

ProChip

Das Magazin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

12



Innovationen & Zukunft

girocard glänzt – Studie
elektronisches Bezahlen

Kommunale Lösungen

Chip im Schulrestaurant

Projekte & Aktuelles

GeldKarte und girogo
im Stadion

Der tanJack Bluetooth von REINER SCT

Die Welt wird mobiler – und mit ihr auch Online-Banking

„Wir sind Papst!“ titelte eine große deutsche Boulevardzeitung im April 2005, als aus Kardinal Joseph Ratzinger Papst Benedikt XVI. wurde. Als rund acht Jahre später das „Habemus Papam“ für den neuen Papst Franziskus auf dem Petersplatz ertönte, hatte sich bei der dort wartenden Menschenmenge etwas Bedeutendes geändert: Während 2005 nur vereinzelt Kameras den Moment festhielten, blickte 2013 die Masse der Besucher durch die Displays ihrer Smartphones oder Tablets auf das Ereignis. **In nur acht Jahren sind diese mobilen Alleskönner zu einem festen Begleiter in unserem Leben geworden.**

Aber in einem Bereich unseres Online-Lebens waren Mobilgeräte bisher nie erste Wahl: Wenn es um sicheres Online-Banking ging. Der Grund: Die bisherigen Verfahren waren dafür ungeeignet. Herkömmliche TAN-Listen schieden aufgrund ihres hohen Missbrauchspotenzials aus. Das SMS-TAN-Verfahren – vor dessen Nutzung das BKA sowieso warnt – funktioniert nicht auf Mobilgeräten. Und Chipkartenleser können mangels USB-Schnittstelle nicht angeschlossen werden. Lediglich das chipTAN- bzw. smartTAN-Verfahren kam in Frage. Allerdings ist es nicht gerade einfach, die optischen Sensoren korrekt auf dem Smartphone zu platzieren.



Aber das ist jetzt Vergangenheit: Denn REINER SCT, Spezialist für Online-Sicherheit, hat einen TAN-Generator entwickelt, mit dem die TAN auch auf mobilen Geräten einfach und bequem erstellt werden kann. Der superflache tanJack Bluetooth wird über die Bluetooth 4.0-Schnittstelle mit Smartphone oder Tablet gekoppelt. Aus der dazugehörigen App (z. B. „Banking 4i“ für iOS oder „Banking 4A“ für Android) werden die Transaktionsdaten kabellos an den Leser übertragen. Dort kann der Nutzer seine Daten prüfen und daraus die TAN generieren lassen. Diese TAN muss der Nutzer dann nicht mehr abtippen, sondern kann sie komfortabel per Knopfdruck an sein Gerät senden.

So wird Banking per Smartphone oder Tablet ganz sicher zu einem Erlebnis!

Jetzt informieren:
www.reiner-sct.com

REINER SCT 

Sehr geehrte Damen und Herren,

die vergangenen zehn Jahre waren ereignisreich – weltpolitisch, aber bestimmt auch in Ihrem Leben. Viel hat sich verändert, viel haben vielleicht auch Sie selbst geschafft. Veränderungen sind unumgänglich, um Gutes und Neues herbeizuführen. Das zeigt sich auch in unserem Verein. Nach zehn Jahren spannender und erfolgreicher Vereinsgeschichte, in der wir viel bewegt haben, ist es auch für die Initiative GeldKarte Zeit geworden, sich zu verändern.



Mit der Namensänderung haben wir vor allem das Themenspektrum erweitert: Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme setzt sich ein für die Verbreitung und Nutzung der Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft, insbesondere im Kleingeldbereich. Dieses erweiterte Engagement erkennen Sie auch in der aktuellen ProChip: Ab Seite 6 lesen Sie mehr über die Neuausrichtung des Vereins und welche Ziele wir uns für die Zukunft gesteckt haben.

Darüber hinaus feiert der Verein sein zehnjähriges Jubiläum, und das würdigen wir natürlich auch in der vorliegenden ProChip: Ab Seite 10 erfahren Sie, welche Meilensteine uns bis zum heutigen Tag begleitet haben und was unsere Mitglieder zur Initiative sagen.

Die Neuausrichtung bringt es natürlich mit sich, dass wir auch in der ProChip die Themen fortan breiter streuen: Neben dem Bezahlen aus der Prepaid-Börse mit GeldKarte- und girogo-Funktion informieren wir zur girocard allgemein und ihren Funktionen und Möglichkeiten.

Für den Verein haben wir große Ziele gesetzt, an denen wir uns messen wollen. Für die nächsten zehn Jahre und darüber hinaus.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen mit der neuen ProChip!

Ingo Limburg

Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.



10

→ 3 Editorial

Der neue Verein

- 6-9 Die Initiative stellt sich vor
- 10-11 10 Jahre Vereinsgeschichte
- 12-13 Mitglieder berichten

Zahlungssysteme der DK

- 14-15 Die girocard der Deutschen Kreditwirtschaft
- 16-17 Grundlagen, Eckdaten und Gebührenstruktur der girocard
- 18-19 PayWars – Krieg der Zahlungssysteme
- 20-21 Kontaktlos durch die Republik
- 22-23 Lückenlose Dokumentation – Fiskaldatenspeicherung

Innovation und Zukunft

- 24-25 girocard glänzt – Studie elektronisches Bezahlen
- 26-27 Ergebnisse im Überblick – Studie elektronisches Bezahlen
- 28-29 Gastbeitrag: Per Bankberater zum Finanzprodukt?

Kommunale Lösungen

- 30-31 Bezahlen im ÖPNV
- 32-33 Gastbeitrag: Über den Erfolg von digitalen Bezahlssystemen
- 34-35 Elektronisches Bezahlen in der Verwaltung
- 36-37 Gastbeitrag: RudolstadtCard
- 38-39 Chip im Schulrestaurant
- 40-41 Parken mit GeldKarte und girogo
- 42-43 Allensbach-Umfrage: Lebensqualität durch Mobilität



40

Projekte & Aktuelles

- 44-45 GeldKarte und girogo im Stadion
- 46-47 Jahresveranstaltung 2014
- 48-49 Neuigkeiten
- 50 AKDB setzt auf das H5000



42

In eigener Sache

- 51 Vorstellung neuer Mitglieder
- 52 Vernetzt für einen bargeldlosen Alltag

Mitgliederverzeichnis

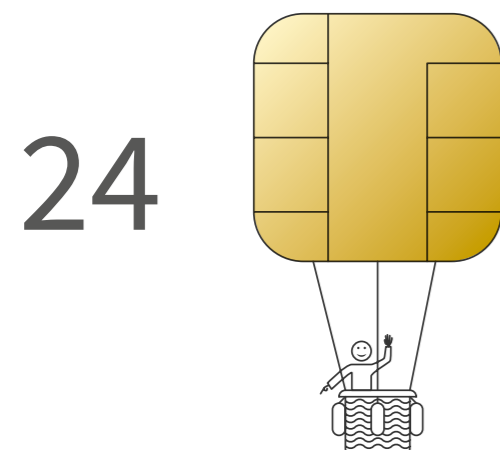
- 53-55 Die Mitglieder



48



18



24

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. stellt sich vor

Innovation bedeutet Mut zur Veränderung. Innovativ sein bedeutet aber auch, alte Stärken zukunftsweisend zu nutzen. Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. trägt beiden Maßstäben Rechnung, knüpft an eine zehnjährige Erfolgsgeschichte an und setzt sich im Zuge der Erweiterung ihres Themenspektrums hohe Ziele.

In den vergangenen Jahren der Vereinsgeschichte hat sich die GeldKarte in vielen Bereichen etabliert. Sie dient zum Bezahlen, als Eintrittskarte, Fahrschein, Altersnachweis, Subventionierungsmöglichkeit und vieles mehr. Wir haben mit der GeldKarte und ihrer kontaktlosen Funktion girogo viel bewirkt und wollen mit ihr und den weiteren Bezahlverfahren der DK, insbesondere der girocard, noch viele weitere Ziele erreichen.

Neben unseren Aufgaben rund um die Möglichkeiten beim Bezahlen sehen wir uns jedoch auch täglich neuen Herausforderungen, Regulierungen und Anforderungen gegenüber. Bundesregierung und EU planen und realisieren regelmäßig neue Maßnahmen, um etwa Geldwäsche zu bekämpfen und Märkte zu regulieren.

Ziele der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme hat sich zum Ziel gesetzt, die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) und andere DK-Verfahren bei Händlern und Verbrauchern zu fördern. Sie recherchiert neue Einsatzmöglichkeiten, initiiert Pilotprojekte und unterstützt bestehende Aktivitäten ihrer Mitglieder.

Die DK-Verfahren sollen als sichere, verlässliche und einfache Alternative zu Bargeld und zu anderen Bezahlssystemen in der Öffentlichkeit stärker bekannt gemacht werden.

Ziel wird es auch in Zukunft sein, neue Einsatzmöglichkeiten zu erschließen. Die Kartenzahlung im Kleinbetragssegment steht weiterhin im Mittelpunkt der Vereinsaktivitäten. Projektbezogen hat der Verein durch die Neuausrichtung aber einen größeren Spielraum, hält sich und seinen Mitgliedern mehr Optionen für eine Weiterentwicklung offen und wird für ein breiteres Spektrum an potenziellen Mitgliedern interessant.

Themen der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Der Verein versteht sich als Motor aller Bezahlmöglichkeiten der DK, insbesondere im Kleinbetragssegment, sowie der weiteren Funktionen, welche die DK im Zusammenhang mit dem Bezahlen anbietet. Dies sind insbesondere die girocard, ihre Prepaid-Bezahlfunktionen GeldKarte und girogo sowie die weiteren Funktionen auf dem Chip, wie etwa das Jugendschutzmerkmal oder die E-Ticket-Funktion.

Nach außen setzt sich die Initiative in diesem Themenumfeld für die Interessen ihrer Mitglieder ein und vertritt sie gegenüber Politik und Medien. Außerdem informiert und berät der Verein Verbraucher (mittelbar durch Politik und Presse) bezüglich der von Vereinsmitgliedern angebotenen Dienstleistungen.

Nach innen fördert die Initiative die Kommunikation und den Austausch von Erfahrungen zwischen den Beteiligten. Sie bündelt die inhaltliche Arbeit für Zahlungssysteme der DK im Bereich Kleinbetragszahlungen und darüber hinaus. Der Verein initiiert, unterstützt und moderiert neue Projekte und recherchiert neue Einsatzmöglichkeiten und potenzielle Akzeptanzpartner.

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. fungiert als Schnittstelle zwischen Politik und Wirtschaft, als Brücke zur Deutschen Kreditwirtschaft – und hilft so einen sicheren Pfad in eine bargeldlose Zukunft zu ebnen.



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Die Initiative in neuem Gewand

Um die Neuausrichtung des Vereins fortan auch nach außen entsprechend zu repräsentieren, wurden Vereinsname und Corporate Design an das erweiterte Aufgabenspektrum angepasst. Die drei im Logo dargestellten Karten verdeutlichen das erweiterte Spektrum. Die Farben verdeutlichen den Fokus auf die deutschen Bezahlverfahren mit ihren hohen Sicherheitsstandards. Vielfalt und Sicherheit „made in Germany“.

www.initiative-dz.de



Politische Kommunikation

Ein wichtiger Arbeitsschwerpunkt der Initiative ist die politische Kommunikation. In diesem Bereich konzentriert sich die Arbeit des Vereins auf den Aufbau und die Pflege von Arbeitsbeziehungen zu politischen Entscheidungsträgern. Dabei hat der Verein verschiedene Schwerpunktthemen, denen er sich widmet:



Kommunale Projekte



Schulverpflegung



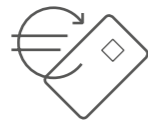
Soziale Subventionierung



Jugendschutz



Mobilität und Infrastruktur



Bezahlen

Parallel zum politischen Tagesgeschäft widmet sich der Verein in seiner Public-Affairs-Arbeit stets den aktuellen politischen Themen, wie z. B. dem regulatorischen Druck von europäischer Ebene bei den Themen Geldwäschebekämpfung, Zahlungsdiensterichtlinie (PSD II), Interbankenentgelte, ElektroG.

Grundsätzlich ist die Public-Affairs-Arbeit des Vereins darauf angelegt, die Initiative und ihre Mitglieder zu politischen Themen sprachfähig zu machen. Der Verein stößt Diskussionen an, beispielsweise zu Themen rund um Datenschutz und modernen Zahlungsverkehr. Um Außenwirkung und Wiedererkennung zu generieren, muss der Verein im Markt sowie für Politik und Verbände sichtbar und ansprechbar sein. Gleichzeitig ist es entscheidend, Vertrauen aufzubauen und das eigene Image zu pflegen. Das hat klare Gründe: „Make friends before you need them!“ Der Verein ist daher stetig auf der Suche nach neuen Vernetzungsmöglichkeiten und Anknüpfungspunkten und verwendet einen entsprechenden Teil seiner Zeit auf Kontaktaufbau und -management.

Die Initiative setzt auf ein regelmäßiges Stakeholder-Monitoring, sammelt hierfür Informationen und analysiert sie. Mitglieder werden durch Monitoringreports, Newsletter und anlassbezogene Mailings über die neuesten politischen Entwicklungen und vereinseigene Prognosen auf dem Laufenden gehalten.

Auf der anderen Seite ist es wichtig, sein Gegenüber zu kennen um die eigene Position adäquat zu formulieren und zu vertreten. Die Initiative bietet ihren Mitgliedern in diesem Zusammenhang Service und Beratung. Der Austausch untereinander und das Hereintragen von neuen Informationen in das Vereinsnetzwerk schafft Anreize für neue Projekte und sensibilisiert für politische Risikofelder. Durch aktives Politikmanagement erreicht die Initiative eine erhöhte Handlungs- und Kommunikationsfähigkeit: Politische Risiken können gesenkt, hohe Kosten oder widrige Rechtsrahmen vermieden und ein Unterstützernetzwerk für anspruchsvolle Situationen gewonnen werden.

Die neue Satzung im Kurz-Check:

Grundsätzliches Ziel der Anpassung von Satzung und Beitragsordnung war es, die Funktionsweise und Zielsetzung des Vereins transparenter zu gestalten.

Die vollständige Satzung und Beitragsordnung finden Sie im Internet unter www.initiative-dz.de/verein/satzung. Einige Änderungen möchten wir Ihnen hier näher erläutern:

§ 2 Vereinszweck und Aufgaben

→ Hier wurden entsprechend der thematischen Erweiterung die „elektronischen Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft (DK), insbesondere GeldKarte, girogo und girocard“ mit aufgenommen. Die Erfüllung des Zwecks wird durch Aufgaben konkretisiert, die nun noch näher an der Praxis liegen.

→ Die Satzung geht nun auch konkret auf die Bedürfnisse der Mitglieder ein, im operativen Geschäft sowie im Bereich der Information. Auch die Information der Verbraucher, i. d. R. via Public-Affairs- und Pressearbeit ist in der Satzung enthalten.

§ 3 Mitgliedschaft

→ Der Verein besteht aus ordentlichen Mitgliedern sowie aus Ehrenmitgliedern. Die ordentlichen Mitglieder unterteilen sich in folgende Kategorien: Förderer, Premiumpartner, Partner und sonstige Mitglieder. Jedes Mitglied entscheidet selbst, welcher Mitglieds-kategorie es beitreten möchte. Die Beschreibung zum entsprechenden Mitgliedsstatus wurde in die Beitragsordnung aufgenommen.

§ 5 Vorstand

→ Die Bestellung der Vorstandsmitglieder gilt fortan für zwei Jahre statt wie bisher für ein Jahr. So kann die Kontinuität der Vorstandsentscheidungen besser gewährleistet werden.



*Zukunft sichern
mit bewährten
Methoden und
neuen Wegen.*

10 Jahre Vereinsgeschichte

Eine Zeitreise durch die Meilensteine



2007

REINER SCT, Star Finanz und die Initiative GeldKarte klären mit der „Sicherheitsoffensive 2007“ über Sicherheit beim Homebanking auf.

2005

Die Initiative GeldKarte e.V. wird gegründet.

Ihr Ziel: Das Potenzial des goldenen Chips deutschlandweit bekannt machen, bei Vertretern aus Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Medien.

2006

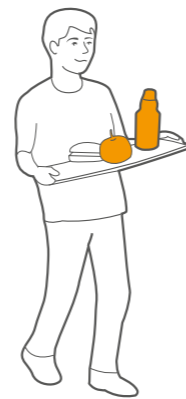
In einer deutschlandweiten Roadshow informiert der Verein zum Thema „Jugendschutz konkret – sicher und anonym per GeldKarte“.

Die Initiative besucht erstmals die Omnicard. In einem Fachforum informieren dabei EURO Kartensysteme und S-Card Service gemeinsam über effektiven Jugendschutz.

2008

Start der Aktion „Zukunft geht durch den Magen“.

Ein Schulquiz der Initiative GeldKarte ermöglicht einer Stuttgarter Schule die GeldKarte einzuführen.



2005

Erster Großeinsatz des E-Tickets:

Beim CHIO in Aachen erhalten 14.500 Abonnenten und Dauerkartenbesitzer das E-Ticket als kontoungewundene GeldKarte.



2007

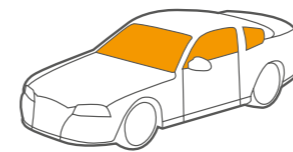
Aus ec-Karte wird girocard.

Der Jugendschutz am Zigarettenautomaten wird Pflicht: Seit dem 1. Januar 2007 müssen Betreiber von Zigarettenautomaten Jugendlichen unter 16 Jahren (bzw. seit 2009 unter 18 Jahren) den Zugang zu ihren Verkaufsautomaten verwehren. Mit dem Jugendschutzmerkmal der GeldKarte heißt es jetzt anonym und sicher: Nicht alt genug, keine Zigaretten.

Erstmals Online-Laden der GeldKarte möglich.

2009

Die GeldKarte wird erstmals zum kontaktlosen Bezahlen verwendet und erschließt ein neues Einsatzgebiet: Seit August 2009 ist sie das exklusive Bezahlssystem bei Bayer 04 Leverkusen. Zudem dient die BayArena-Card als Mitgliedsausweis und Dauerkarte. Das Bezahlen funktioniert in der BayArena kontaktlos, nur durch Vorhalten der Karte. Die Fans sind begeistert und freuen sich über kürzere Warteschlangen an Einlass und Verkaufsständen.



2010

Die erste Stromtankstelle mit GeldKarte-Bezahlmöglichkeit geht in Betrieb.

2013

Die Initiative GeldKarte legt einen neuen Schwerpunkt auf den Einsatz der GeldKarte in der Kommune. Als Multitalent für alle Fälle bietet sie Lösungen für die Parkraumbewirtschaftung, zum Bezahlen und als E-Ticket im ÖPNV, in der Schulverpflegung, für diskrete Subventionierung sowie in vielen weiteren Einsatzgebieten.

2012

Neues Geldwäsche-Gesetz:

Die Initiative GeldKarte setzt auf den Dialog rund um das Thema und fungiert als Informationslieferant im Gesetzgebungsverfahren.

2011

Die Bundesregierung beschließt das Bildungs- und Teilhabepaket, um Unterstützung, z. B. für ein warmes Mittagessen für bedürftige Kinder, zu gewährleisten. Mit der GeldKarte lässt sich die Subventionierung diskret umsetzen.

2012

Die Deutsche Kreditwirtschaft führt im Raum Hannover, Braunschweig, Wolfsburg das kontaktlose Bezahlen mit girogo ein. Es ist das größte Pilotprojekt zum kontaktlosen Bezahlen in Europa.

Die Uni Dortmund führt die GeldKarte kontaktlos als Studentenausweis ein.



2015

Als Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. startet der Verein zum Jahresbeginn in eine neue Ära. Die Initiative setzt sich laut Vereinsziel fortan dafür ein, die Nutzung der elektronischen Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft bei Händlern und Verbrauchern zu fördern, insbesondere im Kleingeldbereich.

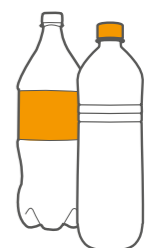
2014

Nach fast zehn Jahren Vereinsgeschichte, in denen viel erreicht wurde, steht eine Veränderung an: Vor dem Hintergrund politischer und gesellschaftlicher Veränderungen und neuer Rahmenbedingungen ist eine Neuausrichtung mit einem erweiterten Themenspektrum und Zielportfolio unerlässlich. In einer einstimmigen Entscheidung aller Mitglieder wird die Umwandlung der Initiative GeldKarte e.V. in die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. beschlossen.



2014

Der erste Pfandrücknahmeautomat mit GeldKarte- und girogo-Funktion ermöglicht elektronische Pfandrücknahme ohne Bon.



Was vor rund zehn Jahren mit dem Engagement von sieben Gründungsmitgliedern begann, ist bis heute zu einem Netzwerk aus mehr als 70 Unternehmen, Institutionen, Verbänden und Kaufleuten geworden. Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme setzt sich für die Interessen ihrer Mitglieder ein und vertritt sie gegenüber Politik und Medien. Im Laufe der zehnjährigen Vereinsgeschichte meisterte sie veränderte Rahmenbedingungen, Herausforderungen und neue Vorgaben ebenso wie den sich stetig wandelnden Anspruch der Nutzer.



Mitglieder berichten aus dem Herzen des Vereins

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme existiert nur durch und dank ihrer Mitglieder, die sich für die Ziele des Vereins engagieren. Zum Jubiläum haben wir nachgefragt, was der Verein für sie bedeutet und wie sie sich die Zukunft vorstellen.

PETER EHRL
ERNST KÜHNER E. K.

Vorstandsmitglied

„Der Verein hat mir mit seinen politischen Kontakten stets ermöglicht, auf gemeinschaftlicher Basis Herausforderungen anzusprechen und an die Politik zu adressieren. Das ist einzeln fast unmöglich. Datenschutz, Jugendschutz – konnte alles wunderbar gelöst werden. Mit der Neuausrichtung erwarte ich neue und innovative, gemeinsame Denkanstöße, die zu neuen Projekten werden, welche die Republik bereichern und Bargeld weiter zurückdrängen. Denn Bargeld ist im wahrsten Sinne des Wortes eine gewichtige Last.“

DR. MARTIN HAUSMANN
VERIFONE GMBH

Vorstandsmitglied

„Das Netzwerk der Initiative Deutsche Zahlungssysteme ist sehr weit gespannt. Es umfasst Interessenten, Fachleute und Anwender, aber auch solche, die sich in Zukunft mit dem Thema auseinandersetzen. Der Verein ist darin politisch aktiv und erlaubt es, die richtigen Weichen zu stellen. Sicherheit beim Bezahlen muss dabei die oberste Maxime sein. Für uns als Unternehmen ist es wichtig, auf zukunftssträchtige Projekte zu setzen. Es ist daher gut, dass die Initiative sich Themen annimmt, die immer einen konkreten Anwendungsbezug im Markt haben.“

ARNE MEIL
INGENICO GMBH

„Ein Highlight war für mich, dass wir die GeldKarte nach dem Rollout am Zigarettenautomaten auch in andere Branchen tragen konnten, z. B. in die Schulverpflegung. Bei Ingenico waren wir dann mit die Ersten, die kontaktloses Bezahlen auf Basis der GeldKarte etabliert haben, und möchten das mit der Initiative vorantreiben. Die modernen, deutschen Zahlverfahren bieten dem Handel extrem kostengünstige Verfahren mit extrem hohen Sicherheitsstandards. Sicherheit, Geschwindigkeit und geringe Kosten – das braucht ein Bezahlssystem zum Erfolg.“

JÜRGEN SCHNEIDER
B+S CARD SERVICE GMBH

„Ein erweitertes Themenspektrum des Vereins im Hinblick auf weitere Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft wie girocard, GeldKarte, girogo und Co. erweitert die Kommunikation zum Händler und ermöglicht zukünftig auch eine deutlich verbesserte Wahrnehmung der verschiedenen Maßnahmen des Vereins. Durch Kombination der verschiedenen Bezahlverfahren erreicht man eine höhere Akzeptanz im Handel und auch beim Karteninhaber. Als einer der führenden Dienstleister für die Kartenakzeptanz haben wir zusammen mit dem Verein ein gemeinsames Ziel: Die Nutzung der Bezahlverfahren zu intensivieren. Bei der Umsetzung dieses Ziels unterstützen wir die Maßnahmen der Initiative Deutsche Zahlungssysteme.“

ANDREAS STAIGER
REINER SCT

„Das Bezahlen wird sich in den nächsten zehn Jahren stark wandeln, der Trend geht zu kontaktlosem Bezahlen. Die Initiative GeldKarte war für mich eine tolle Plattform, ein Zusammenschluss von Enthusiasten, die bargeldlos Bezahlen auch bei Kleinbeträgen etablieren wollten. Mit der Neuausrichtung gehen wir den richtigen Weg. Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme kann durch die breitere Aufstellung den Weg in die Zukunft weisen und dafür sorgen, dass sich Zahlungsverfahren Made in Germany am Markt durchsetzen. Die einzigartige Sicherheit deutscher Zahlungssysteme – dafür stehen auch wir als Reiner SCT.“

FRANZ SCHRAML
**FHDS SOLUTIONS
& SERVICES GMBH**

„Die Initiative war immer ein verlässlicher und starker Partner, wenn es um die Förderung der GeldKarte ging, in unserem Fall vor allem in Waschküchen von Studenten- und anderen Wohnheimen. Eine bargeldlose Gesellschaft hört nicht an der Ladenkasse auf, sondern geht viel weiter. Moderne Waschküchen brauchen Geräte, die auf dem technologisch neuesten Stand sind. Bargeldlose Kassensysteme gehören selbstverständlich auch dazu. Zu unseren Kunden gehören Studentenwerke, Universitäten, Studentenwohnheime, Bauträger, Wohnungsbaugesellschaften, Waschsalonbetreiber, Hausverwaltungen und öffentliche Einrichtungen – bei so einem breiten Markt sind wir froh über ein starkes Netzwerk. Dank Neuausrichtung wird es nun sicher noch stärker. Wir freuen uns auf viele neue spannende Projekte mit der Initiative Deutsche Zahlungssysteme.“

BETTINA LEMP
**VOLKSBANK
MITTELHESSEN EG**

„Die Volksbank Mittelhessen hat großes Interesse daran, dass Kleinstbeträge bargeldlos bezahlt werden. Daraus sind – in Zusammenarbeit mit der damaligen Initiative GeldKarte e.V. – interessante und innovative Projekte, beispielsweise in Schulen oder Stadien, entstanden. Die Volksbank Mittelhessen ist damals auf die Initiative aufmerksam geworden, weil wir Möglichkeiten gesucht haben, auch auswärtige Besucher mit Bezahlkarten zu versorgen, die sie nicht nur z. B. im Stadion oder der Schulmensa, sondern auch darüber hinaus einsetzen konnten. Die GeldKarte als offenes System war für solche Projekte perfekt geeignet. Heute freuen wir uns, mit der Initiative Deutsche Zahlungssysteme den nächsten Schritt zu gehen und gemeinsam neue, zukunftsorientierte Lösungen im Bereich der bargeldlosen Bezahlssysteme zu erarbeiten.“



Die girocard

Alle Funktionen auf einen Blick

Rund 97 Millionen girocards sowie Kundenkarten von Banken und Sparkassen haben die Deutschen in ihren Geldbörsen. Hier erhalten Sie eine Übersicht über die zahlreichen Funktionen der girocard.

„girocard“ ist der übergeordnete und neutrale Rahmen der deutschen Kreditwirtschaft für ihre zwei bewährten Debitkarten-Zahlungssysteme: das PIN-gestützte Bezahlen im Handel („electronic cash-System“) und die Bargeldbeschaffung an den Geldautomaten in Deutschland („Deutsches Geldautomaten-System“). Mit der persönlichen Geheimzahl PIN (Personal Identification Number) garantiert die Deutsche Kreditwirtschaft den stets sicheren und einfachen Einsatz des girocard-Systems.

Die Marke girocard wurde ab 2007 von der deutschen Kreditwirtschaft eingeführt, nicht zuletzt um die internationale Akzeptanz der deutschen Debitkarten im Kontext eines einheitlichen europäischen Zahlungsraums (SEPA; Single Euro Payments Area) zu erleichtern. Ziel von SEPA ist es, allen Bürgern die Möglichkeit zu eröffnen, Zahlungsverkehrsdienstleistungen im Euro-Raum zu den gleichen Bedingungen ausführen zu können wie im Heimatland.

Bezahlen im Handel

Bezahlen an der Ladenkasse und an Automaten funktioniert schnell und unkompliziert mit der girocard. Karte stecken, auf Aufforderung am Terminal die PIN eingeben und das Geld wird direkt vom Konto abgebucht. Einfach und sicher für Kunden und Händler.

Prepaid-Bezahlen mit GeldKarte und girogo

Guthaben laden ist deutschlandweit an nahezu allen Geldautomaten der teilnehmenden Banken und Sparkassen sowie im Internet möglich. Zum Bezahlen Karte stecken (GeldKarte) oder vorhalten (girogo). Der Rechnungsbetrag wird abgebucht, ohne PIN oder sonstige Autorisierung – mit GeldKarte z. B. in Mensen/Kantinen oder an Automaten für Fahrscheine, Parktickets, Zigaretten, Snacks; mit girogo auch im Einzelhandel.

Geld abheben

An rund 60.000 Geldautomaten in Deutschland heben Kunden mittels PIN-Eingabe Bargeld direkt vom Konto ab.

Online-Banking

Mit Hilfe eines Chip-TAN-Generators und der girocard können Kunden im Online-Banking Zahlungsaufträge, Daueraufträge oder Mitteilungen verifizieren.

Selbstverwaltung am Terminal

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.

Kontoauszüge drucken

Die Kontoauszüge geben regelmäßig Auskunft über alle Bewegungen auf dem Girokonto. Mit der girocard erhalten Kunden am Terminal auf Wunsch eine Übersicht über alle Ein- und Ausgänge auf dem Konto, die seit dem letzten Auszug erfolgt sind.

Bezahlen im Ausland

Bislang wird in Deutschland nahezu jede girocard zusätzlich mit einem Debit Brand von Visa (V Pay) bzw. von MasterCard (Maestro) ausgestattet. Sofern keine girocard-Akzeptanz im Ausland besteht, können deutsche Karteninhaber mit ihrer girocard so auch Transaktionen im Ausland durchführen.

Zusatzfunktionen

Bezuschussung:

Transferleistungen und soziale Zuschüsse diskret gewähren.

Jugendschutz:

Anonymer und sicherer Alterscheck 16 oder 18 per Jugendschutzmerkmal (z. B. an Zigarettenautomaten).

Digitale Signatur:

Eigenhändige Unterschrift digital speichern und rechtssicher per Karte authentifizieren (z. B. beim eGovernment).

Zeiterfassung:

Identifizieren und Zugang von Firmenmitarbeitern. Arbeitszeiten werden per Kartenleser erfasst.

E-Ticket:

Speicherung von Eintrittskarten, Fahrscheinen und Tickets (z. B. im ÖPNV, beim Parken und für Veranstaltungen).

Bonus:

Speicherung und Einlösen von Bonuspunkten beim Einkauf (z. B. für Citycards, Pfandrücknahmesysteme).



Die girocard

Grundlagen, Eckdaten und Gebührenstruktur

Die Einführung der Marke girocard ersetzt seit 2007 die Bezeichnung ec-Karte. Die Einführung verbesserte die internationale Akzeptanz der deutschen Bank- und Sparkassenkarten und bot den Kunden eine Vereinheitlichung.



- Der Begriff „girocard“ umfasst die beiden Debitkarten-Zahlungssysteme „electronic cash“ im Handel und das „Deutsche Geldautomaten-System“.
- Rund 97 Millionen Karten sind derzeit im Umlauf.
- Deutschlandweit gibt es über 740 000 Akzeptanzstellen.

Die girocard ist eine deutsche Erfolgsgeschichte: 2013 wurden mit damals etwa 95 Millionen girocards rund 2,5 Milliarden Transaktionen durchgeführt. Im Schnitt sind das pro Tag fast 7 Millionen Bezahlvorgänge. Das Transaktionsvolumen betrug dabei insgesamt mehr als 130 Milliarden Euro. Im ersten Halbjahr 2014 konnten die Transaktionen gegenüber dem Vorjahr zudem nochmals um drei Prozent gesteigert werden. Mit jeder Karte wurden damit durchschnittlich zwei Transaktionen pro Monat zusätzlich durchgeführt. Eine gewaltige Macht auf dem deutschen Bezahlmarkt: Das girocard-System ist beim bargeldlosen Bezahlen mit Karte an elektronischen Kassen in Deutschland Marktführer.

Bei der girocard setzt die Deutsche Kreditwirtschaft auf einen EMV-Chip. Er ist eine fälschungssichere Alternative zum leicht kopierbaren Magnetstreifen. Der Magnetstreifen wird seit Februar 2013 im deutschen girocard-System nicht mehr verwendet – electronic cash-Zahlungen und Bargeldabhebungen werden ausschließlich über den Chip abgewickelt. International betrachtet ist der EMV-Chip noch nicht überall verfügbar. Grund dafür sind häufig die höheren Kosten gegenüber dem Magnetstreifen, weshalb noch heute in vielen Ländern weiterhin der Magnetstreifen genutzt wird. Um die internationale Akzeptanz der deutschen Bank- und Sparkassenkarten zu sichern, sind die Karten in der Regel mit den Debitsystemen Maestro oder V Pay co-branded. Das Maestro-System ist weltweit einsetzbar und verfügt über EMV-Chip und Magnetstreifen. V Pay arbeitet nur mit einem EMV-Chip und ist in der EU sowie in einigen angrenzenden Ländern (Grönland, Island, Israel, Türkei) verwendbar.

Gebühren

In Deutschland sowie in den Ländern der Euro-Zone fallen für die Karteninhaber keine Kosten bei girocard-Zahlungen an. Alle anfallenden Kosten tragen die Händler. Außerhalb der Euro-Zone werden hingegen Gebühren für den Kunden fällig. Das Geldabheben ist im Inland an bankeigenen Automaten und bei Partnerbanken kostenfrei. Bei fremden Instituten entstehen für den Kunden Gebühren. Auch bei Abhebungen im Ausland fallen in der Regel Gebühren an, die von Institut zu Institut variieren können.

Die Händlergebühren für electronic cash-Zahlungen in Deutschland unterliegen seit November 2014 einer vollständigen Neuregelung. Sie sind seither Gegenstand bilateraler Verhandlungen. Händler können diese Verhandlungen selbst führen oder einen sogenannten Händlerkonzentratoren beauftragen. Dieser kann für mehrere Händler gemeinsam verhandeln und so z. B. durch größere Transaktionsvolumina bessere Konditionen erhalten. Auch Abrechnungsmodelle und Vertragslaufzeiten sind nun Teil der Verhandlungen. Ab dem 1. November 2016 beginnt die zweite Phase des neuen Abrechnungsmodells. Diese sieht weitere Erleichterungen von technischer Seite vor.

girocard – weitere Anwendungsmöglichkeiten

Neue Entwicklungen und Innovationen, wie das kontaktlose Bezahlen auf Basis der girocard, girocard im Internet oder Mobile Payment sind nur einige der gemeinschaftlichen Aktionsfelder der Deutschen Kreditwirtschaft. Mit immer neuen Innovationen sichern Banken und Sparkassen, dass die girocard für die Kunden auch in Zukunft das attraktivste elektronische Bezahlmedium bleibt. ■

*Die ec-Karte
heißt seit 2007
girocard.*



PAY KRIEG DER ZAHLUNGSSYSTEME WARS

Droht mit der Digitalisierung im Zahlungsverkehr das gläserne Konto?

Der Kampf um die Zahlungssysteme der Zukunft ist in vollem Gange. Schon heute haben Kunden über das Internet Zugang zu Produkten und Dienstleistungen aller Art, deren Bezahlung direkt auf elektronischem Wege erfolgt. Mit dem Siegeszug mobiler Endgeräte drängen Online-Anbieter nun auch auf den Markt der mobilen Bezahlsysteme. In kaum einem anderen Bereich tummeln sich derzeit so viele Player aus den unterschiedlichsten Branchen. Ob Telekommunikationsunternehmen, stationäre und Online-Händler, Banken oder Anbieter von Zahlungssystemen. Sie alle positionieren sich in diesem hochdynamischen Feld, um neue Produkte und Dienstleistungen unter die Leute zu bringen. Der Ausgang dieses branchenintern als „Pay Wars“ bezeichneten Wettstreits um zukünftige Marktanteile bleibt derweil ungewiss.

Mit dem Internet als einem der wesentlichen Treiber für Veränderungen im Zahlungsverkehr haben digitale Global Player wie Google, Amazon oder Facebook begonnen, in die klassischen Geschäftsfelder der Banken- und Kreditwirtschaft vorzudringen. Allerdings sind auch die Anbieter im E-Commerce auf die Nutzung der vorhandenen kreditwirtschaftlichen Zahlungsverkehrsinfrastruktur angewiesen. Deren Systemzugang ist jedoch mit einer Vielzahl von Sicherheits- und Haftungsfragen verbunden. Das regulatorische Umfeld im Bereich des Zahlungsverkehrs ist daher von entscheidender Bedeutung dafür, welches System sich zukünftig im Wettbewerb behauptet. Mit der Überarbeitung der Anti-Geldwäsche-Richtlinie, der Datenschutz-Grund-

verordnung und der Richtlinie über Zahlungsdienste im Binnenmarkt stehen hierzu vor allem auf EU-Ebene zentrale Richtungsentscheidungen an. Entsprechend hart wird seitens aller Beteiligten um die Regulierung im Zahlungsverkehr gerungen.

Sensibles Thema: Kundendaten

Eines der zentralen Themen stellt dabei die Öffnung der bilateralen technischen Kunden-Bank-Schnittstelle für sogenannte „Zahlungsauslösedienste“ dar. Bisher genießt Online-Banking in Deutschland ein hohes Vertrauen, weil nur der Kunde die Zugangsdaten kennt. Die Schnittstelle zwischen Kunde und Bank gilt als sicher und wird von immer mehr Deutschen verwendet. Der Entwurf der EU-Kommission für eine neue Zahlungsdiensterichtlinie (Payment Services Directive, PSD II) sieht nun vor, dass künftig Dienstleister, die zwischen Händler und der Bank des Käufers angesiedelt sind, im Namen des Kunden Zahlungsaufträge initiieren können. Der Zahler soll hierfür seine personalisierten Sicherheitsmerkmale, also seine Online-PIN und -TAN, dem Drittdienst aushändigen dürfen. Besonders prekär hierbei: Zusammen mit dem Kontozugriff erhalten diese „dritten Zahlungsdienstleister“ laut der geplanten Richtlinie auch unbeschränkten Einblick in alle Kontoinformationen, inklusive Konto-Saldo und sämtlicher vorgenommener Buchungen. Dies ist vor allem hinsichtlich des Datenschutzes hochproblematisch. So können Online-Zahlungsdienste wie PayPal & Co. anhand dieser Informati-

onen persönliche Daten des Kontoinhabers wie Bonität, Kaufverhalten und sogar Bewegungsprofile ablesen. Das gewachsene Vertrauensverhältnis zwischen dem Kunden und seinem Institut würde damit maßgeblich gestört.

Als Verfechter einer hohen Datenschutzqualität im Zahlungsverkehr ist die Initiative Deutsche Zahlungssysteme sowohl in Brüssel als auch in Berlin politisch aktiv, um die informationelle Selbstbestimmung des Kontoinhabers zu gewährleisten.

„Wir sind der festen Überzeugung, dass die Grundlage einer jeden Vertrauensbeziehung zwischen Kunden und Zahlungsdienstleistern das Wissen um die informationelle Unverletzlichkeit des eigenen Zahlungsverkehrs darstellt. Der Angriff auf die Datenintegrität des Kontos stellt daher eine unmittelbare Gefahr für den gesamten Markt dar.“

Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme.

Kontaktlos durch die Republik

Stadtverwaltung, Zahnarztpraxis, Bio-Supermarkt, Blumengeschäft, Piercing-Studio und Landgasthof – was zunächst nach sehr unterschiedlichen Unternehmen klingt, wird durch eine Gemeinsamkeit vereint: Sie alle akzeptieren quer durch die Republik die bequeme, kontaktlose Art des Bezahlers mit girogo und reihen sich damit in die wachsende Anzahl der Partner ein, die das Bezahlsystem mittlerweile erfolgreich einsetzen. Neben den rapide zunehmenden Anwendern in kleinen und mittelständischen Unternehmen verbreitet sich die Bezahlmethode auch bei immer mehr Filialisten und Einzelhandelsketten wie Supermärkten, Tankstellen und Bekleidungsgeschäften.

Heutzutage ist girogo bereits weit verbreitet an Deutschlands Kassen. Die rasante Entwicklung des Akzeptanzstellennetzes wird daran deutlich, dass es nur runde zweieinhalb Jahre nach dem Startschuss mit 65 Akzeptanzstellen einen neuen Meilenstein erreichte: Im September 2014 hat die Zahl der Akzeptanzstellen in Deutschland die 10.000er-Marke überschritten. Stand April 2015 sind bereits mehr als 12.000 Akzeptanzstellen etabliert – Tendenz steigend.

Vielfältige Anwendungsmöglichkeiten und innovative Funktionen

Besonders attraktiv ist auch die Anwendung im Automaten- und Vendingbereich. Oftmals ist es nicht oder nur schwer möglich, Automaten mit einer verlässlichen Onlineanbindung auszustatten. Die meisten Kartenzahlverfahren können Automatenbetreiber dann nicht nutzen. girogo-Zahlungen können aufgrund des Prepaid-Prinzips komplett offline funktionieren.

Kunden sparen damit Zeit und schonen ihre Nerven – beispielsweise beim Ticketkauf im Öffentlichen Personennahverkehr. Die große und weiter steigende Nachfrage in diesem Bereich schafft Raum für Innovationen, wie beispielsweise beim Rhein-Main-Verkehrsverbund. Via RMV-App mit girogo und einem NFC-fähigen Smartphone lösen Kunden Fahrscheine ganz bequem direkt am Handy. Ohne Angabe der Kontoverbindung.

Doch auch über das reine Bezahlen hinaus bietet girogo durch seine Zusatzfunktionen eine Vielzahl von praktischen Einsatzmöglichkeiten. In Sportstadien kann beispielsweise die girogo-Karte auch als E-Ticket, Mitgliedsausweis und Dauerkarte fungieren. Mittlerweile bieten mit Bayer 04 Leverkusen, dem 1. FSV Mainz 05, dem VfL Wolfsburg, dem 1. FC Köln und dem FC Ingolstadt 04 fünf Fußball-Bundesligisten girogo-Zahlungen. Doch nicht nur in Fußballstadien wird den Fans mit dem Multitalent das Leben erleichtert. Im Handball ist beispielsweise der VfL Gummersbach mit von der Partie, während im Eishockey die Bremerhavener Fischtown Pinguins auf girogo setzen. Doch neben aller Praktikabilität ist es gerade die hohe Sicherheit durch das Prepaid-System und die Implementierung der hohen Sicherheitsstandards der Deutschen Kreditwirtschaft, die girogo einen Vorteil verschaffen. Denn Sicherheit ist der Deutschen oberstes Gebot.

Nicht zuletzt das große Vertrauen der Kunden in die Produkte und Leistungen der Deutschen Kreditwirtschaft bieten gute Voraussetzungen für girogo. Und denen wird das System gerecht. Auch

2015 erwarten wir weiter ein dynamisches Wachstum des Akzeptanzstellennetzes und neue Einsatzmöglichkeiten. Der nächste Meilenstein wartet bereits. ■

girogo am Automaten

Bereits im April 2013 konnte die Firma Hoellinger als Pionier im Vending-Bereich die ersten girogo-Terminals in Waren- und Zigarettenautomaten installieren. Seit Juli 2013 arbeitet das Unternehmen dabei eng mit Feig Electronic zusammen. Die Terminalserie CPR 47 bietet u. a. einfaches Auslesen der Umsätze via USB-Stick. Im Laufe des Jahres 2015 soll eine Software von B&S Card Service zur Verfügung stehen, mit der die LAN-Auslesung der Umsätze möglich ist, um das Handling für Automatenbetreiber weiter zu vereinfachen. Nicht zuletzt dank des Einsatzes von Hoellinger besteht für girogo großes Potenzial am Automaten. Auch beim Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft (BDV) ist girogo ein wichtiges Thema: Im technischen Ausschuss werden regelmäßig Neuerungen diskutiert und Praxiserfahrungen ausgetauscht.



* Stand April 2015.



Lückenlose Dokumentation

Fiskaldatenspeicherung

Bargeldintensive Betriebe stehen aktuell stark im Fokus von Politik und Verwaltung, wenn es um das Thema Steuerhinterziehung geht. Schwerpunkt der Betrachtung sind aktuell manipulierte Registerkassen. Der Finanzminister von Nordrhein-Westfalen, Norbert Walter-Borjans (SPD), schätzt den Schaden, der in Deutschland durch Manipulation an Registerkassen entsteht, auf bis zu zehn Milliarden Euro jährlich. Neben der Steuerverkürzung seien auch Wettbewerbsverzerrungen die Folge.

In der Abgabenordnung ist bereits seit 2002 die Speicherung steuerlich relevanter Daten, die mit Hilfe eines Datenverarbeitungssystems erstellt worden sind, geregelt. Das Schreiben „Aufbewahrung digitaler Unterlagen bei Bargeschäften“ des Bundesfinanzministeriums vom 26.11.2010 fixiert als Verwaltungsanweisung folgende Forderungen und Definitionen für Kassendaten von Registrierkassen, elektronischen Waagen und Taxametern:

- Elektronische Registrierkassen und PC-Kassen gelten als Datenverarbeitungssysteme.
- Elektronische Kassendaten müssen gespeichert werden.
- Alle steuerlich relevanten Einzeldaten müssen während der Dauer der Aufbewahrungsfrist jederzeit verfügbar, unverzüglich lesbar, vollständig, unveränderbar sowie maschinell auswertbar aufbewahrt werden.
- Das gilt für Journaldaten-Einzelsätze, Auswertungsdaten sowie Programmier- und Stammdatenänderungsdaten.
- Alle Daten müssen für jedes Gerät einzeln gespeichert werden.
- Die Speicherung außerhalb des jeweiligen Geräts ist zulässig, wenn die Daten unveränderbar und maschinell auswertbar gespeichert sind.
- Eine Speicherung in einem Archivsystem ist möglich – hier gelten die gleichen Anforderungen wie im laufenden System.

In Zukunft sind in diesem Themenumfeld noch weitreichendere Anpassungen der Gesetzgebung wahrscheinlich. Nicht zuletzt, weil die genaue Ausprägung der Vorschriften aber noch unklar ist, ist auch die technische Umsetzung noch nicht geregelt. Schlussendlich ist ein einheitlicher technischer Standard nötig, auf den sich alle Beteiligten verlassen können und den alle einhalten müssen.

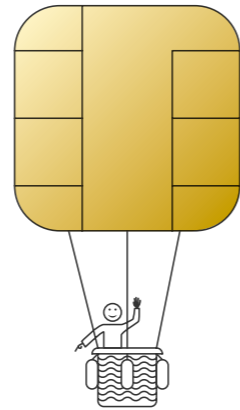
Die Deutsche Kreditwirtschaft hat mit den Zusatzfunktionen der GeldKarte bereits bewiesen, dass sie verlässliche, allgemeingültige Standards setzen kann. Seit der Jugendschutz am Zigarettenautomaten zum Jahresbeginn 2007 verpflichtend wurde, muss jeder Zigarettenautomat in Deutschland die Altersverifikation mit der GeldKarte unterstützen. Das Jugendschutzmerkmal der Deutschen Kreditwirtschaft bietet damit Rechtssicherheit beim Verkauf von Zigaretten am Automaten.

Das Jugendschutzmerkmal hat dabei fast jeder Deutsche bereits in der Tasche – denn 99 Prozent aller girocards sowie Kundenkarten von Banken und Sparkassen tragen die Zusatzfunktionen, zu denen auch die Altersverifikation gehört. Je nachdem, ob der Karteninhaber volljährig ist oder nicht, übermittelt dieses Merkmal beim Zigarettenkauf einen positiven oder negativen Wert.

Auch für die Fiskaldatenspeicherung hat die Deutsche Kreditwirtschaft in den Zusatzfunktionen auf der girocard einen Lösungsansatz bereit. Auf Basis der digitalen Signatur ist eine Lösung möglich, die sämtliche absehbaren Anforderungen des Fiskus erfüllt. Das wäre für die Automatenbranche schon deswegen besonders günstig und praktikabel, da Automaten entweder bereits mit der GeldKarte- oder girogo-Technologie ausgestattet sind oder leicht nachgerüstet werden können. Zudem können Branche und Kunden ebenso wie die Bundesregierung auf die hohen Sicherheitsstandards der Deutschen Kreditwirtschaft vertrauen. Über die digitale Signatur können dabei natürlich nicht nur Einkäufe gegen GeldKarte- oder girogo-Bezahlung nach den Wünschen des Finanzministeriums erfasst und gespeichert werden – die Methode wäre unabhängig von der Bezahart für alle Transaktionen einsetzbar. Die girocard der Deutschen Kreditwirtschaft mit ihren Prepaid-Bezahlmöglichkeiten und Zusatzfunktionen erweist sich damit einmal mehr als echtes Allround-Talent. ■

*Mit der digitalen
Signatur auf dem
Chip können die
Anforderungen des
Fiskus erfüllt
werden.*





girocard glänzt

Studie elektronisches Bezahlen

Jahr für Jahr zeigt die EHI-Studie zu den Zahlungsarten im Einzelhandel einen weiteren Rückgang des Bargeldanteils an den Ladenkassen. Dieser Trend wird sich auch nach Meinung der Bürger weiter fortsetzen. In Zukunft können sich 58 Prozent sogar eine Welt ganz ohne Bargeld vorstellen. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Online-Umfrage von EARSandEYES im Auftrag der EURO Kartensysteme vom August 2014 unter 1.000 Männern und Frauen zwischen 18 und 59 Jahren. Schon heute haben 81 Prozent der Befragten mindestens zwei Bezahlkarten in ihrer Geldbörse. Besonders beliebt ist die girocard der Deutschen Kreditwirtschaft mit ihren Zusatzfunktionen und zukünftigen, modernen Bezahlmöglichkeiten.

66 Prozent aller Befragten nutzen ihre girocard laut Umfrage mehrmals pro Woche zum Bezahlen, 21 Prozent sogar täglich. Dabei halten die Deutschen große Stücke auf ihre Bank- oder Sparkassenkarte: 87 Prozent geben an, ihrer Bankkarte zu vertrauen, die ihnen von ihrer Hausbank zur Verfügung gestellt wurde.

Bargeldloses Bezahlen: Weiterer Zuwachs erwartet

Kein Wunder also, dass auch in der deutschen Hochburg des Bargeldes, dem Einzelhandel, die Karte immer beliebter wird. 60 Prozent aller Bürger zahlen nach eigenen Angaben schon heute mehr als die Hälfte ihrer Ausgaben im Geschäft vor Ort mit Karte. Sieben von zehn Befragten zahlen zudem häufiger elektronisch als noch vor zehn Jahren. Und dieser Trend hält an, glaubt man den deutschen Bürgern: 51 Prozent sagen voraus, in zehn Jahren noch häufiger an der Kasse die Karte zu nutzen. Dabei wird sich auch das Einsatzspektrum wandeln. Während aktuell nur 25 Prozent bei Dienstleistern wie Frisören und Kosmetikern bargeldlos zahlen, wollen dort künftig 42 Prozent lieber elektronisch bezahlen. Und in Restaurants, Cafés und Bars möchten 37 Prozent künftig lieber ohne Scheine und Münzen auskommen. Auch in Geschäften mit durchschnittlich niedrigeren Bonsummen sowie an Automaten, wo GeldKarte und girogo besonders geeignet sind, ist ein Zuwachs an elektronischer Bezahlung zu erwarten. Künftig möchten etwa am Automaten 47 Prozent lieber elektronisch bezahlen. Heute nutzen das nach eigener Aussage 23 Prozent.

Auch bei modernem Bezahlverhalten bleibt das Vertrauen der Bürger in ihre girocard ungebrochen – nicht zuletzt dank der hohen Standards der Deutschen Kreditwirtschaft: Mit Blick auf die Sicherheit würden 88 Prozent die girocard zum kontaktlosen Bezahlen nutzen – so viele wie bei keinem anderen System.

Beliebt: kontaktloses Bezahlen

Mehr als jeder dritte Befragte (37 Prozent) gibt an, schon kontaktlos bezahlt zu haben und 34 Prozent sehen sich in zehn Jahren häufiger moderne Bezahlverfahren wie die Kontaktlos-Technologie nutzen. Hier zeigt sich das große Vertrauen in die girocard sehr deutlich: 51 Prozent derjenigen, die selbst noch gar nicht kontaktlos bezahlt haben, können sich schon heute vorstellen, mit ihrer girocard nur durch Vorhalten zu bezahlen.

Die Vorteile von kontaktlosem Bezahlen allgemein sehen alle Befragten vor allem in der bequemen Bezahlung (76 Prozent), in schnellem und passendem Bezahlen kleiner Beträge (74 Prozent) sowie in der erhöhten Geschwindigkeit gegenüber herkömmlicher Kartenzahlung (72 Prozent). Bei Kartenzahlung allgemein freuen sich 81 Prozent, dass sie nicht auf das Wechselgeld achten müssen und 62 Prozent finden Kartenzahlung praktischer als Bargeld. So sagen auch vier von zehn Befragten, dass sie gerne häufiger mit Karte zahlen möchten.

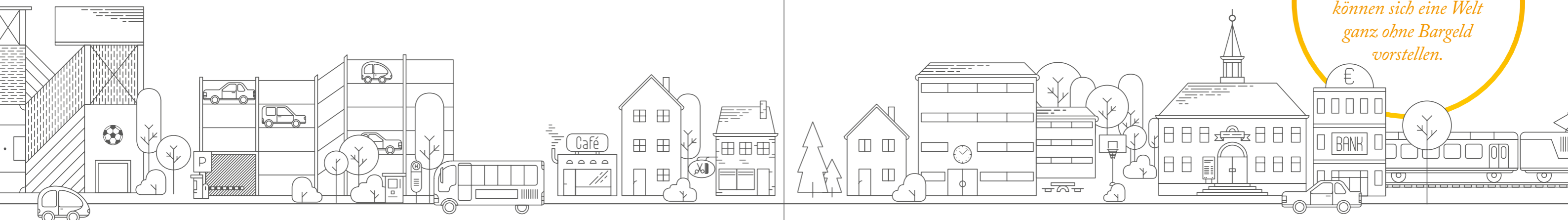
Die Bankkarte und ihre Möglichkeiten: mehr Service als nur bezahlen

Mit der girocard bietet die Deutsche Kreditwirtschaft Bank- und Sparkassenkunden eine Karte für alle Fälle: Neben dem Bezahlen direkt vom Konto im In- und Ausland und Prepaid-Bezahlen mit GeldKarte und girogo stehen viele weitere Funktionen zur Verfügung. Kontoauszüge, Bargeld abheben, Selbstverwaltung am Terminal und vieles mehr können Kunden mit ihrer Bank- oder Sparkassenkarte erledigen. Mit dem Chip können Bürger darüber hinaus noch zahlreiche weitere Funktionen nutzen.

So sorgt die Altersverifikation z. B. am Zigarettenautomaten dafür, dass nur Volljährige Zigaretten kaufen können. 85 Prozent aller Befragten finden diese Funktion sinnvoll. 78 Prozent befürworten die diskrete Subventionierung, mit der etwa bedürftige Kinder in der Schulmensa ihr Mittagessen günstiger erhalten. Weitere 74 Prozent finden die Speicherung elektronischer Fahrscheine und Eintrittskarten gut, um beispielsweise im ÖPNV oder bei Veranstaltungen wie etwa im Fußballstadion Papiertickets zu ersetzen. ■

58%

*können sich eine Welt
ganz ohne Bargeld
vorstellen.*

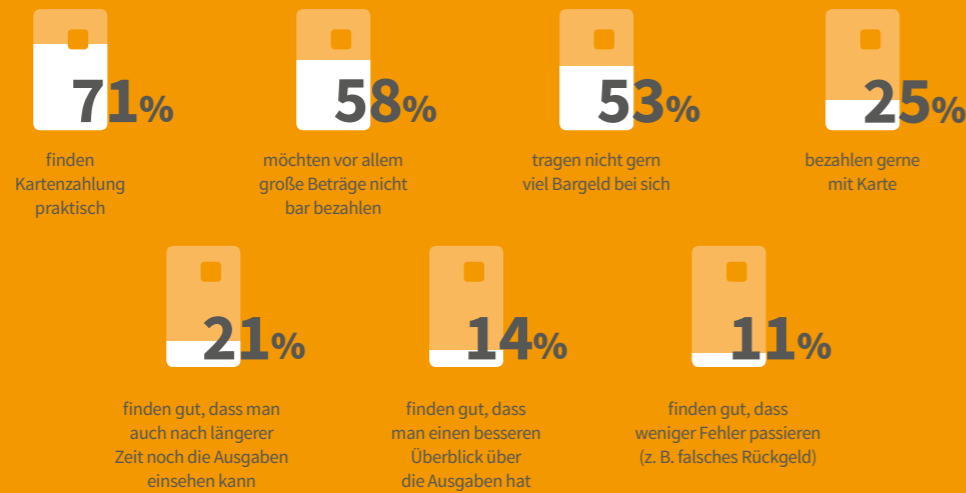


Ergebnisse im Überblick

Studie elektronisches Bezahlen

Die Studie zum elektronischen Bezahlen liefert zahlreiche spannende Erkenntnisse, die Aufschluss geben über das Bezahlen in Deutschland, heute und in Zukunft. Sie liefert Einblicke in die Beweggründe der Deutschen, wann sie sich für elektronisches Bezahlen entscheiden und wann sie Scheinen und Münzen den Vorzug geben. Sie zeigt auch, was elektronisches Bezahlen aus Kundensicht erfüllen muss, um Erfolg zu haben. Die Entscheidung, wie sie im Geschäft bezahlen, machen viele Deutsche vom Betrag abhängig: 69 Prozent zahlen kleinere Beträge eher bar, größere Beträge mit Karte. Beachtenswert ist, dass es neben dieser Gruppe mehr reine Kartenzahler (18 Prozent) als reine Barzahler (13 Prozent) gibt.

Die häufigsten Gründe für Kartenzahlung der regelmäßigen girocard-Nutzer sind: (Basis: 879 Befragte)



Dabei bestätigt sich unter allen Befragten die große Beliebtheit der girocard besonders im Vertrauen in diese:



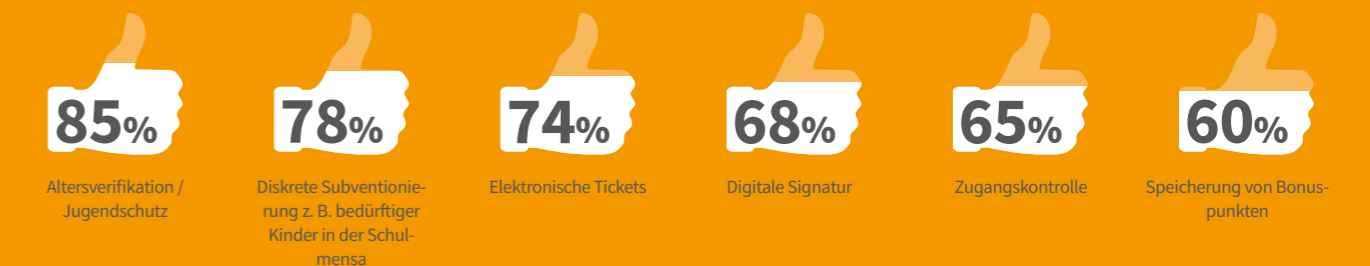
Das Bezahlverhalten der Deutschen hat sich in der Vergangenheit bereits stark gewandelt. 69 Prozent geben an heute häufiger mit Karte zu zahlen, als noch vor zehn Jahren. Die Zukunft des Bezahlebens gehört laut Meinung der Befragten darüber hinaus eindeutig den elektronischen Verfahren:



Entsprechend stufen die Befragten ihr zukünftiges Bezahlverhalten auch ein:



Neben dem Bezahlen würdigen die Befragten vor allem Mehrwerte und erweiterte Einsatzmöglichkeiten, wie etwa die Deutsche Kreditwirtschaft sie bietet. So möchten 71 Prozent die Check-in-check-out-Lösung von GeldKarte und girogo beim Parken nutzen oder nutzen sie schon. Bei der Pfandrückgabe am Automaten mit Aufbuchung des Pfandwertes auf die elektronische Geldbörse sind das 67 Prozent. Mit großer Zustimmung punkten auch die weiteren Funktionen auf dem Chip der Deutschen Kreditwirtschaft:



Auch über moderne Bezahlverfahren, wie das kontaktlose Bezahlen mit girogo-Funktion, haben sich die Befragten bereits eine Meinung gebildet. Die Vorteile moderner Verfahren sehen sie wie folgt:



GASTBEITRAG

Per Bankberater zum Finanzprodukt?

Kundenansprache und Kundenbindung im Wandel

Der Finanzmarkt ist geprägt von Höhen und Tiefen. Während der DAX immer neue Höchststände erreicht, erzielen Kunden durch klassische Sparanlagen kaum noch Renditen. Ein Ende der Niedrigzinsphase ist nicht in Sicht. „Die Zinsen werden niedrig bleiben, weil sie nicht mehr viel weiter sinken können“, postulierte im September 2014 der EZB-Chef Mario Draghi. Im Raum stehen sogar Negativzinsen auf Einlagen vermöglicher Privatkunden.

Kunden investieren deswegen häufiger in „werthaltige“ Dinge wie ihr Zuhause statt in Finanzdienstleistungen, wie neue Bankprodukte. So haben nur acht Prozent aller deutschen Haushalte im ersten Halbjahr 2014 ein neues Bankprodukt abgeschlossen. 92 Prozent aller Haushalte waren inaktiv und für neue Bankprodukte nicht offen. Auch für den Rest des Jahres bestätigte sich dieses Bild.

Doch nicht nur geldpolitische Aspekte beeinflussen Abschlussquoten. Der Ausstattungsgrad mit unterschiedlichen Bankprodukten ist in Deutschland bereits sehr hoch und der Markt für viele Zielgruppen in weiten Teilen bereits ausgeschöpft. 2014 besaß ein durchschnittlicher Haushalt 5,4 unterschiedliche Bankprodukte bei 2,2 Banken. Auch die Vielfalt genutzter Sparformen ist enorm: Knapp zwei Drittel aller Haushalte besitzen Sparbücher, über 40 Prozent kurzfristige Geldanlagen und jeder fünfte Haushalt verfügt über Aktien,

Fonds, Wertpapierdepots oder andere langfristige Anlageformen. **Produkte für jede Lebensphase** Dennoch lassen sich in einigen Zielgruppen Potenziale für neue Bankprodukte erkennen, besonders während einer Änderung der eigenen Lebensphase. So beeinflussen ein Umzug, der Berufseinstieg oder die Geburt von Kindern das Nachfrageverhalten nach neuen Finanzprodukten erheblich. Aber auch ältere Zielgruppen, die z. B. Lebensversicherungen ausbezahlt bekommen, sind durchaus aktiv. Hier ist es für Finanzdienstleister relevant, die richtigen Zielpersonen mit den richtigen Produkten und vor allem zur richtigen Zeit anzusprechen.

Auch die Auswahl neuer Finanzprodukte nehmen Kunden immer häufiger selbst in die Hand, und viele Finanzdienstleister halten sich – auch bei abschlussaffinen Zielgruppen – in der Kundenansprache deutlich zurück. Damit vergrößert sich die Distanz zum Kunden weiter. 13 Prozent aller Bankkunden besuchen nie und acht Prozent maximal einmal pro Jahr eine Bank. Die Platzierung von Produkten ist dann auf einem persönlichen Wege nur noch sehr eingeschränkt möglich. Fraglich ist, wie diese Zielgruppen in Zukunft dauerhaft an ein Haus gebunden werden können.

Klick statt Handschlag Hinzu kommt, dass sich die Abschlussmöglichkeiten in den letzten Jahren deutlich erweitert haben. Das Internet hat v. a. als Informationskanal an Bedeutung gewonnen. Und schon ein Viertel aller Bankdienstleistungen wurde 2014 online abgeschlossen; einfache und kurzfristige Produktfelder stehen dabei im Fokus. Marken- und Produktaspekte, aber auch Empfehlun-

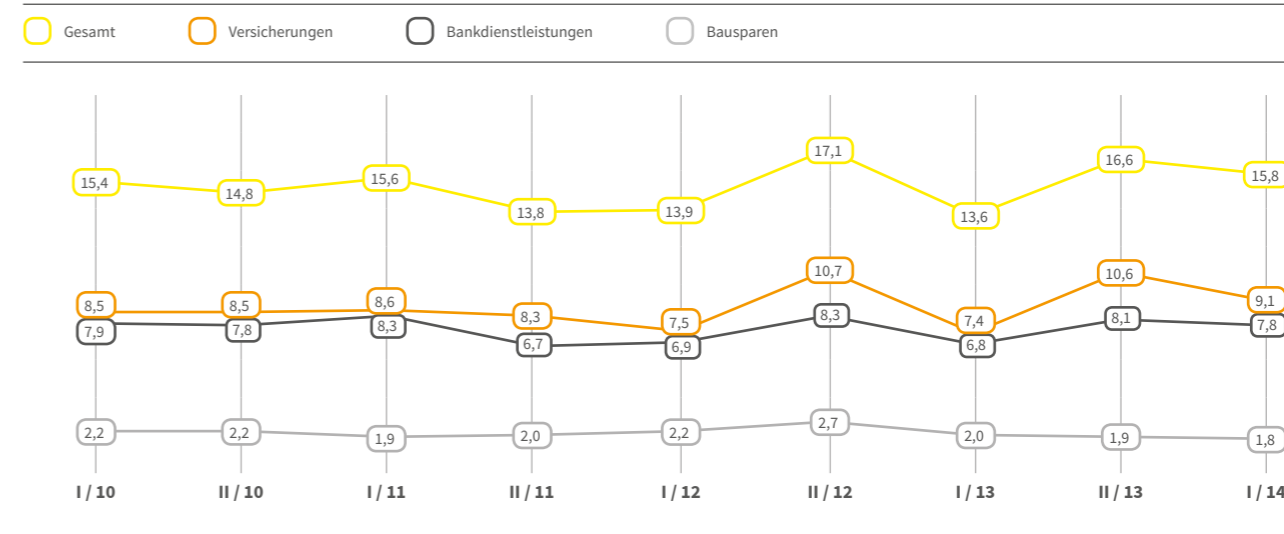
gen, z. B. von vermeintlich neutralen Vergleichsportalen, treten für Kunden mehr und mehr in den Fokus. Der Erfolg von Marken, Produkten und Dienstleistungen wird sich in den nächsten Jahren, besonders in den Zielgruppen der „jungen“ Einstiegssegmente und der „älteren“ Kunden, entscheiden: Sie sind die strategischen Zielgruppen der Zukunft. Hier sind wieder persönlicher Service, Qualität und Kundenorientierung besonders gefragt. Insgesamt wird die Zielgruppenansprache damit deutlich differenzierter und spezifischer werden und zwingend cross-medial die neuen digitalen Möglichkeiten des Internets mit den traditionellen stationären Angeboten verknüpfen müssen. ■



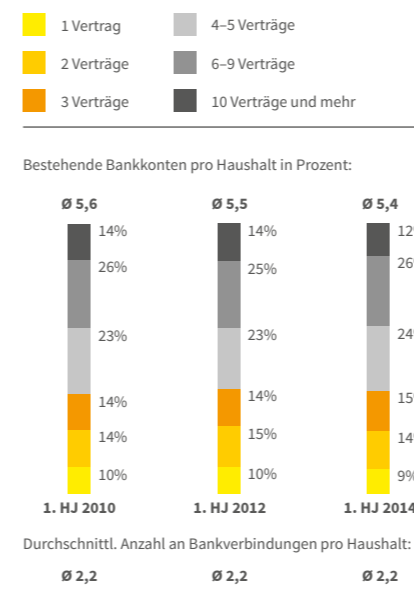
Karsten John
Karsten John ist Leiter der Finanzmarktforschung der GfK. Er ist verantwortlich für die Betreuung und Beratung von Banken, Sparkassen und Versicherungen bei Marktforschungsfragenstellungen. Seine Themenschwerpunkte sind Vertriebsperspektiven, Marktentwicklungen, neue Ansätze zur Kundenloyalität und die Perspektiven digitaler Medien.

Neugeschäftsquoten im Finanzmarkt

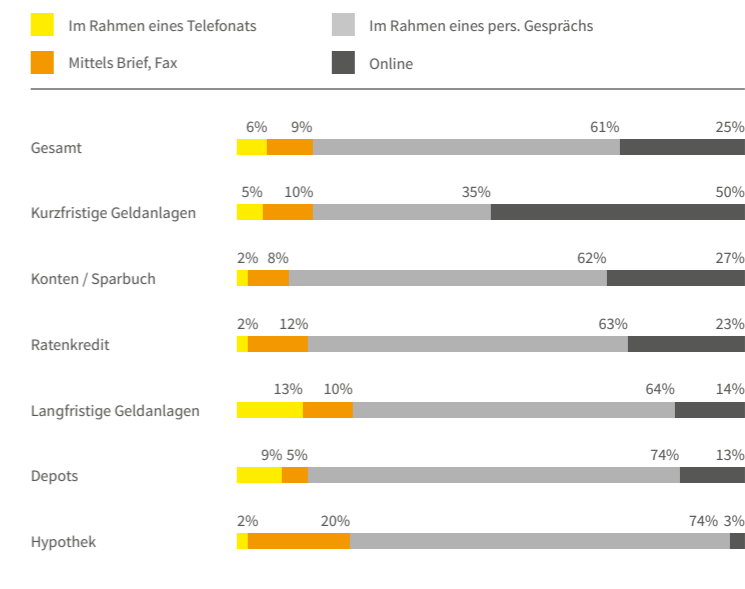
2010 – 2014 (1. Halbjahr)



Anzahl an Bankprodukten im Zeitverlauf



Genutzte Vertriebswege nach Produkten



Kaufverhalten in Deutschland

Kundenservice, vor Ort und im Internet, gewinnt an Bedeutung – das zeigt auch die Studie Bezahlen: 54 % kaufen dort, wo sie den besten Service erhalten. 64 % kaufen immer häufiger online. 71 % recherchieren genau vor dem Einkauf.

→ Mehr dazu lesen Sie ab Seite 24.

GeldKarte und girogo im ÖPNV

Die Fahrscheine bitte!

Fahrgäste profitieren von mehr Komfort beim Ticketkauf.

Rund 11,7 Milliarden Personen beförderten die deutschen Verkehrsbetriebe 2013 in Bus, Tram und Eisenbahn. Und natürlich: Jeder Fahrgast braucht ein Ticket. Gerade zu Stoßzeiten können sich da lange Schlangen am Fahrkartenautomaten bilden. Doch auch dafür gibt es Lösungen. Elektronisches Bezahlen beim Ticketkauf funktioniert schnell und die Warteschlangen können sich dadurch verkürzen. Fahrgäste profitieren so von mehr Komfort im ÖPNV.

Kundenkomfort ist wichtig, um Fahrgäste zu gewinnen und zu halten. Das betrifft nicht nur den Fuhrpark mit modernen, gut ausgestatteten Fahrzeugen. Auch der Bezahlkomfort beim Ticketkauf ist ein wichtiges Kriterium. Das erkennen immer mehr Verkehrsverbünde in Deutschland und setzen auf das Bezahlen mit GeldKarte und girogo. Dabei steckt im ÖPNV enormes Entwicklungspotenzial, um für noch mehr Komfort zu sorgen. So ist inzwischen auch der Ticketkauf am Handy mit girogo möglich.

Einige der schönsten ÖPNV-Beispiele aus dem Jahr 2014 lesen Sie hier:

1 Karlsruhe

Schon bisher konnten die Bürger im Karlsruher ÖPNV mit der GeldKarte ihre Fahrscheine kaufen. Das hat sich in der 300.000-Einwohner-Stadt bewährt, so dass auch die Fahrkartenautomaten in den neuen Niederflur-Bahnen mit der Technologie ausgestattet werden. Auch sonst wird einiges für den Kundenkomfort getan: Alle neuen Bahnen sind voll klimatisiert und an entsprechend ausgebauten Haltestellen barrierefrei. Die neuen Bahnen werden sukzessive in den Fuhrpark aufgenommen.

2 Chemnitz

Neue Fahrkartenautomaten stehen den Chemnitzern in den Straßenbahnen zur Verfügung. Dank Touch-Technologie können sie sich über verbesserten Bedienkomfort freuen. Die GeldKarte sorgt für schnelles und bequemes Bezahlen. Immer Cent-genau. Fehlendes Wechselgeld im Automaten gehört damit der Vergangenheit an.

3 Erfurt

Täglich nutzen rund 140.000 Menschen Busse und Bahnen der Erfurter Verkehrsbetriebe AG (EVAG). Eine Menge Fahrscheine, die täglich benötigt werden. Seit dem 9. Mai 2014 bietet die EVAG dafür in 92 Straßenbahnen Ticketautomaten mit girogo-Funktion. Fahrgäste müssen nicht mehr nach passendem Kleingeld für die oft wählerischen Automaten kramen oder den Fahrer bitten, einen 50-Euro-Schein anzunehmen. „Kunden und Händlern bietet girogo eine schnelle, einfache und sichere Bezahlfunktion“, unterstreicht Hans-Georg Dorst, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Mittelthüringen, die gemeinsam mit der EVAG das girogo-Projekt realisierte.

4 Essen

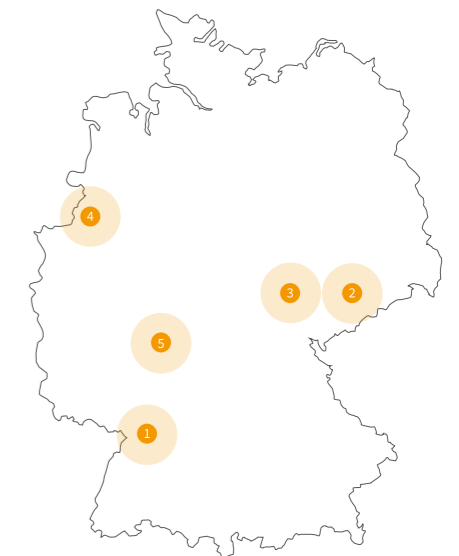
Über verklebte Automaten-schlitze und lange Warteschlangen beim Fahrscheinkauf können Kunden der Essener Verkehrs-AG nur noch lachen. Denn in den Kundencentern der EVAG am Hauptbahnhof und am Berliner Platz können sie Tickets schnell und bequem kontaktlos bezahlen – mit girogo-Funktion.

5 RMV

Der Rhein-Main-Verkehrsverbund ist einer der größten deutschen Verkehrsverbünde. Täglich sind rund 2,5 Millionen Fahrgäste mit seinen Bussen und Bahnen unterwegs. Schon vor der girogo-Einführung nutzten mehr als 120.000 Kunden die RMV-App regelmäßig als mobilen Ticketautomaten. Im Juni 2014 erweiterte der RMV seine App um die girogo-Funktion. Nun können Kunden, die ein Smartphone mit NFC-Funktion besitzen, Tickets schnell, bequem und sicher mit dem Prepaid-System der Deutschen Kreditwirtschaft zahlen. Und das ganz ohne Kontodaten anzugeben. „Wir freuen uns, dass wir unseren Kunden mit girogo eine weitere Bezahlvariante anbieten können, die einfach, schnell und sicher ist“, sagt Prof. Knut Ringat, Sprecher der Geschäftsführung der Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH. ■

Und es geht weiter

Bereits im Juli 2014 hat der Zweckverband ÖPNV Vogtland angekündigt, im Rahmen eines neuen elektronischen Fahrgastmanagements die Zahlung per girogo-Funktion anbieten zu wollen. Thorsten Müller, Geschäftsführer des Zweckverbands, ist überzeugt, den positiven Trend bei der Entwicklung der Fahrgastzahlen damit zu unterstützen und fortzusetzen. Das neue elektronische Fahrgastmanagement soll im Sommer 2015 in Betrieb genommen werden.



Der Kunde entscheidet über den Erfolg von digitalen Bezahlssystemen

Der gegenwärtig zu beobachtende Trend bei Innovationen im Bereich digitaler Bezahlssysteme zeigt – wie auch in den meisten anderen Wirtschaftszweigen –, dass die Digitalisierung viele Fragen an die Neuordnung der bisherigen Geschäftsmodelle stellt.

Bisherige marktgängige Produkte stoßen oftmals an die Grenzen der Kundenwünsche. Digitale Möglichkeiten wandeln auch die Anforderungen der Kunden.

GASTBEITRAG

Neue Player erkennen ihre Chancen und drängen in den sich für sie öffnenden neuen Markt. Diese neue Konkurrenz gilt es nicht zu verteufeln, sondern der neue Wettbewerb muss angenommen werden. Bei den Bezahlssystemen sind es nun die Gerätehersteller, die sich einen neuen Markt erschließen. Die Hersteller haben erkannt, dass die mobile Kommunikation eine Konkurrenz zu den bisherigen gut funktionierenden und von den Kunden geschätzten Bezahlkarten sein könnte. Wie der Markt von morgen im Bereich der Bezahlssysteme aussehen wird, entscheidet nicht die Politik. Der Kunde mit seiner Nachfrage wird entscheiden, ob sich das eine oder das andere System durchsetzt, oder ob sich ein Nebeneinander der verschiedenen Innovationen langfristig etabliert.

Welche Innovationen sich letztendlich bei den Verbrauchern durchsetzen, kann nicht – und sollte auch nicht – durch politische Vorgaben bestimmt werden. Ob Plastikkarte oder neue mobile Kommunikationslösungen – die politischen Entscheider sind hierbei technologieoffen! Es ist aber auch klar, dass die Politik die Rahmen-

bedingungen dafür setzen muss, dass auf dem Markt faire Wettbewerbsbedingungen bestehen. Regulierungen, die für die Kreditwirtschaft zum Kundenschutz gelten, müssen auch von den neuen Anbietern erfüllt werden und dürfen nicht einseitig der Kreditwirtschaft auferlegt werden. Die Standards für die Kreditwirtschaft sind über Jahrzehnte gewachsen und haben sich bewährt. Sicherheitsstandards und ein verantwortungsvoller Umgang mit den Kundendaten dürfen nicht zum negativen Wettbewerbsfaktor werden. Das schadet letztendlich dem Kunden selbst. Diese Mindestanforderungen an die Innovationen formuliert die Politik. Ein Wettbewerbsfaktor der Bezahlssysteme wird sein, wie umfangreich man die Möglichkeiten nutzen kann. Gleichzeitig können Innovationen im Bereich der digitalen Bezahlssysteme helfen, den digitalen europäischen Binnenmarkt zu vollenden. Der Binnenmarkt hat für ganz Europa erheblichen Mehrwert und zusätzliches Wirtschaftswachstum, mehr Wohlstand und neue Arbeitsplätze generiert. Diesen eindeutigen Mehrwert wird auch der digitale Binnenmarkt zeigen. ■



Jens Koeppen

Seit Juni 2005 ist Jens Koeppen Mitglied des Deutschen Bundestages. Er ist Vorsitzender des Ausschusses Digitale Agenda und Mitglied im Ausschuss für Wirtschaft und Energie. Außerdem ist Herr Koeppen Mitglied im Ältestenrat, sitzt im Vorstand des Parlamentskreises Mittelstand und ist Schriftführer der CDU-Bundestagsfraktion. Gleichzeitig ist er Landesvorstandsmitglied der CDU Brandenburg, Vorsitzender des Landesfachausschusses Wirtschaft und Arbeit sowie Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Handwerk.

Der digitale Binnenmarkt

Der digitale europäische Binnenmarkt ist nach Ansicht des Europäischen Parlaments – gemessen am potenziellen Nutzen – der wichtigste Politikbereich der EU. So versprechen sich die Parlamentarier vom digitalen Binnenmarkt Wirtschaftlichkeitssteigerungen von bis zu 260 Milliarden Euro pro Jahr. Gründe hierfür liegen in den neuen Möglichkeiten, die Wirtschaft durch den elektronischen Handel anzukurbeln. Das Konzept Binnenmarkt – ein

Raum ohne Binnengrenzen, der den freien Verkehr von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital garantiert – wird hierbei weiterentwickelt. Konkret soll der digitale Binnenmarkt in der Konsequenz zu niedrigeren Transaktionskosten, besserem Informationsfluss und -zugang und einer verbesserten Ökobilanz führen. Um administrativen und finanziellen Vorschriften zu entsprechen und Zugriff auf Informationen und Inhalte jederzeit, überall und mit jedem Endgerät

zu ermöglichen, bieten Unternehmen und Behörden immer umfassendere Dienste zunehmend auf mobilen Plattformen an. Ein rechtlicher Rahmen ist hierbei unerlässlich. Dies umfasst den Schutz von Privatsphäre und personenbezogenen Daten, Computer- und Netzsicherheit sowie Netzneutralität.

Rechtgrundlage: Artikel 4 Absatz 2 Buchstabe a, Artikel 26, 27, 114 und 115 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV)

Umfrage zum elektronischen Bezahlen in der Verwaltung

Effizienz und Bürgerkomfort durch E-Geld

Der alte Ausweis ist nicht mehr gültig, das neue Auto muss zugelassen werden und der Wohnungswechsel sollte der Stadt rechtzeitig mitgeteilt werden. Der Gang zum Amt ist meist mehr Pflicht als Kür.

Und doch: Ohne die zahlreichen Dienstleistungen der Kommune würde unser Alltag nicht so reibungslos funktionieren. Dass jedoch auch der Komfort beim Behördengang eine große Rolle spielt, haben moderne Kommunen längst erkannt. So ist vielerorts in der Verwaltung bereits elektronisches Bezahlen möglich. Und auch in Zukunft wird Bargeld weiter aus der Kommune verdrängt – so prophezeien es 71 kommunal Verantwortliche in einer Umfrage im Auftrag des Deutschen Städte- und Gemeindebundes e.V. und der Initiative GeldKarte e.V. vom Oktober und November 2014.

Rund zwei Drittel der Befragten geben an, dass bargeldloses Bezahlen in ihrer Kommune bereits möglich ist. Und auch unabhängig von den Öffnungszeiten der Verwaltungen können Bürger viele Services nutzen: Etwa zwei Drittel der Dienstleistungen in Bürgerämtern sind schon heute online nutzbar. Ist die Leistung kostenpflichtig, wird der Gang zum Amt meist dennoch nötig; online auch zu bezahlen ist bislang nur selten (13 Prozent) möglich.



Beliebteste Bezahlmöglichkeit

Vor Ort in den Bürgerämtern ist nach der Barzahlung bereits heute die Zahlung per girocard die zweitgängigste Methode. Doch auch wenn Bargeld am häufigsten eingesetzt wird, ist es bei Kassenpersonal und Bürgern auf der Beliebtheitsskala nicht auf Platz eins. Mit deutlichem Abstand macht hier auf beiden Seiten die girocard das Rennen: So denken 38 Prozent der Befragten, dass ihr Kassenpersonal girocard-Zahlungen bevorzugen würde, und sogar 49 Prozent gehen davon aus, dass die girocard bei den Bürgern unter allen abgefragten Bezahlmöglichkeiten – Bargeld, girocard, Überweisung, Lastschrifteinzug, Kreditkarte und GeldKarte – am beliebtesten ist. Sinnvoll finden die Befragten zudem den Einsatz von bargeldlosem Bezahlen vor allem in Büchereien, Schwimmbädern, am Parkscheinautomaten und im Öffentlichen Personennahverkehr. 78 Prozent der Befragten sind sich einig, dass bargeldloses Bezahlen den bürokratischen Aufwand reduziert. E-Geld gibt der kommunalen Verwaltung nach Meinung von 65 Prozent der Verantwortlichen zudem ein moderneres Image. Weiterhin werden von 62 Prozent die Möglichkeit zur Online-Abwicklung sowie geringere Bargeldhandlingkosten (59 Prozent) positiv bewertet.

„Bargeld ist teuer – das wissen auch die Kommunen. Bargeldlose Bezahlssysteme werden sich in Zukunft durchsetzen“,

bewertet Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. die Umfrage.



Neben dem Allround-Talent punkten vor allem die Kleinbetragspezialisten GeldKarte und girogo. Zwar kannten knapp zwei Drittel vor der Umfrage die Möglichkeiten des Chips in der Schulverpflegung nicht, zeigten aber spontan Interesse am Einsatz. Auch die finanzielle Bezuschussung bedürftiger Familien mit der GeldKarte findet die Mehrheit der Befragten sinnvoll: Rund 61 Prozent planen kurz-, mittel- oder langfristig die Abwicklung von Sozialleistungen mit einem elektronischen Bezahlssystem wie der GeldKarte.

Zukunftstrend E-Geld

Deutlich wird auch die Technikaffinität vieler kommunal Verantwortlicher. 59 Prozent kennen bereits kontaktloses Bezahlen und schon mehr als zwei Drittel können sich den Einsatz in der Kommune vorstellen. Mobile Payment scheint hingegen aktuell noch wenig Relevanz zu haben: Nur drei Prozent der Kommunen nutzen es und vier Prozent planen die Nutzung. Die Zukunftsaussichten von Scheinen und Münzen stufen die Befragten als gering ein: Im Jahr 2025 werden laut Umfrage girocard-Zahlungen, gefolgt von Mobile Payment und Kontaktlos-Zahlungen, zu den beliebtesten Bezahlmethoden gehören. Das ist laut Franz-Reinhard Habel, Pressesprecher des Deutschen Städte- und Gemeindebundes e.V., auch die Quintessenz der Umfrageergebnisse: „Kommunen müssen sich zukunftsfähig aufstellen – dazu gehört unbedingt auch, eine Infrastruktur für bargeldlose Bezahlssysteme bereitzustellen.“ ■

Bereits seit
2004
ein Erfolg!



GASTBEITRAG

RudolstadtCard

Die Erfolgsgeschichte einer Bonuskarte

Der Stadtring Rudolstadt e.V., die Volksbank Saaletal eG und die Energieversorgung Rudolstadt GmbH setzten im Juni 2004 eine gute Idee in die Tat um, die sich bis heute in Rudolstadt hervorragend etabliert hat und die für viele Händler, Gastronomen, Dienstleister und Kunden zur Selbstverständlichkeit geworden ist. Damals und noch heute sprechen drei gewichtige Gründe für eine Teilnahme: Die RudolstadtCard auf Basis der GeldKarte fördert die regionale Identität, hält und verstärkt die Kaufkraft in Rudolstadt und schafft einen attraktiven Mehrwert für die Kunden.

39 Akzeptanzstellen hat die RudolstadtCard mittlerweile in Rudolstadt und im Umland – in den Bereichen Mode, Gesundheit, Technik & Bauen, Automobile & Service, Kultur & Freizeit, Schlemmen & Genießen, Blumen & Pflanzen sowie Dienstleistungen. Sie machen die RudolstadtCard einzigartig und den Stadtring Rudolstadt e.V. als Systembetreiber natürlich stolz. Dank der breit aufgestellten Basis können attraktive Rabatte sofort auf die Karte eines Kunden aufgebucht und diese geldwerten Punkte beim Einkauf wieder eingelöst werden – getreu dem Slogan: „Punkten zahlt sich aus!“

Bereits der Start der RudolstadtCard war erfolgreich. Das System weckt die Sammelleidenschaft, und schnell fanden sich Händler, die teilnehmen wollten. Durch den Stadtring erhielten sie umfassende Schulungen zur Chipkarte und den Lesegeräten. Mit großer Begeisterung wurden kleinere Anfangsprobleme mit der Hardware schnell behoben. Bereits vier Monate nach der Einführung waren schon 400 Karten im Umlauf. Dank des hervorragenden Starts wurde Rudolstadt bereits 2005 als Austragungsort der bundesweiten CityCard-Conference ausgewählt.

Entscheidend war von Anfang an das Engagement der Energieversorgung Rudolstadt GmbH (EVR). Als örtlicher Energieversorger hat sich die EVR bewusst dafür entschieden, Verantwortung für die Region zu übernehmen und die Kaufkraft in Rudol-

stadt zu binden. Von Anfang an ist sie mehr als nur eine Akzeptanzstelle, sondern zugleich Multiplikator, Förderer und Kommunikator der Bonuskarte. Ohne die Beteiligung der EVR hätte die BonusCard ihr heutiges Niveau wahrscheinlich nicht erreicht.

Die RudolstadtCard hat sich mehr als bewährt, sie ist fester Bestandteil des Rudolstädter Händler-Konzeptes. Seit über 10 Jahren können unsere Kunden ihre Jahresrechnungen für Strom, Erdgas und Wärme bepunkten lassen. Inzwischen haben wir so schon für über 50.000 Rechnungen mehr als 130.000.000 Bonuspunkte vergeben. Das zahlt sich für die Kunden aus, zum Beispiel beim nächsten Einkauf.

Zum zehnten Geburtstag wurde 2014 im Rahmen eines verkaufsoffenen Sonntags auf dem Rudolstädter Marktplatz groß gefeiert. Neben einem unterhaltsamen Bühnenprogramm und einem attraktiven Gewinnspiel präsentierten sich die Mitglieder mit Ständen und Aktionen in der Innenstadt. Mit dabei waren auch namhafte ortsansässige Unternehmen und RudolstadtCard-Neueinsteiger, wie die traditionsreiche Nestler-Mühle, die überregional agierende Herzgut-Landmolkerei sowie die Autohäuser Rinnetal und Riviera. Auch der neueste Werbe-Coup präsentierte sich in seiner vollen Schönheit. Ein extralanger Bus der KomBus GmbH dient seit damals als fahrende Werbefläche des Rudolstädter Kundenbindungssystems.

Auf der inzwischen mehr als zehnjährigen Erfolgsgeschichte ruhen sich die Mitstreiter der RudolstadtCard keinesfalls aus. Neue Werbemaßnahmen, Veranstaltungen wie verkaufsoffene Feiertage oder lange Einkaufsnächte sowie die Akquise weiterer Akzeptanzstellen stehen auf dem Plan. ■

- Mehr als zehn Jahre in Betrieb
- Aktuell 39 Akzeptanzstellen
- Über 7.000 gültige Karten im Umlauf
- 3.000 Karten allein nur von der Energieversorgung Rudolstadt GmbH ausgegeben
- 60 Prozent aller abgelaufenen Karten wurden von der Energieversorgung Rudolstadt kostenlos umgetauscht

www.rudolstadtcard.de



Christian Engel

Seit 2005 bei der Energieversorgung Rudolstadt GmbH als Leiter Vertrieb Handel/Marketing tätig. Nach seinem Abschluss an der FH Erfurt als Diplom-Ingenieur Versorgungstechnik war er von 1999 bis 2005 als Energieberater in der Schweiz tätig.

Zugleich ist Herr Engel Vorstandsmitglied im Stadtring Rudolstadt e.V.

Chip im Schulrestaurant

Beste Wahl für Schüler und Schule

In der Schule lernen Kinder Grundlagen wie das 1x1 oder das ABC. Aber auch der Umgang mit Geld will für das Leben gelernt sein. Welcher Ort, wenn nicht die Schule, eignet sich dafür? Beim täglichen Mensaeessen geht das fast schon nebenbei. Ein elektronisches Bezahlsystem wie das von GeldKarte und girogo sorgt für eine kindgerechte Lösung, sicher und einfach. Der Chip hilft zudem bei der Organisation an der Kasse und sorgt mit kurzen Warteschlangen für zufriedenes Lächeln!

GeldKarte im Einsatz

Deutschlandweit nutzen bereits mehr als 420 Schulen die GeldKarte oder girogo. Infos und Erfahrungen finden Sie unter www.initiative-dz.de/projekte/schulverpflegung/schulen.



Der Chip bildet

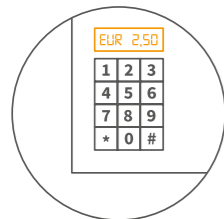
Bezahlen mit elektronischem Geld wird immer selbstverständlicher – und das will gelernt sein. Mit der GeldKarte und mit girogo lernen Kinder im behüteten Umfeld der Schule und mit der Sicherheit des Prepaid-Systems der Deutschen Kreditwirtschaft, mit elektronischem Geld umzugehen. Mit Unterstützung der Eltern kümmern sie sich immer eigenständiger darum, Guthaben aufzuladen und Ausgaben zu kontrollieren. Drei Viertel der Fünft- bis Achtklässler begrüßen es, so in elektronisches Bezahlen eingeführt zu werden.*

Die girogo-Funktion erlaubt, an autorisierten Terminals kontaktlos vom Prepaid-Guthaben auf dem Chip zu bezahlen – nur durch Vorhalten der Karte. Das nutzt etwa die Private Real- und Wirtschaftsschule Krauß in Aschaffenburg.

*Quelle: Repräsentative Online-Umfrage von EARSandEYES im Auftrag der Initiative GeldKarte e.V. vom Herbst 2013 unter 275 Schülern und 100 Lehrern.

Und so funktioniert's:

Mit dem Chip ist das elektronische Bezahlen kinderleicht. Das System ist flexibel und lässt sich auf die Bedürfnisse der Schule sowie der Kinder anpassen. Das Bezahlen selbst lernen die Kinder schnell. Und so kann es z. B. funktionieren:



1.

Tagesessen per Nummertasten auswählen und mit OK bestätigen. Der Preis wird angezeigt.



2.

Zum Bezahlen GeldKarte einstecken oder girogo-Karte vorhalten, der Betrag wird abgebucht und das Restguthaben angezeigt.



3.

Den ausgedruckten Bon aus dem Drucker nehmen.



4.

Den Bon an der Essensausgabe abgeben.

Vorteile für Schulen und Caterer

Das gemeinsame Mittagessen stützt die Schulgemeinschaft und ist gerade bei Nachmittagsunterricht essentiell. Doch für die Schule bedeutet es auch Kosten- und Organisationsaufwand. So können GeldKarte und girogo dabei helfen:

KOSTENERSPARNIS

Bargeldhandling kostet Zeit und Geld. Die GeldKarte bietet eine kostengünstige, sichere Alternative mit Zahlungsgarantie.

HYGIENE

Bargeld wandert durch viele Hände. Die eigene Karte muss ein Kind nie aus der Hand geben.

BARGELDFREIE SCHULE

Bargeld kann häufig zu Konfliktsituationen führen oder geht verloren. Die eigene GeldKarte findet leichter zurück zum Eigentümer.

SCHNELLERE ABLÄUFE

Die Kinder bestellen ihr Essen im Voraus und bezahlen schnell, ohne Kramen nach Münzen. Mensaabläufe können wesentlich verbessert und Warteschlangen verkürzt werden.

REDUZIERTER ÜBERSCHUSSMENGEN

Dank Vorbestellung kann der Caterer gezielt einkaufen, was wirklich benötigt wird.

Vorteile für Eltern und Schüler

Leckeres und gesundes Essen ist eine Grundvoraussetzung. Aber erst gute Organisation stimmt Kinder und Eltern so richtig glücklich. Damit steht einem erfolgreichen Nachmittag mit Mathe, Sport und Geschichte nichts mehr im Wege:

IMMER DAS WUNSCHESSEN

Dank Vorbestellung erhält jedes Kind stets sein Lieblingsgericht. Und die Eltern können sicher sein, dass das Mittagsgeld wirklich in der Mensa landet.

MEHR ZEIT FÜR DIE PAUSE

Verbesserte Abläufe und schnelleres Bezahlen verkürzen die Wartezeiten in der Mensaschlange. Das heißt mehr Zeit zum Essen, Erholen und für Freunde.

SOZIALE GLEICHSTELLUNG

Die GeldKarte ermöglicht diskrete Subventionierung sozial benachteiligter Schüler.

SICHERER UMGANG MIT ELEKTRONISCHER BEZAHLUNG

Die Sicherheit des Prepaid-Systems erleichtert Kindern im behüteten Umfeld der Schule den Umgang mit elektronischem Geld.

MULTIFUNKTIONALITÄT

Neben der Bezahlung kann die GeldKarte auch als Schul-ID, Kopierkarte oder Bibliotheksausweis verwendet werden.



Komfort beim Stadtbummel beginnt schon im Parkhaus

Parken mit GeldKarte und girogo



Seit langem schon können wir in Deutschland die zunehmende Urbanisierung beobachten. Das Leben auf dem Land scheint heute immer weniger attraktiv. Kleinstädte und Dörfer sehen viele Menschen nur noch als Urlaubsregion. In den Städten hingegen lockt das vielfältigere Warenangebot, das dicht gedrängt, Tür an Tür nur darauf zu warten scheint, gekauft zu werden. Und so zieht es regelmäßig auch die Bürger aus kleineren Gemeinden in die Innenstädte Deutschlands. Das stellt die Parkraumbewirtschaftung vor enorme Herausforderungen. Um mit den Massen an Besuchern umgehen zu können, ist modernste Technik in Parkhäusern nötig. Doch es geht nicht nur um das nüchterne Handling der Besucherströme. Konkurrenz droht den Geschäften auch aus dem Internet: Wenn der Einkauf per Klick komfortabler wird als an der Ladentheke und auch das Einkaufserlebnis im Geschäft vor Ort ausbleibt, wandern immer mehr Kunden ins Internet ab. Um gegenzusteuern sind nicht nur ein vielfältiges Warenangebot, Service in den Geschäften und eine attraktive Innenstadt nötig. Auch die Parkhausbetreiber tragen einen großen Teil zum Komfort bei – denn zum Einkaufserlebnis gehört vor allem auch die An- und Abreise. Breite Parkplätze, besonders mit schräger Einfahrt, ein gutes Parkleitsystem im Parkhaus und nicht zuletzt das Bezahlen sind wichtige Kriterien im Parkhaus.

Die Parkhaus-Betriebsgesellschaft in Frankfurt bewirtschaftet rund 16.000 Parkplätze für jährlich rund 6,7 Millionen Kurzparker. Das Unternehmen setzt bereits seit 1997 auf die GeldKarte. Mit der Check-in-check-out-Lösung registrieren sich Kunden bereits bei der Einfahrt an der Schranke mit ihrer geladenen GeldKarte. Der Kunde benötigt kein extra Parkticket. Nach dem Einkauf müssen die Kunden keinen Zwischenstopp beim Kassensystem einlegen und dort Einkaufstaschen und Münzen balancieren. Denn das Bezahlen erledigen sie direkt an der Ausfahrtsschranke. Dort wird die genaue Parkdauer ermittelt und der genaue Parktarif direkt vom GeldKarte-Guthaben abgerechnet. Schnell, sicher und bequem. Seit November 2014 bietet das Unternehmen noch einen weiteren modernen Service: Am Kassensystem können Kunden nun mit girogo-Funktion bezahlen.

„Mit GeldKarte und girogo bieten wir unseren Kunden mehr Komfort beim Parken und sorgen so dafür, dass auch das Parken zu einem möglichst entspannten Tag in der Stadt beiträgt.“

Michael Bachmann, Geschäftsführer der Parkhaus-Betriebsgesellschaft.

Von girogo und GeldKarte profitiert natürlich auch die Parkhausgesellschaft. Eine Online-Anbindung der Zahlungsterminals ist dank des Prepaid-Systems nicht nötig. Und die Transaktionsgebühren sind konkurrenzlos günstig – für Beträge bis fünf Euro ist nur ein Cent fällig. Alle Umsätze sind garantiert: Sie werden dem Betreiber innerhalb eines Bankarbeitstages nach dem Einreichen auf sein Konto gutgeschrieben.

Diese Vorteile hat auch die union-boden GmbH erkannt. Das Unternehmen betreibt unter der Marke „cityparken Hannover“ sieben Innenstadtparkhäuser und Tiefgaragen in unmittelbarer Nähe zu Fußgängerzonen, Veranstaltungsorten und der Altstadt. In ihrem Parkhaus in der Osterstraße bietet die union-boden ihren Kunden die Möglichkeit, mit dem Prepaid-Guthaben auf dem Chip zu zahlen. Im Herzen von Hannover, wo girogo im April 2012 startete, setzen die Betreiber natürlich auf kontaktloses Zahlen. „Wir legen sehr viel Wert auf komfortables Parken. Unsere Parkhäuser Osterstraße und Schmiedestraße sind nach neuesten Erkenntnissen modernisiert und saniert worden“, sagt Sieglinde Lohrey-Harré, Prokuristin bei union-boden. „Und dazu gehört selbstverständlich auch komfortables Bezahlen.“ Mit GeldKarte und girogo reduziert sich nicht nur das Bargeldaufkommen in den Automaten. Auch

Probleme mit Scheinen und Münzen, die der Automat nicht annimmt, gehören der Vergangenheit an. Zudem sind verklebte Automatenöffnungen bei kontaktlosem Bezahlen mit girogo kein Problem mehr. ■

NEU: Seit März 2015 parken Kunden in der Tiefgarage unter dem Rheydter Marktplatz in Mönchengladbach besonders komfortabel mit girogo, auch im Check-in-check-out-Verfahren.

Was macht eine Stadt lebenswert? Gute Arbeitsplätze natürlich, und spannende Möglichkeiten für die Freizeitgestaltung. Auch die Bildungseinrichtungen sind entscheidend. Besonders wichtig ist aber auch die Infrastruktur, die den Bürgern ermöglicht, schnell an ihrem Ziel anzukommen – ob mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln.



Allensbach Umfrage Lebensqualität durch Mobilität

Die GeldKarte ist im kommunalen Raum ein beliebtes Zahlungsmittel: In der Parkraumbewirtschaftung und im öffentlichen Nahverkehr sorgt sie für Komfort und damit ein weiteres Plus an Lebensqualität. Der Chip birgt damit großes Potenzial für moderne, städtische Mobilitätskonzepte. Das ist das Ergebnis einer Studie, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative GeldKarte e.V. im Juli 2014 durchgeführt hat. Befragt wurden 1.520 deutsche Bürgerinnen und Bürger ab 16 Jahren.

Je geringer der Aufwand beim Parken oder Ticketkauf, desto besser für die Bürger. Sie schätzen einfache Abläufe, im öffentlichen Nahverkehr genauso wie im Individualverkehr. Das gilt natürlich auch für das Bezahlen von Fahrscheinen und Parkgebühren. Und hier punktet der goldene Chip: 56 Prozent der Nutzer finden, dass die GeldKarte das Bezahlen im öffentlichen Nahverkehr erleichtert. Weitere 59 Prozent der befragten Nutzer finden es hilfreich, im Alltag auch an Parkscheinautomaten auf Parkplätzen oder in Parkhäusern mit der GeldKarte

bezahlen zu können. Die Hälfte der Anwender würde es darüber hinaus begrüßen, mit der GeldKarte auch an der Tankstelle bezahlen zu können. Und auch das ist keine Zukunftsmusik: Mit girogo können Kunden bereits an zahlreichen Tankstellen deutschlandweit Beträge bis 20 Euro kontaktlos vom Prepaid-Guthaben auf dem Chip der girocard bezahlen. Das funktioniert z. B. an den Stationen von Esso, Go, Sprint und an Oil-Tankstellen.

Im Zuge der demographischen Entwicklung benötigen Städte und Gemeinden neben dem ÖPNV und der Infrastruktur für den klassischen Individualverkehr aber auch Lösungen für die anstehenden Herausforderungen. So werden etwa Car-Sharing und Elektromobilität in Zukunft an Bedeutung gewinnen. In diesem Zusammenhang bietet die GeldKarte großes Potenzial: 92 Prozent derjenigen, die an Mobilitätsangeboten wie Car-Sharing Interesse haben und die GeldKarte bereits nutzen, halten es für eine interessante Alternative, diese Angebote mit der GeldKarte zu bezahlen. Auf die bisher übliche Registrierung

beim Anbieter könnte damit verzichtet werden. „Nachhaltige Mobilität, einfache Bezahlabwicklung für die Kommune und echte Zeitersparnis für die Bürger – der goldene Chip hat für die grüne Zukunft der Kommune echtes Potenzial“, findet auch Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Mit der GeldKarte und girogo bietet die Deutsche Kreditwirtschaft zahlreiche Möglichkeiten, die Prepaid-Funktion der girocard ganz ohne die Notwendigkeit einer Online-Verbindung zu nutzen. Die Potenziale der Karte gehen aber deutlich weiter: Auch das Bezahlen in der Verwaltung ist möglich und kommt bei den Nutzern an. Ein Drittel der GeldKarte-Nutzer hält den Einsatz der GeldKarte bei Behördengängen für sinnvoll. Noch schneller geht es kontaktlos mit girogo. Hier finden sogar 41 Prozent der potenziellen girogo-Nutzer, dass es eine Hilfe wäre, wenn sie mit girogo im Rathaus oder Landratsamt bezahlen könnten. ■

Was die Entscheidungsträger in den öffentlichen Verwaltungen zum Thema Bezahlen sagen, lesen Sie auf den **Seiten 34–35**. In einer gemeinsamen Studie mit dem Deutschen Städte- und Gemeindebund hat die Initiative GeldKarte den Ist-Zustand, Potenziale und Wünsche in den deutschen Verwaltungen erforscht.

Nie wieder Däumchen drehen in der Imbisschlange

GeldKarte und girogo im Stadion

Rom ist nicht an einem Tag erbaut worden. Geduld gilt in Sprichwörtern als große Tugend.

Beinahe scheint es, wer mit genügend Ausdauer wartet, könne alles erreichen. Doch im Stadion ist die Geduld am Ende ihrer Weisheit – denn wie schon Sepp Herberger wusste: „Der Ball ist rund und das Spiel dauert 90 Minuten.“ Und wenn die Schlangen an Snack- und Getränkeständen ins Unermessliche wachsen, beginnt der nächste Spielabschnitt, während unzählige Fans noch warten. Abhilfe schafft ein elektronisches Bezahlsystem wie das von GeldKarte und girogo.



GeldKarte und girogo bieten im Stadion:

Bezahlen, Dauerkarte, E-Ticket, Mitgliedsausweis und Rabatt- bzw. Couponingsystem: Mit der eigenen Fankarte sind Fans damit für den Stadionbesuch rundum gerüstet. Und wer keine Fankarte besitzt, bezahlt einfach mit der eigenen girocard mit GeldKarte- oder girogo-Funktion.

Offenes System – Fair Play beim Bezahlen

Die GeldKarte und girogo bieten ein offenes System: Neben den Stadionkarten im Vereinsdesign können Fans mit Pfandkarten oder der eigenen girocard mit geladenem Chip bezahlen.

→ Ungenutztes Guthaben muss nicht bis zum nächsten Stadionbesuch als Schlummergröschchen auf der Karte verbleiben: Fans können damit an allen 420.000 GeldKarte-Akzeptanzstellen in Deutschland bezahlen, z. B. im ÖPNV vieler Städte oder beim Parken. Und bei Karten mit girogo-Funktion auch an allen girogo-Akzeptanzstellen.

Schnell und bequem für die Fans

Mit GeldKarte oder girogo zahlen, heißt mehr vom Spielgeschehen erleben:

- Schnelles, einfaches und bequemes Bezahlen, kein Kleingeldkramen, kein Wechselgeld.
- Mehr Hygiene am Imbiss: Die Karte bleibt beim Fan.
- Schneller und sicherer Zutritt dank E-Ticket.
- Alles auf einer Karte: Bezahlen, E-Ticket, ggf. Mitgliedsausweis und Rabatt- / Couponingsystem.
- Verbleibendes Restguthaben auch außerhalb des Stadions nutzbar.
- Einfaches Laden im Stadion, online über geldkarte-laden.de oder bei girocards am Geldautomaten.
- Fairness für alle: Gästefans können statt einer Pfandkarte ihre girocard nutzen.

Wirtschaftlich und praktisch für Stadionbetreiber

Zufriedene Fans kommen wieder und auch sonst zahlen sich GeldKarte und girogo voll aus.

- Mehr Umsatz durch schnelleren Abverkauf und kürzere Warteschlangen.
- Weniger Kosten für Bargeldhandling.
- 100 % Zahlungsgarantie und schnelle Gutschrift innerhalb eines Bankarbeitstages nach Einreichung der Umsätze.
- Schnelle und sichere Bezahltransaktionen durch Offline-Abwicklung.
- Faire Gebührenstaffelung: maximal 3 Cent für Transaktionen bis 20 Euro.
- Transparente Kassenabwicklung, Überblick über die Umsätze auch während des Spielbetriebs.
- Effiziente Abläufe: schnellerer Einlass mit E-Ticket für mehr Zeit im Stadion.

→ Vielzahl an Lademöglichkeiten: z. B. vor Ort gegen Bargeld, online über geldkarte-laden.de, im Fanshop oder über das eigene Shop-System.

Noch mehr Zeit sparen mit der eigenen girocard

Wer die eigene girocard mit Prepaid-Funktion nutzt, kann Guthaben schon vorab am Geldautomaten laden und spart sich im Stadion den Gang zur Ladestation und die Rückgabe der Karte nach dem Spiel, was besonders Gäste-Fans Zeit spart.

Fanfreundlichkeit: Geprüft und bestätigt



In der Ausgabe 2/2015 der Zeitschrift test bewertet die Stiftung Warentest Stadionkarten in der 1. Fußballbundesliga. Ihr Ergebnis: Nur das offene System von GeldKarte und girogo punktet.

Auf die GeldKarte bzw. girogo setzen bereits:

- 1. FSV Mainz 05
- VfL Gummersbach
- FC Ingolstadt 04
- FRISCH AUF! Göttingen*
- Bayer 04 Leverkusen
- Fischtown Pinguins Bremerhaven
- VfL Wolfsburg
- Kölner Haie*
- 1. FC Köln*

Gebündelte Infos für Stadionbetreiber, Caterer und Vereine zum Stadioneinsatz von GeldKarte und girogo gibt es im Stadionflyer.

<https://www.geldkarte.de/geschaeftskunden/einsatzgebiete/>

*U. a. GeldKarte- bzw. girogo-Zahlung möglich.

Die Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte e.V.

Durch Information und Kooperation zur bargeldlosen Kommune

Am Parkautomaten, im Bürgeramt oder in der Schulkantine ganz ohne Bargeld bezahlen: Kommunale Zukunftsmusik oder bereits bewährte Praxis? Vertreter aus den Stadtverwaltungen von Jena und Ludwigsburg, vom Deutschen Städte- und Gemeindebund sowie von den Unternehmen S-Card Service und stadtraum diskutierten auf der neunten Jahresveranstaltung der Initiative GeldKarte e.V. die Integration der Chiptechnologie in den kommunalen Alltag.



„Die Balance von kundenfreundlichen Bezahlverfahren und geringen Transaktionskosten wird immer wichtiger“, betonte Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e.V. Für die Kommunen ist das eine Herausforderung. Es bedarf technologischer Neuerungen und einer entsprechenden Infrastruktur, um Abläufe zu vereinfachen und zu beschleunigen. Gleichzeitig müssen Qualität und Sicherheit gewährleistet sein. Laut Franz-Reinhard Habel, Pressesprecher beim Deutschen Städte- und Gemeindebund, sind dafür Konzepte nötig, die Bürger und Verwaltung gleichermaßen entlasten. Die Chiptechnologie kann ein Türöffner für spannende Projekte in der Kommune sein – das zeigt sich auch in

der Praxis: „Die Nachfrage ist groß, zum Beispiel in der Parkraumbewirtschaftung, bei Bus und Bahn oder in Bürgerämtern“, so Kay Heidemann, Leiter Projektmanagement und Produktentwicklung der S-Card Service GmbH. Die Initiative unterstützt bei der Vernetzung zwischen Politik und Wirtschaft. Darin sieht Vorstandsvorsitzender Ingo Limburg eine zentrale Aufgabe: „Oft weiß die Wirtschaft gar nicht, was die Politik braucht. Und die Politik weiß nicht, was die Wirtschaft bereits kann.“

Prominente Unterstützung für die Nutzung der GeldKarte in der Kommune und den „Bürgerservice auf dem Chip“ kam von Annette Sawade, MdB und u. a.

Vorsitzende des Unterausschusses Kommunales des Deutschen Bundestages. Die SPD-Politikerin appellierte in ihrer Keynote an die Kommunen und wünschte sich von deren Vertretern mehr Offenheit für technologische Innovationen: „Gerade bei Behördengängen wäre es sinnvoll, über die GeldKarte Gebühren bis zu einer gewissen Höhe einzuziehen zu können. Auch ein wichtiger Sicherheitsaspekt – keine Geldkassetten mehr im Schreibtisch.“

Jena und Ludwigsburg gehen mit bargeldlosem Beispiel voran

Wie weit das Konzept „Bargeldlose Kommune“ mancherorts bereits fortgeschritten ist, zeigten Praxisbeispiele aus Jena



und Ludwigsburg. „Die GeldKarte hat beim Einsatz in der Schulverpflegung und bei der sozialen Subventionierung, aber auch beim Parken bewiesen, dass sie für die Kommune und die Bürger praktisch ist. In Ludwigsburg ist das Konzept ‚Alles auf eine Karte‘ aufgegangen“, resümierte Michael Lämmermeier, Abteilungsleiter im Fachbereich Bildung, Familie und Sport der Stadt Ludwigsburg. Auch Frank Jauch, Finanzdezernent der Stadt Jena, berichtete von positiven Entwicklungen; die JenaBonus-Card auf Basis des GeldKarte-Systems wurde erfolgreich in den öffentlichen Personennahverkehr integriert. Jauch lobte dabei vor allem die regionalen Partner, ohne deren Kooperationsbereitschaft und Engagement ein solches Projekt nicht zu realisieren gewesen wäre.

Auch für das Stromtanken von Elektroautos ist die GeldKarte eine gute technische Lösung. Denn anders als geschlossene Systeme wie Kundenkarten von Stadtwerken ist der goldene Chip deutschlandweit verbreitet und sofort und ohne extra Registrierung einsatzbereit.

Trotz fortlaufender Weiterentwicklungen und der großen Nachfrage – manchmal hakt es noch im kommunalen Getriebe. „Für uns ist die Akzeptanzfrage die

größte Herausforderung, sowohl bei der GeldKarte, als auch bei der Elektromobilität als Ganzes. Hier ist verstärkte Aufklärungsarbeit zu leisten“, so Thomas Fischer, Project Manager eMobility bei stadtraum. Auch für die weitere Arbeit der Initiative Deutsche Zahlungssysteme ist das ein wichtiger Ansatzpunkt.

Der parlamentarische Abend zeigte, dass moderne Chiptechnologie zweifelsohne eine Bereicherung für die Kommunen darstellen kann und zu einer Entlastung auf vielen Ebenen beiträgt – zeitlich, finanziell und personell. Wenn Angebot und Nachfrage stimmen und dennoch Stillstand herrscht, müssen Zuständigkeiten geklärt und Initiatoren identifiziert werden. Wollen Kommunen also in Zukunft von Zeit- und Kostenersparnissen profitieren und ihren Bürgern gleichzeitig eine größere Mobilität und Diskretion ermöglichen, so müssen sie in zweierlei investieren: Kooperation und Aufklärung. ■

„Die Balance von kundenfreundlichen Bezahlverfahren und geringen Transaktionskosten wird immer wichtiger“;

betonte Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative GeldKarte e.V.

Neuigkeiten



BMJV: Broschüre zum elektronischen Bezahlen

Seit August 2014 informiert die Broschüre „Bargeldlos bezahlen“ des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz über bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten im Geschäft vor Ort, im Internet und im Ausland. Das Bundesministerium stellt darin anschaulich dar, mit welchen Zahlungsmitteln Kunden bezahlen können, welche Voraussetzungen bestehen und wie das Bezahlen jeweils funktioniert. Erklärt wird darin auch die girocard sowie die

Prepaid-Bezahlfunktionen der Deutschen Kreditwirtschaft: das kontaktbehaltene Zahlen mit der GeldKarte



und das kontaktlose Bezahlen mit girogo, nur durch Vorhalten der Karte.

Schulverpflegung: positive Eindrücke beim Vor-Ort-Termin mit Annette Sawade (MdB)

Gemeinsam mit der Bundestagsabgeordneten Annette Sawade war die Initiative GeldKarte im Mai 2014 zu Besuch in Schwäbisch Hall. In der Realschule Schenkensee konnten sich Verein und Politikerin gemeinsam einen Eindruck vom Mehrwert der GeldKarte in der dortigen Schulmensa verschaffen. Rektor Dieter Käßmann berichtete dabei von seinen positiven Erfahrungen mit dem elektronischen Bezahlsystem. In einer Diskussionsrunde mit Vertretern von Stadt und Sparkasse Schwäbisch Hall diskutierten die Teilnehmer positive Ent-

wicklungen durch das GeldKarte-System sowie weitere Einsatzmöglichkeiten auf kommunaler Ebene. Über die Schulverpflegung hinaus war auch die Bundstagsabgeordnete Annette Sawade interessiert an den GeldKarte-Lösungen, beispielsweise im ÖPNV und für soziale Subventionierung.

Trendreport von Verifone zum Wachstumsmarkt Self-Service

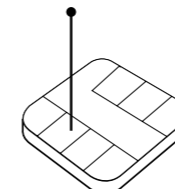
Ob im Parking, Public Vending, im Kanten-Operating, bei Behörden oder auch beim Ticketing – Kunden geben sich heute mit Münzzahlung im Self-Service kaum zufrieden. Überall dort, wo Zahlungen schnell, sicher und mit maximaler Verbraucherfreundlichkeit abgewickelt werden sollen, besteht entsprechend eine steigende Nachfrage nach ganz-

heitlichen Selbstbedienungs-Lösungen. Im Trend-Report „Wachstumsmarkt Self-Service“ bietet Verifone Integratoren und Betreibern Antworten auf Kernfragen rund um Self-Service-Module und Automaten-Terminals. Darin gibt das Unternehmen wichtige Informationen zu Anforderungen, Entwicklungen und Lösungen.

Vorjahr ein leichtes Plus von rund einem Prozent. Sowohl GeldKarte als auch girogo konnten sich zudem über namhaften Zuwachs im Akzeptanzstellennetz freuen. So rüstete etwa im Bereich Mobilität die Chemnitzer Verkehrs-AG ihre Straßenbahnen mit der GeldKarte-Bezahlfunktion aus und der Rhein-Main-Verkehrsverbund implementierte das Bezahlen mit girogo-Funktion in seine erfolgreiche App.

Mit der Lanxess Arena ist seit Januar 2015 die größte deutsche Veranstaltungshalle und Heimspielstätte der Kölner Haie neu im Akzeptanzstellennetz. Der VfL Gummersbach ist in der Region Vorreiter beim Bezahlen. Der Handball-Traditionsverein setzt bereits seit August 2013 auf girogo.

2014

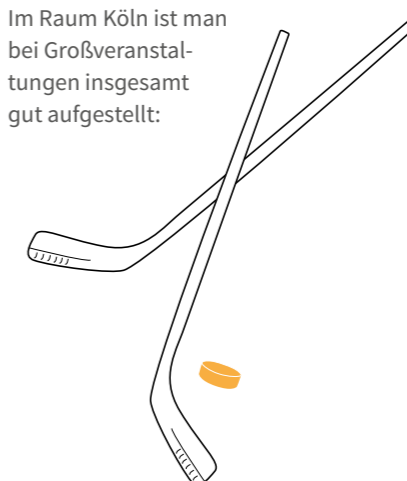


GeldKarte-Jahreszahlen

Die Stabilisierung der GeldKarte-Jahreszahlen, die bereits im Vorjahr zu beobachten war, setzte sich auch 2014 weiter fort. Wie die Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft zeigt, zahlten die GeldKarte-Nutzer 2014 rund 118 Millionen Euro mit dem Chip. Dafür luden die Bundesbürger mehr als 142 Millionen Euro auf ihre GeldKarten – im Vergleich zum

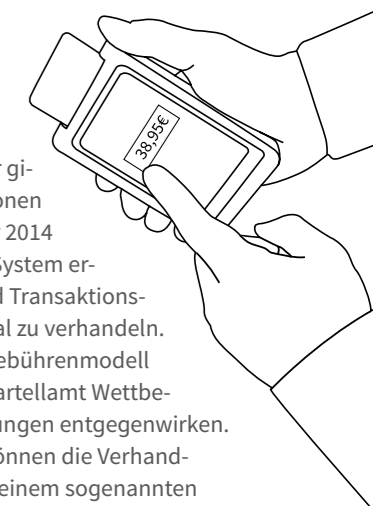
Sport und Event: neue Akzeptanzstellen

Die Stadionlösung von GeldKarte und girogo hat kräftig an Fahrt gewonnen. Mit den Fischtown Pinguins aus Bremerhaven setzt seit September 2014 der erste Eishockeyverein auf girogo als Stadionlösung. Und der 1. FC Köln hat passend zum Wiederaufstieg in die 1. Liga sein geschlossenes Stadionsystem abgeschafft. Seither kann auch im Rheinenergie-Stadion u. a. mit GeldKarte und girogo bezahlt werden. Im Raum Köln ist man bei Großveranstaltungen insgesamt gut aufgestellt:



Neuregelung der girocard-Gebühren

Das bisherige Gebührenmodell für girocard-Transaktionen ist seit November 2014 durch ein neues System ersetzt. Seither sind Transaktionsgebühren bilateral zu verhandeln. Mit dem neuen Gebührenmodell will das Bundeskartellamt Wettbewerbsbeschränkungen entgegenwirken. Stellvertretend können die Verhandlungen auch von einem sogenannten Händlerkonzentrator geführt werden. Dieser kann auch für mehrere Händler gemeinsam verhandeln, um bessere Konditionen zu erhalten.





Elektronisches Bezahlen in der Verwaltung

AKDB setzt auf das H5000 von Verifone

Der Wunsch bargeldlos zu bezahlen wächst in Deutschland stetig an. Das gilt, wie die Studie zum elektronischen Bezahlen ab Seite 24 dieser ProChip-Ausgabe zeigt, natürlich für den Einkauf im Geschäft. Das gilt aber auch für Behördengänge. Dem trägt die Anstalt für Kommunale Datenverarbeitung in Bayern (AKDB) Rechnung und bindet hierfür das mehrfach ausgezeichnete Hybridterminal H5000 von Verifone in ihr Kassensystem ein. In zahlreichen Gemeinden, Städten und Landratsämtern in ganz Deutschland können die Menschen damit künftig auch bargeldlos bezahlen. „Wir sind überzeugt, mit Verifone einen zuverlässigen Partner gefunden zu haben“, sagt Hermann Arndt, Leiter des Geschäftsfeldes Finanzwesen der AKDB.

Das Terminal H5000 ermöglicht unter anderem die kontaktbehafte Zahlung mit girocard und GeldKarte sowie das kontaktlose Zahlen mit girogo. Das Gerät unterstützt zudem die virtuelle Händlerkarte für girogo und GeldKarte. Im Gegensatz zur physischen Händlerkarte, die regelmäßig im Gerät getauscht werden muss, wird die virtuelle Händlerkarte im gleichen Tauschintervall als Datensatz aufgespielt und steht just in time zur Verfügung.

Als öffentlich-rechtliche Einrichtung in der Trägerschaft der kommunalen Familie unterstützt die AKDB als bundesweiter Marktführer Kommunen beim Einsatz von Informationstechnologie. Mit ihrer Entscheidung, bargeldlos Zahlen in der Kommune voranzutreiben, liegen

die Bayern voll im Trend: Der Deutsche Städte- und Gemeindebund und die Initiative GeldKarte haben im Oktober und November 2014 in einer bundesweiten Umfrage unter 71 kommunal Verantwortlichen herausgefunden, dass in rund zwei Dritteln der befragten Kommunen bargeldloses Bezahlen bereits möglich ist. Nach der Barzahlung ist die Zahlung per girocard die zweitgängigste Methode in Bürgerämtern. Mehr als zwei Drittel der Befragten können sich auch den Einsatz von kontaktlosen Bezahlssystemen vorstellen. ■

→ Weitere Studienergebnisse zum Bezahlen in der Kommune lesen Sie ab **Seite 34**.

Vorstellung neuer Mitglieder



Rhenus SE & Co. KG

Ab sofort setzt sich der weltweit operierende Logistikdienstleister Rhenus SE & Co. KG gemeinsam mit uns für die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft ein. Schon zuvor hat das Unternehmen mit innovativen Konzepten und Engagement die Entwicklung von neuen Automatenlösungen gefördert. Ein gutes Beispiel hierfür ist der von Rhenus Recycling, Feig Electronic und Sielaff entwickelte Pfandrücknahmeautomat mit girogo- und GeldKarte-Modul, mit dem das Pfandgeld direkt als Guthaben auf die Karte geladen wird – schnell und ohne Pfandbon. Das Konzept gefällt den Deutschen gut: In einer repräsentativen Online-Umfrage unter 1.000 Personen geben 67 Prozent an, dass sie dieses System gern nutzen möchten.* Praktisch und komfortabel für die Kunden, rentabel für die Automatenbetreiber. Gemeinsam für ein benutzerfreundliches Automaten-system – wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

*Umfrage vom August 2014 unter 1.000 Männern und Frauen zwischen 18 und 59 Jahren. Weitere Ergebnisse der Studie lesen Sie ab Seite 24.



Uwe Thomas Vending Consulting

Die Initiative hat mit der Uwe Thomas Vending Consulting einen neuen Vending-Experten als Mitglied gewonnen. Das 2009 gegründete Unternehmen unterstützt, berät und begleitet Lebensmittelhersteller und -verarbeiter, Großverbraucher-Services, Catering- und Operating-Unternehmen sowie Hersteller und Anbieter von Zahlungssystemen rund um das Thema „Gemeinschaftspflege“. Mit Markterfahrung und einem breit gefächerten Netzwerk unterstützt das Team Einsteiger aber auch Vending-Erfahrene bei der Analyse und Konzepterstellung vor Markteintritt oder Diversifikation. Seit über 10 Jahren befasst sich der Inhaber persönlich mit dem Thema bargeldlose Zahlungssysteme. Dieses Engagement bringt das Unternehmen nun in die Vereinsarbeit ein.

Impressum

Herausgeber

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

V. i. S. d. P.

Ingo Limburg

Kontakt

relatio PR GmbH · Steinsdorfstr. 2
80538 München
Tel.: 030 – 2 12 34 22 71
Fax: 030 – 2 12 34 22 99
nina.baum@relatio-pr.de · www.initiative-dz.de

Redaktion

Sandra Schubert, Nina Baum, Daniel Reichard,
Sarah Günther, Celina Lelle

Gastautoren

Karsten John, GfK
Jens Koeppen, Mitglied des Bundestages
Christian Engel, Energieversorgung Rudolstadt GmbH

Anzeigen

REINER SCT

Konzeption und Gestaltung

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

Produktion / Druck

H. Kunze GmbH und Partner KG
www.kunze-und-partner.de

Auflage

2.500 Stück
ProChip erscheint jährlich mit einer Schutzgebühr von 7,50 €

Bildnachweis

Verifone GmbH (S. 50), Birk Poßbecker (S. 3), GfK (S. 28),
Stefan Csevi (S. 33), Stadtring Rudolstadt e.V. (S. 37),
Mumbächer Fotografie (S. 16, 17, 30, 34, 35), iStock (S. 5, 7, 9,
12, 13, 32, 33, 36, 39, 40), gettyimages (S. 22), fotolia (S. 39),
Tobias Koch (S. 46, 47)

Vernetzt für einen bargeldlosen Alltag

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme möchte die Nutzung elektronischer Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft – aktuell sind das insbesondere die girocard und ihre Prepaid-Funktionen GeldKarte und girogo – bei Händlern und Verbrauchern fördern. Der Verein ist ein Netzwerk aus Unternehmen und Institutionen, welche die Bezahlverfahren akzeptieren oder die entsprechende Infrastruktur bereitstellen. Er moderiert neue Projekte und recherchiert zusätzliche Einsatzmöglichkeiten sowie potenzielle Akzeptanzpartner und fördert damit Innovationen.



→ Sie können sich als Mitglied, Partner, Premiumpartner oder Förderer in der Initiative Deutsche Zahlungssysteme engagieren. Weitere Informationen unter: www.initiative-dz.de

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
Ingo Limburg
ingo.limburg@eurokartensysteme.de

REINER SCT GmbH & Co. KG

Goethestr. 14
78120 Furtwangen
www.reiner-sct.com
Andreas Staiger
astaiger@reiner-sct.com

Premiumpartner:

B + S Card Service GmbH

Lyoner Str. 9
60528 Frankfurt/Main
www.bs-card-service.com
Jürgen Schneider
juergen.schneider@bs-card-service.com

Giesecke & Devrient GmbH

Prinzregentenstr. 159
81677 München
www.gi-de.com
Werner Strobl, werner.strobl@gi-de.com

Hoellinger GmbH

Eichenstr. 18, 65933 Frankfurt/Main
www.hoellinger.de
Albert Mager
albert.mager@hoellinger.de

Inform GmbH

Schulzendorfer Str. 112 a
13503 Berlin
www.inform.at
Franz Schraml
franz.schraml@kabelmail.de

Ingenico GmbH

Am Gierath 10, 40885 Ratingen
www.ingenico.com
Arne Meil, arne.meil@ingenico.com

SIZ GmbH

Simrockstr. 4, 53113 Bonn
www.siz.de
Thomas Krebs
thomas.krebs@siz.de

tobaccoland Automatengesellschaft mbH & Co. KG

Krahnenonk 121 a+b
41066 Mönchengladbach
www.tobaccoland.de
Paul Heinen
gabriele.aubert-siegers@tobaccoland.com

Verifone GmbH

Konrad-Zuse-Str. 19-21
36251 Bad Hersfeld
www.verifone.com
Dr. Martin Hausmann
martin.hausmann@verifone.com

Volksbank Mittelhessen eG

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

Partner:

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
Joachim Fontaine
joachim.fontaine@bdb.de

Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e.V. (BDTA)

Stadtwaldgürtel 44, 50931 Köln
www.bdta.de
Carsten Zenner
zenner@bdta.de

Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschland e.V. (VÖB)

Lennéstr. 11, 10785 Berlin
www.voeb.de
Michael Rabe
michael.rabe@voeb.de

CCV Deutschland GmbH

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

Cigaretten Ostermeier GmbH & Co. KG

Otto-Hahn-Str. 17
85521 Ottobrunn
www.ostermeier.de
Rudolf Ostermeier
ro@ostermeier.de

Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V. (DSGV)

Charlottenstr. 47, 10117 Berlin
www.dsgv.de
Hans-Dieter Lahmann
hans-dieter.lahmann@dsgv.de

Ernst Kühner e.K.

Neuer Weg 11, 96450 Coburg
www.zigarettenautomaten.com
www.ccc-coburg.de
Peter Ehrl
info@zigarettenautomaten.com

exceet Card AG

Senefelderstr. 10, 33100 Paderborn
www.exceet-card-group.com
Frank Ludwig
f.ludwig@exceet-group.com

Feig Electronic GmbH

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

Frankfurter Sparkasse

Neue Mainzer Str. 47-53
60255 Frankfurt/Main
www.frankfurter-sparkasse.de
Michael Mücke
michael.muecke@frankfurter-sparkasse.de

Gemalto GmbH

Mercedesstr. 13
70794 Filderstadt
www.gemalto.com
Dr. Christoph Siegelin
christoph.siegelin@gemalto.com

Partner (Fortsetzung):**Morpho Cards GmbH**

Konrad-Zuse-Ring 1, 24220 Flintbek
www.morpho.com
Christopher Goulet
christopher.goulet@morpho.com

Star Finanz GmbH

Sachsenfeld 4, 20097 Hamburg
www.starfinanz.de
Veronique Hoffmann
Veronique.hoffmann@starfinanz.de

VfL Wolfsburg Fußball GmbH

In den Allerwiesen 1, 38446 Wolfsburg
www.vfl-wolfsburg.de
Uwe Kämpfe
uwe.kaempfe@vfl-wolfsburg.de

Mitglieder:**2m Advertising GmbH**

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

Akay-Schwarz Consulting GmbH

Am Schieferberg 13, 65779 Kelkheim
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

brandmission

Hanauer Landstr. 196 A
60314 Frankfurt/Main
www.brandmission.com
Damir Tomas, tomas@brandmission.com

Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft e.V.

Universitätsstr. 5
50937 Köln
www.bdv-online.de
Dr. Aris Kaschafi
a.kaschafi@bdv-koeln.de

CALE Deutschland GmbH

Im Grunde 11
31582 Nienburg/Weser
www.caledeutschland.de
Reinhard Kipka
reinhard.kipka@caledeutschland.de

CASIO Europe GmbH

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

Dammann Services

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

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
Holger Mierswe
hmierswe@dgverlag.de

double com GmbH

Bleibtreustr. 5 a, 81479 München
www.double-com.de
Kathrin Bregulla
kathrin.bregulla@double-com.de

ECS Cleaning Solutions GmbH

Storkower Str. 132, 10407 Berlin
www.elixclean.de
Thomas Großherr
post@elixclean.de

EDV-Service Schaupp GmbH

Gansäcker 25
74321 Bietigheim-Bissingen
www.edv-schaupp.de
Dr. Vincenza Pignataro
vincenza.pignataro@sag-schlagbaum.com

FHDS Solutions & Services GmbH

Schulzendorfer Str. 112 a
13503 Berlin
Franz Schraml
franz.schraml@fhds-gmbh.de

Garz & Fricke GmbH

Tempowerkring 2, 21079 Hamburg
www.garz-fricke.de
Matthias Fricke, fricke@garz-fricke.com

GiroWeb Nord GmbH

Am Pferdemarkt 9 D
30853 Langenhagen
www.giro-web.com
Toni Rath, toni.rath@giro-web.com

Hamburger Sparkasse AG

Wikingerweg 1, 20454 Hamburg
www.haspa.de
Oliver Elsner, oliver.elsner@haspa.de

Hermann Ross KG

Handwerkstr. 1 a, 77964 Kehl
www.ross-kg.com
Marco Lasch, marcolasch@ross-kg.de

Karl Gengenbach GmbH & Co. KG

Aschenhausweg 4-6
74523 Schwäbisch Hall
www.tabak-gengenbach.de
Oliver Gengenbach
oliver.gengenbach@tabak-gengenbach.de

KEMWEB™ GmbH & Co. KG

Elbestr. 40, 55122 Mainz
www.kemweb.de
Dr. Oliver Kemmann, info@kemweb.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 Wäscherei-
maschinen und Reinigungsanlagen
GmbH**

Gustav-Adolf-Str. 66
22043 Hamburg
www.miele-behrmann.de
Sven Kröger
info@behrmann.de

**MCS MICRONIC Computer
Systeme GmbH**

Ullsteinstr. 114
12109 Berlin
www.mcsberlin.de
Klaus Orthofer
klaus.orthofer@mcsberlin.de

MEI UK Int. Ltd

Unit 51, Suttons Business Park
Suttons Park Avenue, Reading
Berkshire RG6 1AZ, UK
www.meigroup.com
Günter Maas
gunter.maas@meigroup.com

MICROTRONIC AG

Duennernstr. 32
CH-4702 Oensingen, Schweiz
www.microtronic.ch
Csaba Schulz
c.schulz@microtronic.ch

OPC® cardsystems GmbH

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

Paycult GmbH & Co. KG

Alter Teichweg 63
22049 Hamburg
www.paycult.com,
Helmuth Butt
helmuth.butt@paycult.com

**performance Medien &
Datensysteme GmbH**

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

**Rechtsanwaltskanzlei Helmuth Hoen
GmbH**

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

Rhenus SE & Co. KG

Ostufersstraße 21, 45356 Essen
www.de.rhenus.com
Nizar Müller
nizar.mueller@de.rhenus.com

S-CARD Service GmbH

Am Wallgraben 125, 70565 Stuttgart
www.scard.de
Kay Heidemann, kay.heidemann@scard.de

S&Z Elektronik GmbH

Eichenstr. 11, 65933 Frankfurt/Main
www.suz-elektronik.de
Peter Polak, polak@suz-elektronik.de

Sielaff GmbH & Co. KG

Münchener Str. 20, 91567 Herrieden
www.sielaff.de
Jürgen Utschig, j.utschig@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.sparkasse-bad-hersfeld-rotenburg.de
Jürgen Fischer
juergen.fischer@spk-hef.de

Sparkasse KölnBonn

Adolf-Grimme-Allee 2
50829 Köln
www.sparkasse-koelnbonn.de
Andrea Köllen
andrea.koellen@sparkasse-koelnbonn.de

SSG mbH

Am Schloß 8
16818 Wustrau
www.ssg.de
Bert Engelmann
bert.engelmann@ssg.de

stadtraum GmbH

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

Stadtsparkasse München

Sparkassenstr. 2
80331 München
www.stadtsparkasse-muenchen.de
Ursula Käsbauer
ursula.kaesbauer@sskm.de

system2 GmbH

Gewerbering 8, 84405 Dorfen
www.system2.de
Georg Gött
georg.goett@system2.de

Uwe Thomas Vending Consulting

Stuttgarter Str. 18
74348 Lauffen am Neckar
www.vending-consulting.com
Uwe Thomas
info@vending-consulting.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



Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. | c/o Advicepartners GmbH (Geschäftsstelle der Initiative) | Haus der Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40 | 10117 Berlin | Tel. (0 30) 212 34 22-71 | Fax (0 30) 212 34 22-99
Ansprechpartnerin: Heike Lange | E-Mail: heike.lange@initiative-dz.de