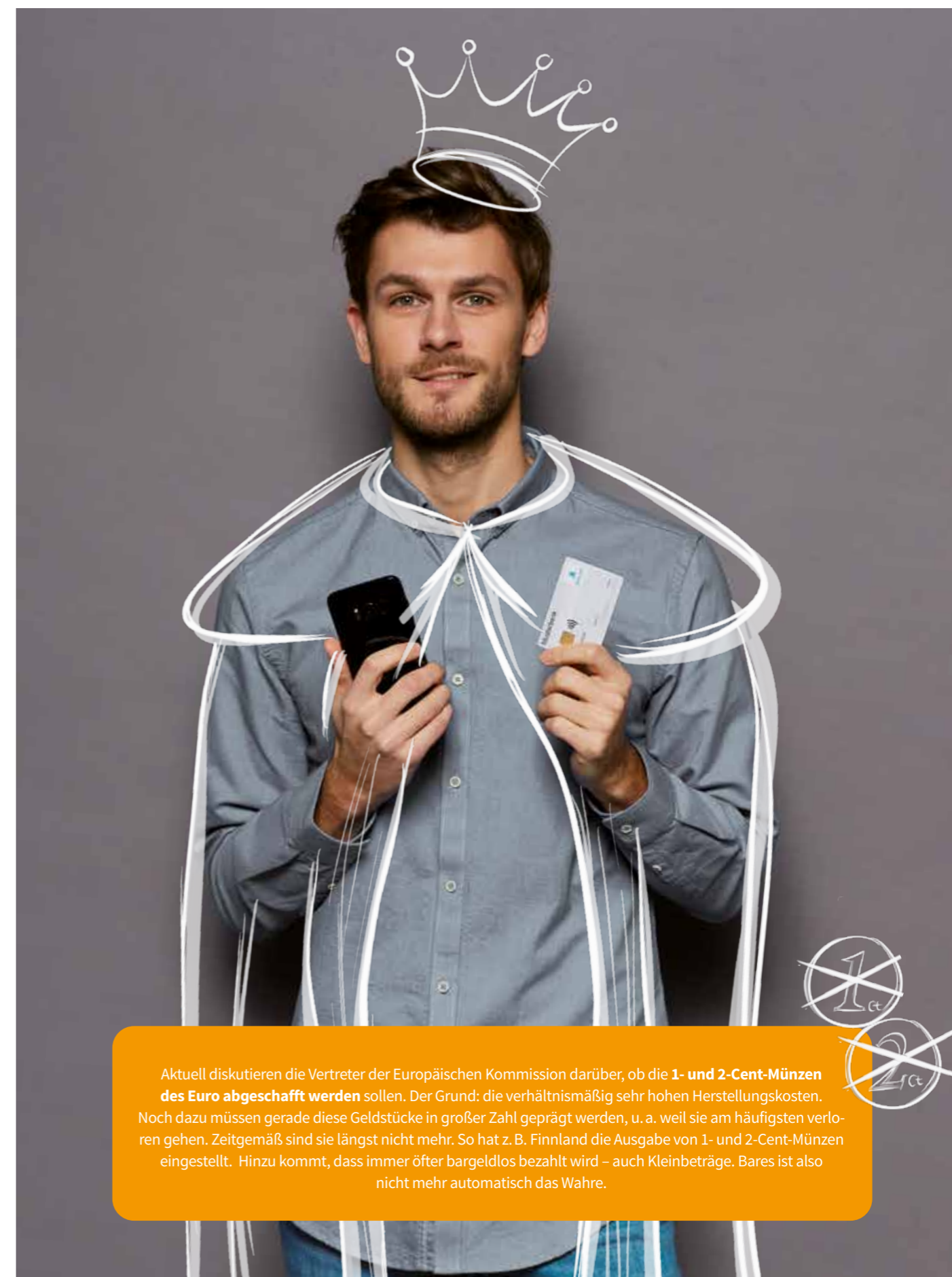
Welche Anforderungen hat der Mittelstand an zukünftige Bezahlmethoden?

Handel und Handwerk müssen im Zuge der digitalen Transformation mit der Zeit gehen, sonst gehen sie mit der Zeit. Das gilt auch für innovative Bezahlssysteme. Welches für das einzelne Unternehmen am besten geeignet ist, hängt von vielen Faktoren ab, u. a. Einsatzbedingungen, Kosten der Integration, technischen Voraussetzungen, Gebühren und Bedienbarkeit. Wichtig ist die Akzeptanz neuer Bezahlmethoden vom Kunden, weil er letztlich entscheidet, wie gezahlt wird. Umso mehr muss dem Wunsch vieler Kunden Rechnung getragen werden, auch weiterhin mit Bargeld zu zahlen. Es geht also nicht um ein Entweder-oder, sondern um ein Sowohl-als-auch. ///



Mario Ohoven

ist seit 1998 Präsident des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft.



Aktuell diskutieren die Vertreter der Europäischen Kommission darüber, ob die **1- und 2-Cent-Münzen des Euro abgeschafft werden** sollen. Der Grund: die verhältnismäßig sehr hohen Herstellungskosten. Noch dazu müssen gerade diese Geldstücke in großer Zahl geprägt werden, u. a. weil sie am häufigsten verloren gehen. Zeitgemäß sind sie längst nicht mehr. So hat z. B. Finnland die Ausgabe von 1- und 2-Cent-Münzen eingestellt. Hinzu kommt, dass immer öfter bargeldlos bezahlt wird – auch Kleinbeträge. Bares ist also nicht mehr automatisch das Wahre.

1) ECC Köln, Cordalis: <https://www.kreditwesen.de/cards/marktberichte/research/besser-bargeldlos-bargeld-los-potentiale-digitaler-zahlungsv-id56779.html>.
2) EHI-Studie: Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2019.



Webinar für Händler

Was es mit Karte, Kontaktlos & Co. auf sich hat

Bargeldlos bezahlen wird immer beliebter. „Kann ich hier mit Karte zahlen?“ ist in den meisten Supermärkten und Geschäften längst keine Frage mehr. Anders sieht es häufig bei kleineren, inhabergeführten Läden aus. Zwar verändert sich mit steigender Nachfrage der Kunden nach Kartenakzeptanz zunehmend auch in bisherigen Bargelddomänen die Einstellung und man sieht immer häufiger auch hier ein Bezahlterminal auf dem Tresen, dennoch verzichten gerade kleinere Einzelhändler immer noch gänzlich auf die Karte.

Mit der Karte zu bezahlen ist für den Kunden bequem, einfach und sicher. Doch auch für Händler bieten sich bei einem gut ausgehandelten Vertrag zahlreiche Vorteile, allen voran die Zeitersparnis – sowohl beim Bezahlen selbst als auch bei der Abrechnung nach Betriebsschluss. In einigen Geschäften bedeutet dies mehr Zeit für die Beratung, insbesondere im stationären Handel. Andere profitieren vor allem durch die schnellere Abwicklung, etwa Betreiber eines Kiosks. Ein weiterer Vorteil: Händler, die vermehrt auf Kartenzahlung setzen, sparen Gebühren, die für die Einzahlung des Bargelds erhoben werden.

Um über diese und viele weitere Vorteile aufzuklären und das Thema „Kartenzahlung“ transparent und leicht verständlich zu vermitteln, veranstaltete die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. im Oktober 2019 ein Webinar. Als Experten standen **Ulrich Binnebösel** (Handelsverband Deutschland), **Dr. Thomas Denny** (SRC Security Research & Consulting), **Matthias Hönisch** (Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken), **Markus Schmidt** (infas quo) und **Jörg Stahl** (Bundesverband der electronic cash-Netzbetreiber) Rede und Antwort. **Ingo Limburg** (Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme) übernahm die Moderation. An insgesamt drei Terminen mit unterschiedlichen Schwerpunkten gingen

die Experten auf Fragestellungen ein, die den jeweiligen Wissensstand der Händler berücksichtigen sollten.

Die erste Folge richtete sich an jene Händler, die noch keine Erfahrungen mit Kartenakzeptanz gemacht haben und wissen wollten, wie sie auf dem Weg zur Kartenakzeptanz am besten vorgehen. Die Kontaktlos-Technologie stand im Mittelpunkt der zweiten Folge. Hier ging es um Fragen nach der Sicherheit und Funktionsweise, aber auch um praktische Tipps, z. B. zur Freischaltung eines Terminals und dazu, wie man erkennt, welche Terminals kontaktlos-fähig sind. Die dritte Folge skizzierte einen Blick in die Zukunft des Bezahls und betrachtete Innovationen und Entwicklungen im Ausland. Das Webinar eignet sich auch als Hilfestellung für Netzbetreiber und technische Dienstleister, da diese es über ihre eigenen Kanäle verbreiten und zur Aufklärungsarbeit nutzen können.



Das Webinar steht dauerhaft online zur Verfügung:
initiative-deutsche-zahlungssysteme.de/webinar



Kommt es zu der Überlegung, Karten als Zahlungsmittel zu akzeptieren, sollte man nicht nur die Kosten bedenken! Schließlich kann es auch passieren, dass Kunden gar nichts oder weniger kaufen, wenn sie nicht ausreichend Bargeld dabei haben. Wenn Ihnen als Händler schon einmal die Frage gestellt wurde, ob Sie Kartenzahlung akzeptieren, gibt es hier mit Sicherheit Handlungsbedarf.

Ulrich Binnebösel, Handelsverband Deutschland



Kartenzahlung bedeutet für den Händler Sicherheit. Denn für jedes „Piep“ an der Kasse erhält er im girocard-System eine Zahlungsgarantie.

Jörg Stahl, Bundesverband der electronic cash-Netzbetreiber



Wenn es um Kartenakzeptanz geht, sehen wir bei kleinen und mittelständischen Betrieben Informationsbedarf. Durch das Webinar wollen wir ein modernes und interaktives Wissensangebot schaffen, auf das jeder Händler immer und überall zugreifen kann.

Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender Initiative Deutsche Zahlungssysteme



Mit dem Smartphone können Zahlungen per CDCVM, also z. B. mit biometrischen Verfahren, freigegeben werden. Dabei bieten biometrische Verfahren bei entsprechender Handhabung ein ebenso hohes Schutzniveau wie die Eingabe der PIN.

Dr. Thomas Denny, SRC Security Research & Consulting

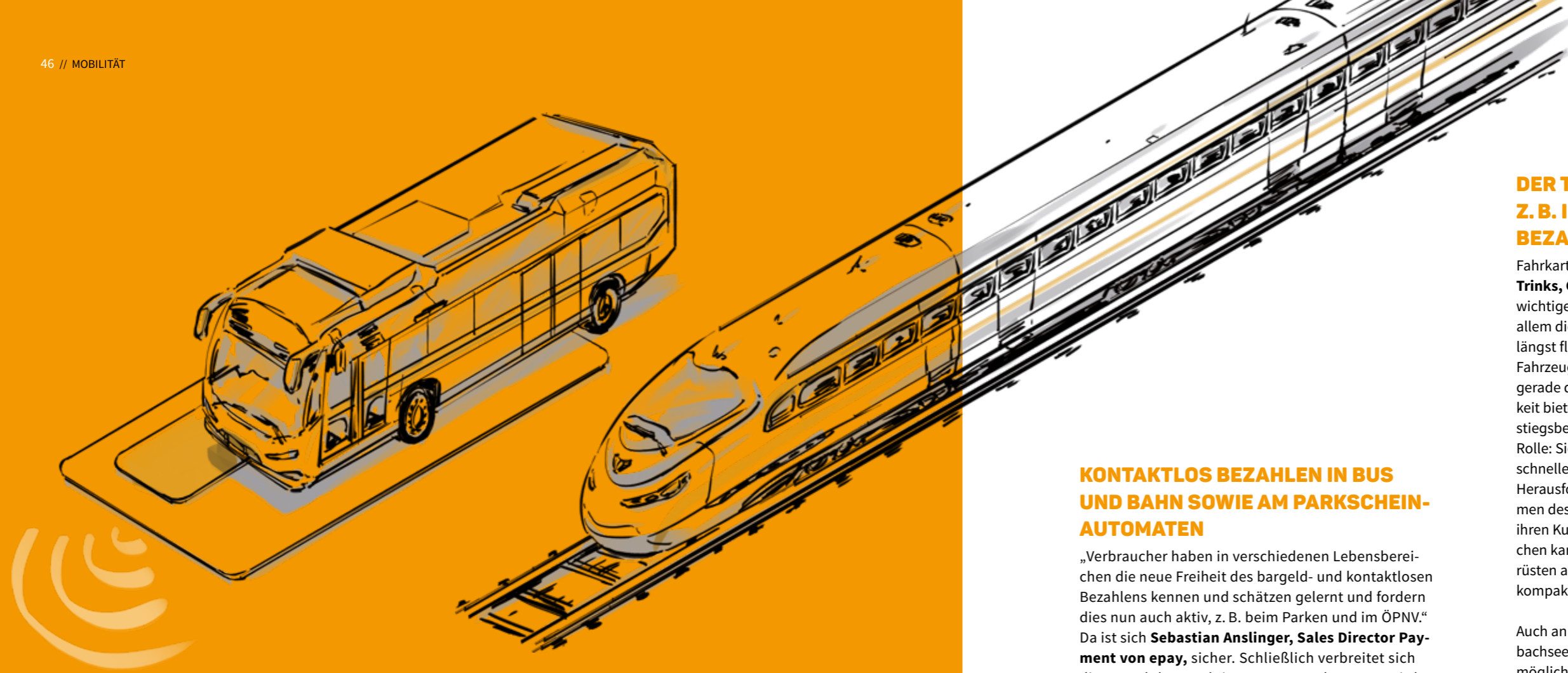


Das kontaktlose Bezahlen wird von den Kunden so schnell angenommen wie keine andere neue Funktion der girocard. Innerhalb eines Jahres stieg der Anteil von kontaktlos an allen Bezahltransaktionen mit Karte von 19 Prozent im Januar 2019 auf 36 Prozent im Dezember.¹

Markus Schmidt, infas quo



¹⁾ Quelle: Die Deutsche Kreditwirtschaft, Stand Dezember 2019.



Zahlungssysteme für die Mobilität von morgen

BEZAHLEN *TO GO* IN BUS, BAHN & CO.

„Rom ist nicht an einem Tage erbaut worden“ heißt es sprichwörtlich. Bereits in der letzten Ausgabe der ProChip berichteten wir von der „Revolution an der Ladesäule“ und warum sie bisher ausblieb. Doch gerade im Bereich Mobilität ist ein echter Impuls hin zu neuen Konzepten immer dringender.

Haben die letzten zwölf Monate die große Veränderung gebracht? In der Initiative entstand in der Zwischenzeit weitere Expertise rund um modernes Bezahlen für den Mobilitätsbereich – nicht nur an den E-Ladesäulen. Initiative-Mitglieder verraten, dass Bezahlinnovationen, wie girocard kontaktlos oder Mobile Payment, die Revolution der Mobilität beschleunigen können.

KONTAKTLOS BEZAHLEN IN BUS UND BAHN SOWIE AM PARKSCHEIN-AUTOMATEN

„Verbraucher haben in verschiedenen Lebensbereichen die neue Freiheit des bargeld- und kontaktlosen Bezahlens kennen und schätzen gelernt und fordern dies nun auch aktiv, z. B. beim Parken und im ÖPNV.“ Da ist sich **Sebastian Anslinger, Sales Director Payment von epay**, sicher. Schließlich verbreitet sich die Kontaktlos-Funktion rasant, an der Kasse wird immer öfter „getappt“ statt gesteckt. Das sieht auch **Silvana Jahn, International Key Account Manager bei Ingenico**, so. Neue Bezahlkonzepte finden in allen Bereichen der Mobilität stärkeren Anklang: „Besonders im Bereich Parken werden viele Städte mit Alternativen zum Bargeld ausgestattet. So kommen z. B. verstärkt Terminals ohne PIN-Pad (TOPP) zum Einsatz, an denen kontaktlos mit Karte (girocard oder Kreditkarte) oder dem Smartphone bezahlt werden kann.“ **Hassan Nagi, Business Development Manager bei FEIG**, sieht den ÖPNV als Vorreiter: „Hier bietet sich die Möglichkeit, die Nutzung der girocard als Fahrkarte zu entwickeln, wie es international z. B. heute schon mit manchen Kreditkarten möglich ist.“

PADERBORN STATT BERLIN

Immer öfter taucht im Zusammenhang mit innovativen Mobilitätskonzepten das Schlagwort „Smart City“ auf. Dort sollen ganzheitliche Konzepte entwickelt werden, um Städte effizienter, technologisch fortschrittlicher, grüner und sozial inklusiver zu gestalten. Dazu gehört auch das Bezahlen. Wer dabei an die großen Metropolen wie Berlin, Hamburg oder München denkt, liegt jedoch falsch. Wegbereiter für innovative, vernetzte Bezahlösungen sind oft kleinere Städte und Regionen, wie Paderborn. Dort können Fahrgäste in den grünen „go.on“ Bussen und der „mobithek“ des Verkehrsverbundes ihre Tickets neben Bargeld bald auch mit girocard und Kreditkarte bezahlen. epay pilotiert das Projekt als technischer Partner.

DER TEUFEL LIEGT IM DETAIL, Z. B. IN DER ERGONOMIE DER BEZAHLTERMINALS

Fahrkarten spontan im Bus zu kaufen sei laut **Michael Trinks, Country Manager von Verifone Germany**, ein wichtiger Punkt im Serviceangebot der Anbieter. Vor allem die Kontaktlos-Technologie, die im Einzelhandel längst flächendeckend Einzug gehalten hat, sei in den Fahrzeugen des ÖPNV noch nicht verbreitet. Obwohl sie gerade dort enormen Komfort und hohe Geschwindigkeit biete. Die Ergonomie der Bezahlterminals im Einstiegsbereich von Bus und Bahn spielt dabei eine große Rolle: Sie muss eine einfache Benutzerführung und eine schnelle Zahlungsabwicklung gewährleisten. Vor dieser Herausforderung standen auch die Mitgliedsunternehmen des Verkehrsverbundes Mittelsachsen (VMS). Um ihren Kunden einen optimalen und vor allem einheitlichen kartengestützten Bezahlvorgang bieten zu können, rüsten alle Unternehmen des VMS auf besonders kompakte Verifone-Terminals auf.

Auch an 29 Parkscheinautomaten rund um den Brombachsee bei Nürnberg ist bargeldloses Bezahlen jetzt möglich. Ingenico stattete die solarbetriebenen Automaten mit NFC-fähigen und besonders stromsparenden Bezahlmodulen aus. **Dieter Hofer, Geschäftsführer beim Zweckverband Brombachsee**, freut sich,

dass den Gästen nun dieser Service angeboten werden kann. Gleichzeitig würde mit der Energie aus Solarstrom im Sinne der Nachhaltigkeit gehandelt. In Köln-Nippes entsteht in Kooperation mit ParkenPropertyPartner UG und Zahlungsdienstleister epay das erste „Free-flow-System“ in einer Quartiersentwicklung: eine rein bargeldlose und schrankenlose Tiefgarage im Büro-, Gewerbe- und Ateliergebäude Clouth 104. Die zukunftsweisende Lösung von epay beinhaltet einen Abrechnungsautomaten ohne PIN-Pad und die Videoüberwachung der Ein- und Ausfahrt mit Scan des Kennzeichens – so ist keine Schranke mehr nötig. (Mehr zum Terminal ohne PIN-Pad auf Seite 18-21).



SORGENKIND E-MOBILITÄT?

In der E-Mobilität hingegen geht es langsamer voran. Laut Ladesäulenregister des Bundesverbands der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) gab es Anfang 2020 hierzulande 20.650 öffentlich zugängliche Ladepunkte. Im Vergleich: Im August 2018 wurden nur 13.500 Punkte gezählt. Das entspricht einem Anstieg von etwa 50 Prozent. Ist das der große Durchbruch?



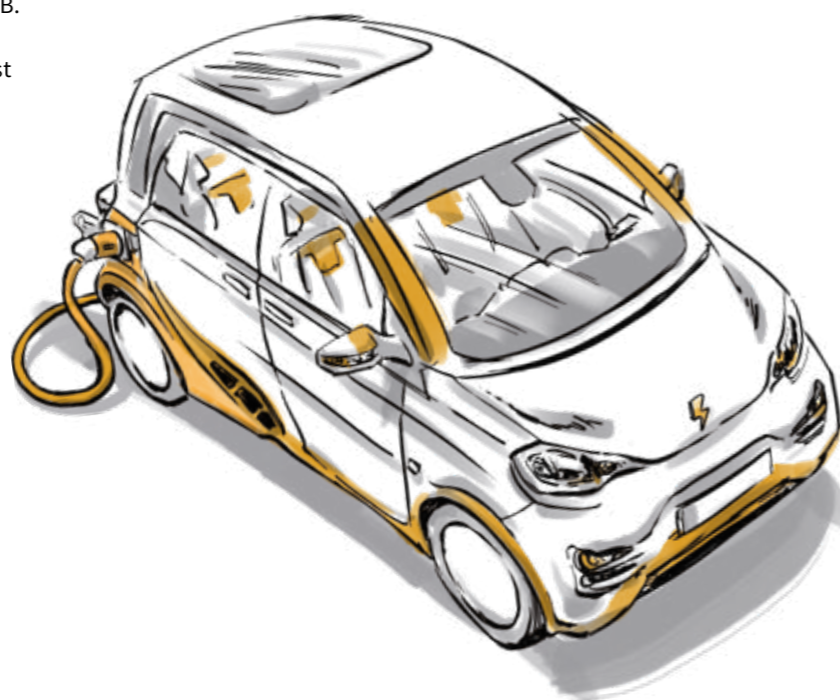
Die Projekte im Bereich E-Mobilität seien, so **Silvana Jahn, International Key Account Manager von Ingenico**, weiterhin recht langwierig und der Einsatz geschlossener Bezahlssysteme werde aktuell noch bevorzugt. Auch der Druck von Kundenseite fehle noch. **Hassan Nagi, Business Development Manager bei FEIG**, ist jedoch überzeugt, dass sich die Situation in den kommenden Monaten weiter verändern wird. Viele Hersteller, die schon im Jahr 2019 mit der girocard-Integration begonnen hätten, würden 2020 ihre Systeme weiter großflächig ausrollen. Neben tausenden neuen Säulen mit integrierter girocard-Unterstützung ab Werk müssen zudem viele der über 20.000 heutigen Ladepunkte nachgerüstet werden, was FEIG mit neuen, flexiblen Einbauvarianten seines erfolgreichen Automatenmoduls cVEND plug lösen will. Damit können Säulen vor Ort in wenigen Minuten um ein offenes Bezahlssystem, z. B. mit der kontaktlosen girocard, erweitert werden. **Maria Joukovitch, International Partner Manager bei CCV**, ist sich sicher:

„JE EINHEITLICHER DIE BEZAHLPROZESSE DER EINZELNEN LÖSUNGEN PRO POINT OF SALE UND BRANCHE GEHALTEN SIND, DESTO GRÖßER WIRD DIE VERBRAUCHERAKZEPTANZ SEIN.“

VIELE HÜRDEN, ABER AUCH NEUE CHANCEN

Die Entwicklung gehe laut **Silvana Jahn** deutlich langsamer voran, als es ursprünglich den Anschein hatte. „Es gibt aber einige Hersteller von Ladesäulen, z. B. wallbe, die den Mehrwert verstanden haben und offene Bezahlssysteme vorantreiben.“ **Felix Blum, Chief of Back-End and Payment Solution bei wallbe**, bekräftigt:

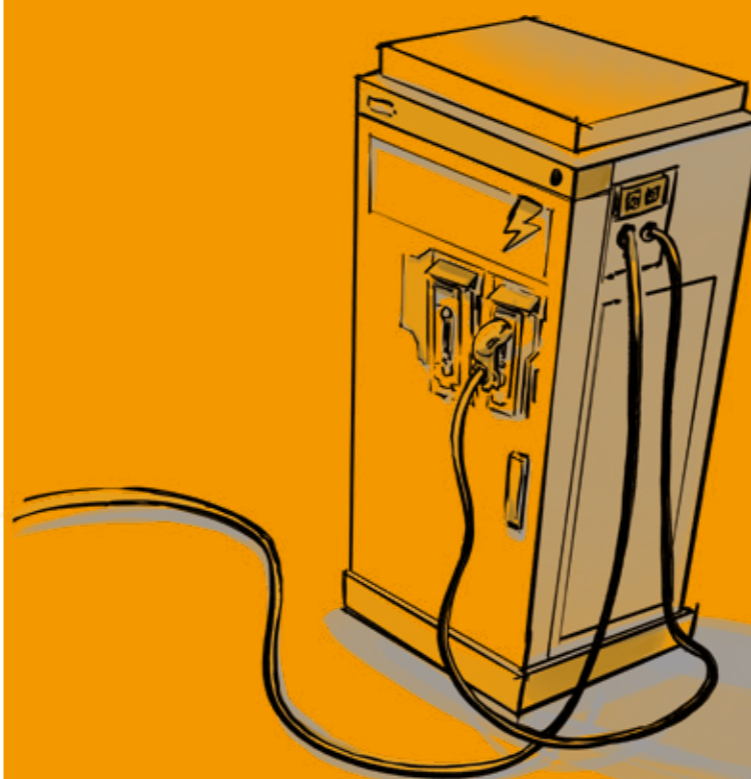
„DER NUTZER MUSS SICH NICHT REGISTRIEREN ODER ANMELDEN, UM DEN LADEVORGANG ZU STARTEN.“



Es entfällt auch die umständliche Variante, einen QR-Code mit dem Smartphone zu scannen, der auf eine Homepage zur Hinterlegung von Kreditkartendaten führt.“ wallbe statet gemeinsam mit drei Unternehmen der Deutscher Sparkassenverlag (DS-V)-Gruppe – der Sparkassen-Einkaufsgesellschaft, der S-Payment und der PAYONE – Sparkassen in ganz Deutschland mit Ladesäulen aus. Einen ähnlichen Weg geht die DRWZ Mobile, die gemeinsam mit den Volksbanken Raiffeisenbanken im Rahmen des Produktes „GemoMobilität“ Ladeinfrastruktur aufbaut und mit Beratung sowie weiteren Leistungen rund um den Fuhrpark unterstützt. So wird gewährleistet, dass das Ladesäulennetz bundesweit dichter wird. Auch **Initiative-Vorstand Peter Ehrl**, leidenschaftlicher E-Mobilist, betreibt auf seinem Firmengelände von **Ernst Kühner** in Coburg eine öffentlich zugängliche E-Ladesäule:

„ES FEHLEN FLÄCHENDECKEND LEISTUNGSFÄHIGE LADESTATIONEN. WIR TRAGEN ALS UNTERNEHMEN IN DER REGION DAZU BEI, DIESE SITUATION UND DIE AKZEPTANZ VON E-MOBILITÄT ZU VERBESSERN.“

Eine weitere Hürde der E-Mobilität sei laut CCV die Belegausgabe. **Maria Joukovitch** berichtet, dass sich die Übermittlung über einen sogenannten „Belegserver“ jedoch unkompliziert umsetzen lässt: „Der Kunde startet den Ladevorgang inklusive Vorautorisierung



von bspw. 25 Euro. Den Preis pro Kilowattstunde übermittelt der Automat an das Terminal, anhand dessen wird der genaue Betrag berechnet und das Teilstorno ausgelöst. Der Kunde bestätigt den Belegwunsch am Terminal, der Beleg wird ihm als QR-Code angezeigt und dieser kann über das Smartphone abgescannt werden.“

ALLE MÜSSEN „AN EINEM STRANG ZIEHEN“

„Nur dann, wenn im öffentlichen Raum mit der Vielzahl an Interessenparteien, Auftraggebern und Dienstleistern auf Augenhöhe an einer gemeinsamen Lösung gearbeitet wird, die den Verbraucher in den Mittelpunkt stellt, kann am Ende eine zukunftssichere Basis für bargeldloses Bezahlen etabliert werden“, sagt **Sebastian Anslinger**. Auch Ingenico berichtet aus Erfahrung, dass Akteure leider oftmals nicht eng genug zusammenarbeiten. Innovative Mobilitätskonzepte setzen jedoch genau dort an und bringen alle Beteiligten an einen Tisch, um das Fahrerlebnis mit einem E-Auto in der Stadt zu planen und anschließend die betroffenen Unternehmen einzubeziehen und die Umsetzung zu gewährleisten. „Nur wenn alle an einem Strang ziehen, kann eine einheitliche Bezahl Landschaft beim Reisen geschaffen werden“, sagt **Silvana Jahn**. Die Initiative-Mitglieder werden deshalb auch in Zukunft daran arbeiten, alle Beteiligten zu erreichen, um das Bewusstsein für die Mehrwerte offener Bezahlverfahren für die Mobilität von morgen zu stärken. ///

E-volution in Deutschland!

Gelingt E-Mobilität mit Mobile Payment & Co. endlich der Durchbruch?

Jahresveranstaltung der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Obwohl E-Mobilität seit Jahren ein Thema (in nahezu) jeder Diskussion um Energiewende und Klimapolitik ist, hat ihr großer Durchbruch bisher auf sich warten lassen. Zu den Hemmnissen der E-Mobilität gehört neben hohen Anschaffungskosten auch die chaotische Bezahlssituation an der Säule: Bisher hat sich noch kein einheitliches und verbraucherfreundliches System etabliert. Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme setzt sich dafür ein, dass der Kartenzahlung an Ladesäulen eine gleichwertige Bedeutung wie Roaming beigemessen wird und diese ebenfalls zum Standard wird. Wie innovative und offene Bezahlmöglichkeiten, wie girocard kontaktlos oder Mobile Payment, die E-Mobilität benutzerfreundlicher gestalten können, darüber diskutierten die Teilnehmer des Parlamentarischen Abends am 22. März 2019 in Berlin.

Die „elektronische Evolution“, kurz „E-volution“, beeinflusst auch die Art und Weise, wie wir bezahlen: Inzwischen ist z. B. das kontaktlose Bezahlen mit der digitalen girocard im Smartphone möglich. Das bedeutet nicht nur einen neuen Formfaktor, sondern auch neue technische Möglichkeiten. Kundinnen und Kunden können z. B. das sogenannte CDCVM („Consumer Device Cardholder Verification Method“), also eine Verifikationsmethode des Smartphones, wie z. B. den Abgleich des Fingerabdrucks oder die Gesichtserkennung, anstelle der Eingabe der PIN nutzen. Bezahlterminals können somit auf ein PIN-Pad verzichten – gerade im unbefindlichen Bereich wie z. B. an Automaten eine wertvolle Innovation.

Diese neuen Technologien können auch Neuerungen in anderen Branchen voranbringen. Großes Synergiepotenzial gibt es z. B. im Bereich der E-Mobilität. Doch das innovative und gleichzeitig verbraucherfreundliche Bezahlen des getankten



Lothar Binding
Mitglied des Deutschen Bundestages



Albrecht Wallraf
Bundesverband deutscher Banken

Stroms ist noch nicht selbstverständlich. Mal wird eine Anmeldung per App, mal eine eigene RFID-Karte benötigt. Diese für Verbraucherinnen und Verbraucher unübersichtliche Situation stellt auch die Politik vor Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund begrüßte die Initiative auf ihrem 14. Parlamentarischen Abend den **finanzpolitischen Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion, Lothar Binding**. In seiner Keynote betonte Binding die Notwendigkeit regulatorischer Rahmenbedingungen:

„Dort wo der Markt und seine Teilnehmer an ihre Grenzen stoßen, haben wir die politische Verantwortung, die Rahmenbedingungen für die E-Mobilität in Deutschland voranzutreiben. Dazu gehört auch, die gesetzlichen Bedingungen für benutzerfreundliche Bezahlssysteme zu verbessern, wie im Koalitionsvertrag vereinbart.“

Aufgrund ihrer Benutzerfreundlichkeit eigne sich die girocard für den Einsatz im Mobilitätskontext, betonte **Albrecht Wallraf vom Bundesverband deutscher Banken**, in seinem Vortrag. Auch die weite Verbreitung der girocard sowie die schnelle Abwicklung des Bezahlvorgangs dank Kontaktlos-Technologie sprächen für eine sichere und effiziente Integration in E-Mobilitäts-Systeme.

In der anschließenden Podiumsrunde forderte **Gregor Kolbe vom Verbraucherzentrale Bundesverband** kundenfreundliche Lösungen ohne mehrmalige

und komplizierte Registrierungen. Die Vielzahl an verschiedenen Anbietern und Roamingverbünden erfülle diese Kriterien momentan nicht. Die Roamingpflicht der Förderrichtlinie wurde auch von **Lars Reimann vom Handelsverband Deutschland** kritisiert. Diese sei teuer und intransparent. **Markus Emmert vom Bundesverband eMobilität** pflichtete dem bei: „Die gegenwärtige Willkür und Intransparenz der Abrechnung muss ein Ende haben und bestehende Ladeinfrastruktur gilt es zu erhalten, z. B. durch pragmatische kWh-Abrechnungen gegenüber dem Verbraucher.“ **Wolfgang Müller vom Verband der Terminalhersteller in Deutschland** nahm neben der Politik

auch die Hersteller in die Pflicht. An ihnen liege es, nun die Zahlungsmöglichkeiten an E-Ladesäulen zu standardisieren.

Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative, resümierte: „Bezahlen an der E-Ladesäule muss genauso einfach und intuitiv funktionieren wie an der regulären Tankstelle. Das offene System der girocard mit ihren über 100 Millionen Karten – egal ob Plastikkarte oder digital im Smartphone – bietet als weit verbreitete und bewährte Lösung die besten Voraussetzungen, um die Standardisierung der Bezahlprozesse – und somit ein Stück weit die E-volution – voranzutreiben.“ ///



Ingo Limburg
Initiative Deutsche Zahlungssysteme

➔ Mehr zum Thema Mobilität lesen Sie im Artikel „Zukunft der Mobilität“ ab Seite 46.

VER NETZT

für modernes Bezahlen in Deutschland

Die Mitgliedsunternehmen konstituieren die Initiative, sie tragen sie und ihre Themen. Um ihre Interessen bestmöglich zu vertreten, bildet die enge Zusammenarbeit mit Partnern ein zentrales Element der Vereinsarbeit. Kommunikation wird auf zwei Ebenen gelebt: durch den direkten Dialog der Initiative mit ihren Mitgliedern sowie das Anregen eines fachlichen Austauschs zwischen den Mitgliedsunternehmen, um Synergieeffekte zu kreieren und gemeinsame Projekte zu begünstigen.

Der Verein will sichtbar und ansprechbar sein, im Markt sowie für Politik und Verbände. Über ein breites Unterstützernetzwerk im wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Raum wird die vereinseigene Position formuliert und nach außen hin vertreten. Mit dem Ziel, einen festen Wiedererkennungswert für den Verein und seine Inhalte zu etablieren, aber auch Diskussionen gesellschaftspolitischer Relevanz anzustoßen und einen Beitrag zur Gestaltung des Bezahlens der Zukunft zu leisten. ///

84 Stimmen, eine Botschaft

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Aktivitäten der Initiative Deutsche Zahlungssysteme



POLITISCHE KOMMUNIKATION

Aufbau und Pflege von Arbeitsbeziehungen zu politischen Entscheidungsträgern; Plattform zum Austausch für Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Medien.



EVENT

Parlamentarischer Abend und Informationsveranstaltungen zum Networking, Sammeln von Impulsen und zur Bündelung von Interessen.



PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Erstellung von Online- und Offline-Meldungen und Pressemitteilungen; Abstimmung von Gastbeiträgen in Fachmedien sowie Konzeption und Vermarktung von Studien.



MAGAZIN

Vereinseigene Publikation, die einmal pro Jahr erscheint und u. a. über das Bezahlen in Deutschland, die bargeldlose Chiptechnologie sowie Mitglieder und Veranstaltungen informiert.



INTERNE KOMMUNIKATION

Newsletter, Mailings sowie regelmäßige Monitoringberichte zu branchenspezifischen, bundes- und europapolitischen sowie vereinseigenen Entwicklungen; Information, Service und Beratung.



KOORDINATION

Unterstützung bestehender Aktivitäten der Mitgliedsunternehmen und Koordination von Pilotprojekten für potenzielle Anwendungsgebiete.



RECHERCHE

Neue Einsatzmöglichkeiten und Akzeptanzstellen für die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft; Ansprache von Akteuren aus Politik und Wirtschaft.



ONLINE-AUFTRITT

Pflege von Website und Social-Media-Kanälen (Twitter und YouTube). Verlinkung mit den Mitgliedsunternehmen; Information über vereinsrelevante Projekte; Aufgreifen relevanter Inhalte von girocard.eu sowie vom Magazin und von der Pressearbeit.



INFORMATIONSMANAGEMENT

Internes Wissensmanagement und zielgruppenspezifische Aufklärungsangebote, auch für externe Zielgruppen (Händler, Verbraucher), z. B. in Form von Webinaren.



Jetzt Mitglied werden
www.initiative-deutsche-zahlungssysteme.de

Neuigkeiten

Spürbarer Wandel an der Ladenkasse

2019 erreicht die girocard mit 4,5 Milliarden Transaktionen einen weiteren Rekord. Wie die Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft beweist, greifen Verbraucher immer häufiger zur girocard statt zu Münze und Schein. Die Anzahl der Bezahlvorgänge stieg wie schon im Vorjahr erneut um rund 19 Prozent (2018: 3,79 Milliarden).

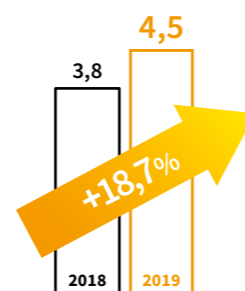
Die Umsätze lagen 2019 mit rund 211 Milliarden Euro etwa 12,6 Prozent über dem Erfolgsjahr 2018 (187 Milliarden Euro). Der durchschnittliche Bezahlungsbetrag sank weiter auf 46,86 Euro. Das ist ein Indiz dafür, dass immer mehr Nutzer auch kleinere Beträge mit der girocard begleichen.

Insbesondere das kontaktlose Bezahlen wird bei kleinen Beträgen häufig genutzt. Der Durchschnittsbetrag (33,93 Euro) für die kontaktlosen Transaktionen liegt deshalb deutlich unter dem allgemeinen durchschnittlichen Bezahlungsbetrag. Inzwischen sind 75 Millionen der rund 100 Millionen girocards mit der Kontaktlos-Funktion ausgestattet. Mit einem Anteil von 26,6 Prozent der Gesamttransaktionen war über das Jahr betrachtet bereits mehr als jede vierte Transaktion kontaktlos (2018: durchschnittlich 9,8 Prozent). Der Anstieg im Jahresverlauf ist bemerkenswert: Waren im Januar 2019 noch 19 Prozent der Bezahlvorgänge kontaktlos, so lag der Anteil im Dezember schon bei 35,7 Prozent. Verbraucher scheinen die Funktion zunehmend zu schätzen und zu nutzen.

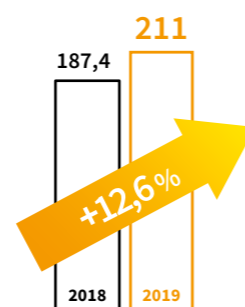
Neben den Kundenansprüchen verändert sich auch das Bezahlangebot an der Ladenkasse: 2019 gab es über 871.000 aktive girocard-Terminals auf dem Markt und damit 3,7 Prozent mehr als im Vorjahr. Im Dezember 2019 unterstützten bereits fast 755.000 Terminals (2018: 620.000) eine kontaktlose Zahlungsabwicklung. Tendenz steigend. Der Wandel findet also auf beiden Seiten der Ladenkasse statt.

girocard-Jahreszahlen 2019¹

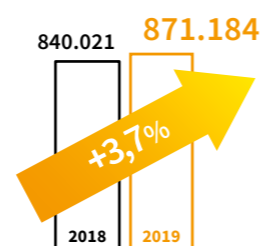
Transaktionen
(in Milliarden)



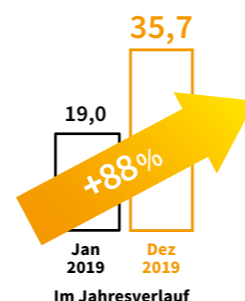
Umsätze
(in Milliarden €)



Aktive Terminals



Kontaktloses Zahlen (gemessen an Gesamttransaktionen, in %)



EHI-Studie zeigt: erstmals mehr Umsatz durch Karten- als durch Bargeldzahlung

Den Trend zur Karte bestätigt auch das EHI Retail Institute in seiner Studie „Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2019“. Demnach sank der Anteil der Zahlungen mit Bargeld am Gesamtumsatz im Jahr 2018 auf 48,3 Prozent (-1,7 Prozentpunkte) und war damit erstmals niedriger als der Anteil der Kartenzahlungen (48,6 Prozent). Haupttreiber der Entwicklung sei das girocard-System, auf das allein ein Umsatzanteil von 30,1 Prozent entfällt. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet das einen Zuwachs von 3,8 Prozentpunkten für die Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft. In die Studie des EHI flossen die Daten von 435 Unternehmen mit ca. 85.000 Betrieben aus 35 Branchen ein. Auf diese entfällt ein Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne in Höhe von 251,2 Milliarden Euro – entsprechend rund 58,4 Prozent des Gesamtwertes für Deutschland.

Federführung 2020: BVR übernimmt Rolle bei der Deutschen Kreditwirtschaft

Zum Jahreswechsel übernimmt der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) die Federführung der Deutschen Kreditwirtschaft. Turnusmäßig wechselt diese jährlich zwischen dem BVR, dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) und dem Bundesverband deutscher Banken (BdB), der diese Aufgabe 2019 übernahm.

Digitaler Fokus der DK Info

2019 ging es bei der jährlichen Informationsveranstaltung der Deutschen Kreditwirtschaft um das Thema „Alles digital, in Echtzeit und standardisiert?“. Im dbb Forum Berlin herrschte reger Austausch zwischen Experten von Kreditwirtschaft, Handel und technischen Dienstleistern, Fachpublikum und Presse – in Vorträgen und Diskussionsrunden sowie abseits der Bühne in individuellen Gesprächen. Diskutiert wurden u. a. die Herausforderungen, denen sich die Branche durch die unterschiedlichen Ansprüche von Kunden, Handel und Gesetzgeber stellen muss. Sichere und nachhaltige Bezahlverfahren sind das gemeinsame Ziel aller Teilnehmer.

Zentral beim Thema Digitalisierung ist die zunehmende Internationalisierung, die auch vor dem Zahlungsmittelmarkt nicht Halt macht. Die europäische Perspektive betonte bspw. Burkhard Balz, Mitglied des Vorstands der Deutschen Bundesbank, in seinem Vortrag „Mehr Europa im Zahlungsverkehr: Herausforderungen für Markt und Politik“. Die Informationsveranstaltung der Deutschen Kreditwirtschaft findet diesmal am 23. Juni 2020 statt. Informationen zur Veranstaltung und zu Teilnahmemöglichkeiten erhalten Sie im Internet unter die-dk.de. Außerdem informiert die Initiative auch via Twitter.

Neue Adresse für die Geschäftsstelle der Initiative

Nach rund elf Jahren im Haus der Bundespressekonferenz hat die Geschäftsstelle der Initiative Deutsche Zahlungssysteme eine neue Anschrift.

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. · c/o Advicepartners GmbH · Behrenstr. 27 · 10117 Berlin

1) Quelle: Die Deutsche Kreditwirtschaft, Stand Februar 2020, © EURO Kartensysteme GmbH.

Umstellung für Händler durch PSD2

Seit dem 14. September 2019 ist die zweite europäische Zahlungsdienstrichtlinie (Payment Service Directive 2, kurz PSD2) vollständig in Kraft. Ziel der Richtlinie ist es, Innovationen auf dem Markt zu fördern und den Wettbewerb im Markt zu steigern. Zudem soll sie die Sicherheit im Zahlungsverkehr erhöhen sowie die Verbraucher verstärkt schützen. Die PSD2 regelt neben der Zwei-Faktor-Authentifizierung für Zahlungen im Online- und stationären Handel auch die möglichen Ausnahmen und ermöglicht so das PIN-freie Bezahlen von Kleinbeträgen nach verlässlichen Regeln – so auch die Zahlung am Terminal ohne PIN-Pad (TOPP). So müssen Händler z. B. auch bei Online-Zahlungen eine Zwei-Faktor-Kundenauthentifizierung durchführen.

Allerdings gibt es aktuell noch Erleichterungen, speziell für Unternehmen, die Kreditkartenzahlungen im Internet als Zahlungsempfänger nutzen. Verstoßen sie gegen die vorgeschriebene Zwei-Faktor-Authentifizierung, wird die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) diese Verstöße vorerst nicht ahnden. Laut BaFin hätten Online-Händler noch Bedarf, sich an die neue Richtlinie anzupassen. Wie lange die Erleichterung gilt, ist noch nicht bekannt.

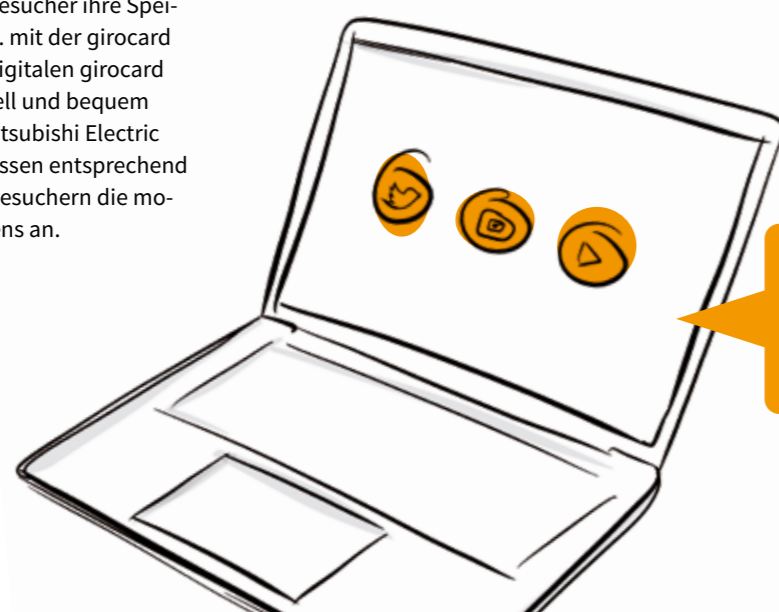
Bargeldloses Bezahlen hält Einzug in Multifunktionshallen

Dank des Initiative-Mitglieds S-Payment können sich Besucher bei Events in zwei Multifunktionshallen in Düsseldorf künftig auch ohne Bargeld mit Getränken, Snacks und Co. versorgen. Seit Dezember 2019 ist dank der Stadtparkasse Düsseldorf in Kooperation mit D.LIVE im ISS DOME das bargeldlose Bezahlen möglich. An speziell aufgerüsteten Kassen, sogenannten „Cashless only – FastLanes“, können Besucher ihre Speisen und Getränke u. a. mit der girocard kontaktlos oder der digitalen girocard im Smartphone schnell und bequem bezahlen. Auch die Mitsubishi Electric HALLE rüstete ihre Kassen entsprechend auf und bietet ihren Besuchern die moderne Art des Bezahlens an.

Die IDZ in den sozialen Netzwerken

Die Initiative informiert ihre Mitglieder und Themeninteressierte auf verschiedene Weise – auch via Social Media. Seit Ende 2018 ist der eigene Twitter-Kanal (@InitiativeDZ) aktiv, auf dem z. B. Neuigkeiten rund um das Thema Zahlungsverkehr präsentiert werden und von Veranstaltungen berichtet wird. Der Kanal fördert auch den regen Austausch, z. B. zwischen Mitgliedern. Egal ob Studien, lesenswerte Artikel, Branchennews oder Erklärvideos: Der Twitter-Kanal informiert bestens und eröffnet eine neue Möglichkeit, mit Branchenvertretern und Interessierten direkt in den Austausch zu treten.

Neue Türen öffnet auch der YouTube-Kanal des Vereins. Dort steht etwa das Webinar „Karte, Kontaktlos & Co.“ zur Verfügung, das Interessierte so jederzeit neu oder nochmal erleben können. ///



ÜBRIGENS: Auch die girocard ist auf Social Media aktiv – bei Twitter, Instagram und YouTube.



Vorstellung neuer Mitglieder



Business Service Solution GmbH

Die Business Service Solution GmbH bietet Unternehmen maßgeschneiderte Lösungen mit den Schwerpunkten Sales, Service, Support. Der Spezialist für innovative Vertriebsdienstleistungen im Kundenbeziehungsmanagement entwickelt Branchenlösungen für KMUs und kundenspezifische Softwarelösungen. Dabei kombiniert das Unternehmen realisierbare Telemarketing-Konzepte mit innovativen Ideen und macht ihre Leistungen nicht nur transparent, sondern konkret messbar.



DAFÜR GmbH

Mit der DAFÜR GmbH ist der Marktführer für Zugangstechnik im bargeldlosen Zahlungsverkehr Teil der Initiative geworden. Das Unternehmen steht für Lösungen „Made in Germany“, die konform sind mit PCI, DSGVO und den Empfehlungen des BSI. Das Expertenteam ist für seine Kunden rund um die Uhr erreichbar und sorgt so für besten Service.



palmline

Der Experte für passgenaue Zahlungssysteme berät Kunden im Bereich bargeldlose Kartenzahlung und stieß 2019 in die Reihen der Initiative Deutsche Zahlungssysteme. Für den Raum Berlin und Brandenburg bietet das Unternehmen Zahlösungen für Akzeptanzstellen aller Größen – schon vom Einzelunternehmer an – in zahlreichen Branchen wie Handel, Gastronomie, Hotellerie bis hin zu Taxibetrieben. Auch die Bereiche Mailorder und E-Commerce gehören zum Kundenkreis.



PAYMENTEXPERTS GmbH

Den Payment-Experten von PAYMENTEXPERTS liegt viel daran, dass Kunden beim Einkaufen Kartenzahlung als etwas Positives wahrnehmen. So berät die Firma Händler im Kleinbetragssegment (Bäckereien, Metzgereien etc.) bei der Wahl des geeigneten Payment-Anbieters, steht ihnen bei der Einführung der Terminals zur Seite und schult die Mitarbeiter im Umgang damit.



SIX Payment Services (Europe) S.A.

Die SIX Payment Services (Europe) S.A. ist ein weiteres neues Mitglied in den Reihen der Initiative Deutsche Zahlungssysteme. Seit Ende 2018 gehört das Unternehmen zu Worldline – ebenfalls Mitglied der Initiative. Als Teil des größten europäischen Technologiepartners für Banken und Händler bietet SIX Payment Services maßgeschneiderte Lösungen rund um den Zahlungsverkehr wie Terminals sowie Akzeptanz und Abwicklung von elektronischen Zahlungen, passend für die branchenspezifischen Bedürfnisse aus dem Bereich Reise, Hotel und Restaurants sowie Automaten, auch für E-Commerce- und Omni-Channel-Händler sowie mobile Zahlungen.



wallbe GmbH

Ohne E-Mobilität ist die Zukunft der Fortbewegung heute nicht mehr denkbar – und genau dafür bietet die wallbe GmbH eigens entwickelte Ladelösungen für E-Autos und E-Bikes an. Nutzer können dort mit ihrer gewohnten girocard bezahlen. Für den öffentlichen, aber auch den privaten Raum wie z. B. auf Firmengeländen können Kunden sich Informationen und Beratung bei dem niedersächsischen Unternehmen holen, das anschließend die Lösungen plant, ausführt und installiert sowie wartet. Als Komplettanbieter entwickelt wallbe seine Lösungen kontinuierlich weiter. Durch die langjährige Kompetenz und den hohen Innovationsgrad ist wallbe ein wichtiger Treiber für die Mobilität der Zukunft.

*Herzlich willkommen in den Reihen der Initiative!
Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit.*

Die Mitglieder

Zurzeit engagieren sich folgende Unternehmen, Verbände und Institutionen in der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Förderer:

EURO Kartensysteme GmbH
Solmsstr. 6, 60486 Frankfurt (Main)
www.eurokartensysteme.de
Karl F. G. Matl
karl.matl@eurokartensysteme.de

REINER SCT GmbH & Co. KG
Baumannstr. 18, 78120 Furtwangen
www.reiner-sct.com
Andreas Staiger, astaiger@reiner-sct.com

Premiumpartner:

Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e. V. (BDTA)
Im Mediapark 8, 50670 Köln
www.bdta.de
Andreas Landwehr, landwehr@bdta.de

CCV Deutschland GmbH
Gewerbering 1, 84072 Au i. d. Hallertau
www.ccv-deutschland.de
Christine Bauer, c.bauer@de.ccv.eu

FHDS Solutions & Services GmbH
Am Borsigturm 50, 13507 Berlin
www.fhds-gmbh.de
Franz Schraml
franz.schraml@fhds-gmbh.de

FirstData GmbH
Marienbader Platz 1
61348 Bad Homburg v. d. Höhe
www.telecash.de
Jörg Stahl, joerg.stahl@telecash.de

Garz & Fricke GmbH
Schlachthofstr. 20, 21079 Hamburg
www.garz-fricke.com
Matthias Fricke, fricke@garz-fricke.com

Giesecke + Devrient Mobile Security GmbH
Prinzregentenstr. 159, 81677 München
www.gi-de.com
Maud Prévert-Augustin
maud.prevert@gi-de.com

Hoellinger GmbH
Eichenstr. 18, 65933 Frankfurt (Main)
www.hoellinger.de
Albert Mager, albert.mager@hoellinger.de

Ingenico GmbH
Daniel-Goldbach-Str. 17–19, 40880 Ratingen
www.ingenico.com
Jürgen Göbel
juergen.goebel@ingenico.com

PAYMENTEXPERTS GmbH
Fürstenrieder Str. 279 a, 81377 München
www.paymentexperts.de
Thomas Binzer
tom@paymentexperts.de

PAYONE GmbH
Lyoner Str. 9, 60528 Frankfurt (Main)
www.payone.com
Niklaus Santschi
Niklaus.Santschi@payone.com

SIZ GmbH
Simrockstr. 4, 53113 Bonn
www.siz.de
Dr. Beate Schmitz, beate.schmitz@siz.de
Michael Senkbeil, michael.senkbeil@siz.de

S-Payment GmbH
Am Wallgraben 115, 70565 Stuttgart
www.s-payment.com
Kay Heidemann
kay.heidemann@s-payment.com

tobaccoland Automatengesellschaft mbH & Co. KG
Krahnendonk 121 a + b
41066 Mönchengladbach
www.tobaccoland.de
Gabriele Aubert-Siegers
gabriele.aubert-siegers@tobaccoland.com

Verifone GmbH
Seilerweg 2f, 36251 Bad Hersfeld
www.verifone.com
Michael Trinks
michael.trinks@verifone.com

Volksbank Mittelhessen eG
Schiffenberger Weg 110, 35394 Gießen
www.vb-mittelhessen.de
Bettina Lemp
bettina.lemp@vb-mittelhessen.de

VR Payment GmbH
Saonestr. 3 a, 60528 Frankfurt (Main)
www.vr-payment.de
Markus Solmsdorff
Markus.Solmsdorff@vr-payment.de

Partner:

Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft e. V.
Universitätsstr. 5, 50937 Köln
www.bdv-vending.de
Dr. Aris Kaschafi
a.kaschafi@bdv-vending.de

Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e. V. (BVR)
Schellingstr. 4, 10785 Berlin
www.bvr.de
Matthias Hönisch, m.hoenisch@bvr.de

Bundesverband deutscher Banken e. V. (BdB)
Burgstr. 28, 10178 Berlin
www.bankenverband.de
Jörg Bernhauer, joerg.bernhauer@bdb.de

Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschland e. V. (VÖB)
Lennéstr. 11, 10785 Berlin
www.voeb.de
Claudia MacGregor
claudia.macgregor@voeb.de

Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V. (DSGV)
Charlottenstr. 47, 10117 Berlin
www.dsgv.de
Mirko Torgen Oesau
Mirko.Torgen.Oesau@dsgv.de
Ellen Grunwald
Ellen.Grunwald@dsgv.de

Elavon Financial Services DAC
Lyoner Str. 36
60528 Frankfurt (Main)
www.elavon.de
info@elavon.com

epay I transact Elektronische Zahlungssysteme GmbH
Fraunhoferstr. 10, 82152 Martinsried
www.epay.de
Sebastian Anslinger, S.Anslinger@epay.de

Ernst Kühner e. K.
Neuer Weg 11, 96450 Coburg
www.genussvollzug.de
Peter Ehrl, pe@genussvollzug.de

exceet Card AG
Senefelderstr. 10, 33100 Paderborn
www.exceet-card-group.com
Uwe Kley, u.kley@exceet-card.com

FEIG ELECTRONIC GmbH
Lange Str. 4, 35781 Weilburg
www.feig.de
Hassan Nagi, hassan.nagi@feig.de

IDEMIA Germany GmbH
Konrad-Zuse-Ring 1, 24220 Flintbek
www.idemia.com
Christopher Goulet
christopher.goulet@idemia.com

Partner (Fortsetzung):

LAVEGO AG
Zielstattstr. 10 a/Rgb, 81379 München
www.lavego.de
Jan-Peter Knoop, j-p.knoop@lavego.de

Ostermeier GmbH & Co. KG
Otto-Hahn-Str. 17, 85521 Ottobrunn
www.ostermeier.de
Rudolf Ostermeier
ro@ostermeier.de

SIX Payment Services (Europe) S.A.
Zweigniederlassung Deutschland
Franklinstr. 61–63
60486 Frankfurt (Main)
www.six-payment-services.com
Sam Durmus
sam.durmus@six-group.com

Star Finanz Software Entwicklung und Vertriebs GmbH
Grüner Deich 15, 20097 Hamburg
www.starfinanz.de
Birte Bachmann
birte.bachmann@starfinanz.de

Thales DIS Deutschland GmbH (vormals Gemalto GmbH)
Werinherstraße 81, 81541 München
www.thalesgroup.com/en/markets/digital-identity-and-security
Andreas Schremmer
Andreas.schremmer@thalesgroup.com

wallbe GmbH
Paderborner Str. 76, 33189 Schlangen
www.wallbe.de
Lars Ulbricht
lars.ulbricht@wallbe.de

Worldline Germany GmbH
Pascalstr. 19, 52076 Aachen
www.de.worldline.com
Wolfgang Müller
wolfgang.p.mueller@worldline.com

Mitglieder:

2m Advertising GmbH
Budenheimer Weg 73
55262 Heidesheim am Rhein
www.2m-advertising.de
Nadja Mumbächer
mumbaecher@2m-advertising.de

Akcaay-Schwarz Consulting GmbH
Mergenthaler Allee 79–81
65760 Eschborn
www.a-s-consulting.de
Jürgen Schwarz
juergen.schwarz@a-s-consulting.de

ATW Automatentechnik Wartchow GmbH
Talstr. 4, 30880 Laatzen
www.atw-technik.de
Konrad Wartchow
vertrieb@atw-technik.de

Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH
Bismarckstr. 122–124, 51373 Leverkusen
www.bayer04.de
Simon Pallmann
simon.pallmann@bayer04.de

BE Bezahlexperten GmbH & Co. KG
Hauptstr. 73, 50996 Köln
www.bezahlexperten.de
Milan Klesper
beratung@bezahlexperten.de

Business Service Solution GmbH
Flößaustr. 22, 90763 Fürth
www.bssgmbh.com
Neslihan Ortakasapbasi
neslihan.o@bssgmbh.com

Card4Vend GmbH
Reginastr. 8, 34119 Kassel
www.card4vend.de
Arne Meil, info@card4vend.de

CASIO Europe GmbH
Casio-Platz 1, 22848 Norderstedt
www.casio-europe.com
Frank Liebisch
liebisch@casio.de

City Kaufleute Kassel e. V.
Neue Fahrt 12, 34117 Kassel
www.einkaufen-kassel.de
Alexander Wild
alexander_wild@gothaer.de

CPA Advertising GmbH
Jakob-Latscha-Str. 3, 60314 Frankfurt (Main)
www.cpa-advertising.com
Claus Martin
info@cpa-advertising.com

CPI Crane Payment Innovations International Ltd.
Unit 51–52, Suttons Business Park
Suttons Park Avenue, Early
Reading UK, RG6 1AZ
www.cranepi.com
Günter Maas
Guenter.Maas@cranepi.com

Dammann Services
Oelinghovener Str. 7, 53639 Königswinter
www.dammann.info
Dipl.-Kfm. Friedrich Dammann
dammann.friedrich@dammann.info

DAFÜR GmbH
Mina-Rees-Str. 8, 64295 Darmstadt
www.dafuer.com
Elmar Band, info@dafuer.com

DBS Projektsteuerung GmbH
Masurenweg 12, 30163 Hannover
www.dbs-projekt.de
Peter Rakebrandt
rakebrandt@dbs-projekt.de

Deutscher Genossenschafts-Verlag eG
Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden
www.dgverlag.de
Erik Heimbächer
eheimbaecher@dgverlag.de

ECS Cleaning Solutions GmbH
Wolfener Str. 32–34, 12681 Berlin
www.elixclean.de
Thomas Großherr, post@elixclean.de

EDV-Service Schaupp GmbH
Gansäcker 25, 74321 Bietigheim-Bissingen
www.edv-schaupp.de
Peter Pongratz, Uwe Röntgen
info@edv-schaupp.de

Frankfurter Sparkasse
Neue Mainzer Str. 47–53
60255 Frankfurt (Main)
www.frankfurter-sparkasse.de
Michael Mücke
michael.muecke@frankfurter-sparkasse.de

GiroWeb Nord GmbH
Heinkelstr. 21, 30827 Garbsen
www.giro-web.com
Thorsten Reineking
Thorsten.Reineking@giro-web.com

Hamburger Sparkasse AG
Wikingerweg 1, 20454 Hamburg
www.haspa.de
Björn Skulte
Bjoern.Skulte@Haspa.de

Hermann Ross GmbH & Co. KG
Handwerkstr. 1 a, 77964 Kehl
www.ross-kg.com
Marco Lasch, m.lasch@ross-kg.de

Karl Gengenbach GmbH & Co. KG
Aschenhausweg 4–6
74523 Schwäbisch Hall
www.gengenbach-sha.de
Oliver Gengenbach
oliver.gengenbach@gengenbach-sha.de

Kreissparkasse Köln
Neue Poststr. 15, 53721 Siegburg
www.ksk-koeln.de
Marcus Schmitter
marcus.schmitter@ksk-koeln.de

Kreissparkasse Ludwigsburg
Schillerplatz 6, 71638 Ludwigsburg
www.ksklb.de
Konstantin Chatzis
konstantin.chatzis@ksklb.de

Kurt A. Behrmann Wäschereimaschinen und Reinigungsanlagen GmbH
Gustav-Adolf-Str. 66, 22043 Hamburg
www.miele-behrmann.de
Sven Kröger
info@behrmann.de

Mitglieder (Fortsetzung):**MCS MICRONIC Computer Systeme GmbH**

Geneststr. 5, 10829 Berlin
www.mcsberlin.de
Carsten Krebs, carsten.krebs@mcsberlin.de

OPC® cardsystems GmbH

Diedenhofener Str. 22, 54294 Trier
www.opc.de
Klaus Dieter Schömer, kdschoemer@opc.de

palmLife products UG

An der Krummen Lake 8, 12559 Berlin
www.palmlife.de
Peter Palm, peterpalm@palmlife.de

performance Medien & Datensysteme GmbH

Kruppstr. 46, 47475 Kamp-Lintfort
www.performance.de
Paul Kowalczyk, kowalczyk@performance.de

Professional Services GmbH Datentechnik

Marienstr. 10, 78054 Villingen-Schwenningen
www.proservices-gmbh.de
Ulf Bernstorff
ulf.bernstorff@proservices-gmbh.de

Rechtsanwaltskanzlei Helmuth Hoen

Bongardstr. 2, 52428 Jülich
www.helmuth-hoen.de
Helmuth Hoen
rechtsanwaltskanzlei@helmuth-hoen.de

relatio PR GmbH

Steinsdorfstr. 2, 80538 München
www.relatio-pr.de
Anja Feuerabend, anja.feuerabend@relatio-pr.de

REMONDIS Recycling GmbH & Co. KG

Rhenus-Platz 1, 59439 Holzwickede
www.remondis-recycling.de
Marc Herrmann, marc.herrmann@remondis.de

SCHWARZ Computer Systeme GmbH

Altenhofweg 2 a, 92318 Neumarkt
www.schwarz.de
Manfred Schwarz, info@schwarz.de

SCHMIDT GmbH Maschinen & Gerätebau

Draisstr. 2, 77933 Lahr
www.schmidtsysteme.de
Ulf Schmidt, info@schmidtsysteme.de

Sielaff GmbH & Co. KG

Automatenbau Herrieden
Münchener Str. 20, 91567 Herrieden
www.sielaff.de
Robert Zahn, info@sielaff.de

Sparkasse Aachen

Münsterplatz 7-9, 52057 Aachen
www.sparkasse-aachen.de
Ursula Stanitzki
ursula.stanitzki@sparkasse-aachen.de

Sparkasse Bad Hersfeld-Rotenburg

Dudenstr. 15, 36251 Bad Hersfeld
www.spk-hef.de
Jürgen Fischer, juergen.fischer@spk-hef.de

Sparkasse KölnBonn

Adolf-Grimme-Allee 2, 50829 Köln
www.sparkasse-koelnbonn.de
Michael Schedletzky
michael.schedletzky@sparkasse-koelnbonn.de

stadtraum GmbH

Rotherstr. 22, 10245 Berlin
www.stadtraum.com
Uwe Freund, uwe.freund@stadtraum.com

Stadtsparkasse München

Sparkassenstr. 2, 80331 München
www.sskm.de
Peter Galgoczy, peter.galgoczy@sskm.de

Städtische Werke Überlandwerke Coburg GmbH

Bamberger Str. 2-6, 96450 Coburg
www.suec.de
Christian Borowski
christian.borowski@suec.de

S&Z Elektronik GmbH

Schieferstein 8, 65439 Flörsheim am Main
www.suz-elektronik.de
Peter Polak, polak@suz-elektronik.de

TMCN GmbH & Co. KG

Nordstr. 26, 33102 Paderborn
www.tmcn.de
Dieter Hovemeyer
dieter.hovemeyer@tmcn.de

VÖB-ZVD Processing GmbH

Alemannenstr. 1, 53175 Bonn
www.voeb-zvd.de
Antonio da Silva
antonio.dasilva@voeb-zvd.de

Volksbank Plochingen eG

Am Fischbrunnen 8, 73207 Plochingen
www.volksbank-plochingen.de
Torsten Schwarz
ezv@volksbank-plochingen.de

xfach GmbH

Alsfelder Str. 19, 35305 Grünberg
www.xfach.de
Bernd Pfeiffer
info@xfach.de

ZIIB Zahlungssysteme GmbH

Otto-Suhr-Allee 144, 10585 Berlin
www.ziib.de
Nicole Groß
ngross@ziib.de

Impressum

Herausgeber

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

V. i. S. d. P.

Ingo Limburg

Kontakt

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.
Tel.: 030 2 12 34 22-71
www.initiative-dz.de

Redaktion

Sandra Schubert, Lisa Werner, Nina Kuffer, Anne Ausfelder,
Manuela Osiander, Felicitas Weller, Jennifer Marti

Gastautoren

Dr. Andreas Martin, Bundesverband der Deutschen Volksbanken und
Raiffeisenbanken
Claudia MacGregor, Bundesverband Öffentlicher Banken Deutsch-
lands
Bettina Stark-Watzinger, FDP-Bundestagsfraktion
Mario Ohoven, Bundesverband mittelständische Wirtschaft,
Unternehmerverband Deutschlands

Anzeigen

REINER SCT (U2)
girocard (U3)

Konzeption und Gestaltung

2m Advertising GmbH
www.2m-advertising.de

Produktion/Druck

W.B. Druckerei GmbH
www.wb-druckerei.de

Auflage

2.000 Stück
ProChip erscheint jährlich mit einer Schutzgebühr von 7,50 Euro

Bildnachweis

EURO Kartensysteme (S.3, S.4-5, S.8, S.12, S.24, S. 38, S.40, S.41, S.43, S.44-45)
Mumbächer Fotografie (S.5, S.12, S.26, S.38, S.40, S.41, S.43)
istock/VPanteon (S.4, S.10), istock/stockce (S.8), istock/aquarius83men (S.4,
S.10), istock/scyther5 (S.4, S.6), istock/Gearstd (S.24), istock/RgStudio (S.34)
istock/carloscastilla (S.52/53), istock/weerapatkiatdumrong (S.26)
istock/MicroStockHub (S.4, S.18, S.20, S.21)
AdobeStock/pict rider (S.36)
shutterstock/Olga_i (S.14)
Xander Heintl/photothek.net (S.5, S.50-51)
Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (S.13)
Claudia MacGregor (S.17)
Karl F. G. Matl (S.30), Niklaus Santschi (S.30), Cansel Kiziltepe (S.30), Peter Ehrl
(S.30), Jürgen Göbel (S.30), Ben Kohz (S.30), Dr. Thomas Denny (S.31, S.45),
Matthias Fricke (S.31), Hanno Bender (S.31), Marilyn Repp (S.31), Carlo Belletti
(S.31), Michael Trinks (S.31)
Tobias Koch (S.33)
Fleischerei Seng (S.41)
Bundesverband Mittelständische Wirtschaft, Unternehmerverband Deutsch-
lands (S.42)
Ulrich Binneböbel (S.45), Markus Schmidt (S.45), Matthias Hönisch (S.45),
Jörg Stahl (S.45)

REINERSCT

**REINER ZUWACHS.
REINER SCHUTZ.**

Warten Sie
nicht länger
auf Ihr Geld



Für sofortiges und sicheres
Kassieren immer und überall.
Das mobile cyberJack® POS
Bezahlterminal.

reiner-sct.com



Ich bezahle so.



Ich auch.



www.girocard.eu

Mit Karte heißt mit girocard.