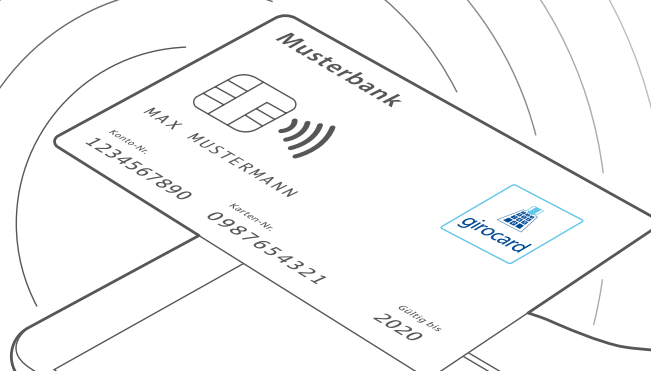




ProChip

Das Magazin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

14



Innovationen & Zukunft

girocard city –
Neues aus Kassel

Verbrauchersicht

Vorurteile und
Verbraucherschutz

girocard kontaktlos

Zukunftsstandard NFC

REINERSCT

cyberJack® POS

Bezahlung schnell und sicher.



SMARTPHONE UND TABLET



HÖCHSTE SICHERHEIT



BARGELDLOS BEZAHLEN

**REINER SCHUTZ.**

Sicheres Bezahlen ohne böse Überraschungen.

reiner-sct.com

Sehr geehrte Damen und Herren,

letztes Jahr ist etwas Einmaliges gestartet: girocard city. Ein langfristiger Innovationsstandort, der uns viele Möglichkeiten eröffnet und valide Ergebnisse zu Innovationen und Kommunikationsmaßnahmen liefert.



Hier stellt die Deutsche Kreditwirtschaft gemeinsam mit Kunden und Handel die Weichen für das, was wir künftig in unseren Portemonnaies finden werden, was uns an der Ladenkasse begegnen wird oder womit wir bezahlen werden, wenn wir unterwegs sind. Aber auch die Weichen für den Verbraucherschutz und die Sicherheit, die den dort erprobten Produktneuheiten zugrunde liegt. Die Aktivitäten in girocard city sind gewissermaßen eine Bestandsprobe – gemessen an der Gegenwart, aber immer mit Blick auf die Zukunft.

Fest steht: Seit Sie die letzte Ausgabe unseres Vereinsmagazins in Ihren Händen hielten, ist viel passiert. Vieles hat seinen Ursprung in Kassel, vieles aber auch an den Standorten unserer Mitgliedsunternehmen oder in den politischen Zentren. Einiges ist in der Öffentlichkeit sichtbar, wie beispielsweise die deutschlandweite Einführung von girocard kontaktlos. Anderes begegnet nur dem, der sich aktiv mit dem Thema auseinandersetzt, etwa die Maßnahmen der Bundesregierung gegen Kassenmanipulation.

Auf den folgenden Seiten der ProChip möchten wir Ihnen daher zeigen, was die Branche derzeit umtreibt. Lesen Sie, was unsere Mitglieder umgesetzt haben und die Initiative Deutsche Zahlungssysteme begleitet und bereitet hat. Erfahren Sie, welche Projekte in den Startlöchern stehen und wie wir – Hand in Hand mit unseren starken Partnern – die Zukunft des Bezahls mit der girocard mitgestalten möchten.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Ingo Limburg

Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.



→ 03 Editorial

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

→ 06-07 Gemeinsam für den Chip im Alltag

Zahlungssysteme der DK

→ 08-09 Die girocard: Alle Funktionen auf einen Blick

→ 10-11 Die girocard und ihre Stakeholder

→ 12-13 Die neuen Websites von GeldKarte und girogo

girocard city

→ 14-15 Innovation hat in Kassel System

→ 16-17 Kassel lernt die girocard kennen

→ 18 girocard city aus Handelssicht: Die Karte, bitte!

→ 19-21 Bezahlinnovation aus dem Herzen der Republik

girocard kontaktlos

→ 22-23 Gastbeitrag: Kontaktlos? Sicher!

→ 24-25 EDEKA Hessenring:
Kontaktlos seit der ersten Stunde

→ 26-27 Gastbeitrag:
NFC-Technologie – neue Paradigmen

Verbraucher

→ 28-29 Gastbeitrag: Neue Zahlungssysteme aus Sicht der Verbraucherpolitik

→ 30-31 Bargeldlos boomt

→ 32-33 Ran an den Schlummergröschen

Wir räumen mit Vorurteilen auf

→ 34-35 Ich habe gehört, dass...

→ 36-37 Trinkgeldgeben mit der girocard

→ 38 Händlervorurteile

→ 39 Münzprüfung: hohe Kosten für bare Münze

Projekte & Aktuelles

→ 40-41 Löcher in den Kassen und Streit in der Koalition

→ 42-43 Allensbach-Umfrage zur girocard

→ 44-45 Jahresveranstaltung 2016

→ 46-47 Neuigkeiten

→ 48-49 Elektronisches Bezahlen in der Schulmensa

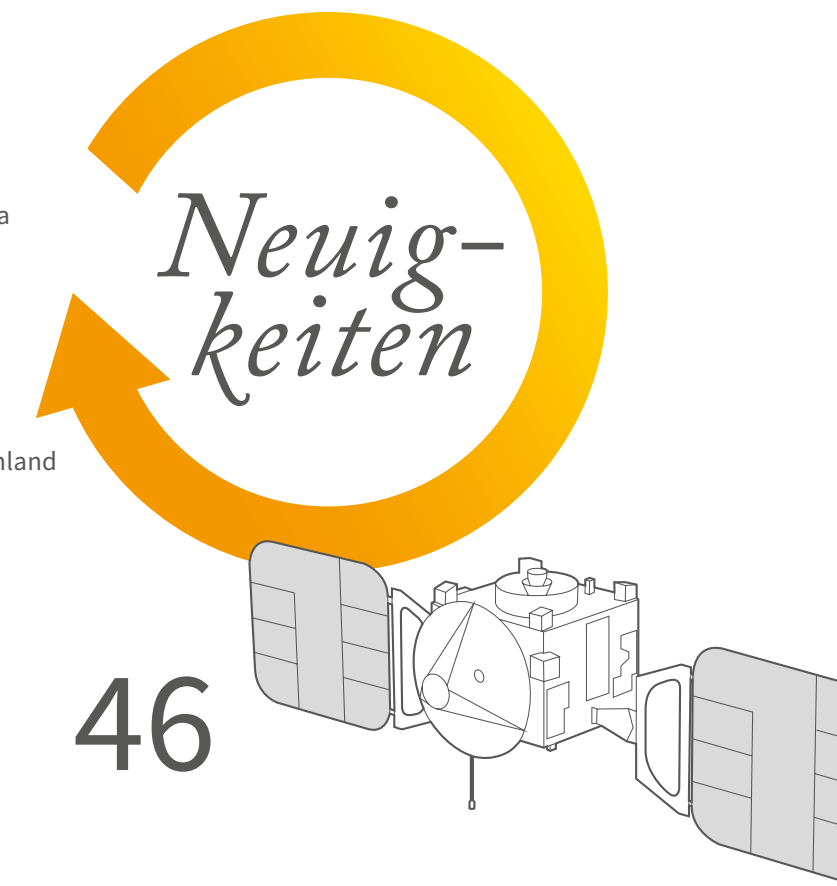
In eigener Sache

→ 50-51 Vernetzt für modernes Bezahlen in Deutschland

→ 52-53 Vorstellung neuer Mitglieder

Mitgliederverzeichnis

→ 54-56 Die Mitglieder



14



18

GEMEINSAM FÜR DEN CHIP IM ALLTAG

Eine Gesellschaft, in der die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) als sichere, verlässliche und einfache Alternative zu Bargeld und zu anderen Zahlungssystemen auf dem Markt wahrgenommen werden, ist Zielsetzung und Anspruch aller Aktivitäten der Initiative. Gegründet als Initiative GeldKarte, startete der Verein vor nunmehr zwölf Jahren seine Erfolgsgeschichte. Als Initiative Deutsche Zahlungssysteme führt er sie seit seiner Neuausrichtung und Umbenennung vor zwei Jahren fort.



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Das ist die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme informiert Politik, Gesellschaft und Medien über die Bezahlösungen der Deutschen Kreditwirtschaft und fördert deren Nutzung und Akzeptanz bei Händlern und Verbrauchern in Deutschland. In diesem Sinne bündelt der Verein die inhaltliche Arbeit für die Bezahlssysteme der Deutschen Kreditwirtschaft. Sein Portfolio umfasst die girocard mitsamt allen auf dem goldenen Chip hinterlegten Funktionen, etwa die Prepaid-Verfahren GeldKarte und girogo, die Möglichkeit der elektronischen Zeiterfassung oder das Jugendschutz-Merkmal. Gleichmaßen begleitet die Initiative das Innovationsmanagement der Deutschen Kreditwirtschaft rund um die gesellschaftliche Relevanz von Weiterentwicklungen wie girocard kontaktlos oder girocard mobile.

Zentrale Pfeiler des Vereins sind die politische Kommunikation und das aktive Politikmanagement. In diesen Bereichen konzentriert sich die Arbeit der Initiative auf den Aufbau und die Pflege von Arbeitsbeziehungen zu politischen Entscheidungsträgern, auf das Begegnen gesellschaftspolitischer und regulatorischer Herausforderungen sowie die Identifizierung und Beurteilung relevanter Gesetzgebungsverfahren.

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

Der Verein – viel mehr als nur die Summe seiner Mitgliedsunternehmen

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

Nach außen setzt sich die Initiative für die Interessen ihrer Mitglieder ein und vertritt sie durch gezielte Kommunikationsarbeit gegenüber Politik und Medien – sie ist Sprachrohr für rund 80 Unternehmen, die den Verein konstituieren. Weiterhin informiert und berät sie Verbraucher, mittelbar durch Politik und Presse, bezüglich der von Vereinsmitgliedern angebotenen Dienstleistungen und Produkte.

Nach innen fungiert die Initiative als eine Plattform zum Erfahrungsaustausch. Sie fördert die Interaktion zwischen den Mitgliedsunternehmen, teilt branchenspezifische Informationen und leistet Unterstützung für jeweilige eigene Aktivitäten. Darüber hinaus initiiert und moderiert der Verein Projekte, recherchiert potenzielle Einsatzmöglichkeiten für die bargeldlose Chiptechnologie und erschließt neue Akzeptanzpartner. ●

*Ein starkes
Netzwerk für
modernes Bezahlen
in Deutschland.*

Die girocard

Alle Funktionen auf einen Blick

Die Deutschen tragen mehr als 100 Millionen girocards in ihren Geldbörsen. Diese können deutschlandweit an fast 800.000 Bezahlterminals zum Bezahlen eingesetzt und an rund 60.000 Geldautomaten zum Geldabheben verwendet werden. Doch man kann mit der girocard mehr als nur bezahlen. Viele Zusatzfunktionen machen sie zu einem Allround-Talent.

Das girocard-System ist der übergeordnete und neutrale Rahmen der Deutschen Kreditwirtschaft für ihre zwei bewährten Zahlungssysteme: bargeldloses Bezahlen direkt vom Konto (ehemals „electronic-cash-System“) und Geldabheben an deutschen Geldautomaten („Deutsches Geldautomaten-System“).

Bezahlen im Handel

Das Bezahlen an der Ladenkasse funktioniert deutschlandweit schnell und unkompliziert mit der girocard. Karte stecken, PIN eingeben, bestätigen und das Geld wird direkt vom Konto abgebucht. Einfach und sicher – für Kunden und Händler.

Bei teilnehmenden Händlern ist auch das kontaktlose Bezahlen im girocard-System möglich. Kunden führen ihre Karte dabei nah (max. 4 cm) an das Bezahlterminal, statt die Karte zu stecken. Bei Beträgen bis 25 Euro ist dafür in der Regel keine PIN-Eingabe nötig, dadurch ist das System besonders schnell.

Prepaid-Bezahlen mit GeldKarte und girogo

Um mit den Prepaid-Funktionen der girocard bezahlen zu können, muss der Chip vorher mit Guthaben aufgeladen werden. Das ist an nahezu allen Geldautomaten der teilnehmenden Banken und Sparkassen sowie im Internet möglich. Zum Bezahlen Karte stecken (GeldKarte) oder vorhalten (girogo). Der Rechnungsbetrag wird ohne eine PIN-Eingabe abgebucht. Die Prepaid-Systeme GeldKarte oder girogo werden z.B. an Automaten für Fahrscheine, Parktickets, Zigaretten und Snacks oder im Einzelhandel, in Stadien oder in der Schulverpflegung eingesetzt.

Geld abheben

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

Onlinebanking

Das Onlinebanking ist die direkte Verbindung zur Hausbank oder Sparkasse, unabhängig von den Öffnungszeiten. Dort können Kunden alle Transaktionen nachvollziehen sowie mit Hilfe eines Chip-TAN-Generators und der girocard 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 jederzeit eine Übersicht über alle Ein- und Ausgänge auf dem Konto, die seit dem letzten Auszug erfolgt sind.

Bezahlen im Ausland

Sofern eine Transaktion mit der girocard im Ausland nicht möglich ist, kann auch mit einem Co-Brand (Maestro oder Vpay) bezahlt werden. Immer mehr Institute verzichten allerdings schon heute auf dieses Co-Branding und verfolgen eine 2-Karten-Strategie: Mit der girocard können Kunden ihre bargeldlosen Zahlungen im Inland durchführen – das betrifft im Schnitt etwa 95 Prozent aller Transaktionen eines Kunden. Für elektronische Bezahlungen im Auslandsurlaub oder bei der Geschäftsreise steht eine Kreditkarte zur Verfügung. ●

2016 zahlten die Kunden 2,93 Milliarden Mal mit der girocard und damit um 13,1 Prozent häufiger als im Vorjahr. Dabei wandern auch immer mehr Kleinbeträge elektronisch über die Ladentheke. Entsprechend sank der durchschnittliche Zahlungsbetrag auf 51,64 Euro (-2,8 Prozent im Vergleich zu 2015). Diese Zahlen zeigen die große Bedeutung der girocard auf dem deutschen Zahlungsmittelmarkt.



Innovationen im Gefüge von Wirtschaft, Politik und Verbrauchern

Die girocard und ihre Stakeholder

Innovationen sind essentiell, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen und gleichzeitig die fortwährende Sicherheit des Bezahls zu gewährleisten. Das Bezahlen ist dabei aber ein besonderes Thema, denn hier ist jeder Bürger ein involvierter Akteur: Wie kann ich zahlen? Welche Unternehmen sind am Prozess beteiligt? Und was geschieht mit meinen Daten? Gerade im traditionellen Land der Barzahler herrscht auch Reserviertheit gegenüber Innovationen. Hinzu kommen Regulierungen von nationaler und europäischer Ebene.

Herr Matl, wie schätzen Sie den momentanen Zahlungsmittelmarkt ein?

Der Markt unterliegt seit Jahren einer starken Dynamik. Er passt sich an gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Herausforderungen an. Die Veränderung äußert sich positiv in Weiterentwicklung und Modernisierung, wie z.B. im kontaktlosen und mobilen Bezahlen. Doch erfährt die Landschaft des Bezahls auch große Bewegung durch zunehmende, häufig praxisferne regulatorische Einschränkungen aus Brüssel und Berlin. Vor diesem Hintergrund gilt es, in Wettbewerb zu treten mit Organisationen, die von strengen Regularien unberührt bleiben und entsprechend agiler handeln können, oder aber international agierenden Konzernen, die in Konkurrenz zu nationalen Unternehmen stehen.

Welche Rolle spielt denn dabei der Verbraucher?

Er entscheidet an der Ladenkasse über den schlussendlichen Erfolg eines Bezahlensystems. Da die Verbraucher in Deutschland in vielerlei Hinsicht traditionell veranlagt sind und im internationalen Vergleich zurückhaltender auf Innovationen reagieren, gilt es, innovativ zu sein und gleichzeitig eine positive Form der Beständigkeit zu vermitteln. Die girocard ist laut unseren

Umfragen in Deutschland beliebt, weil das Bezahlen einfach und unkompliziert ist (82 Prozent), schnell geht (77 Prozent) und sie verlässlich ist (77 Prozent)*. Damit können wir doch arbeiten.

Und wie genau wollen Sie diese Beständigkeit vermitteln?

Kartenzahlung wird immer beliebter. Rund ein Drittel der Befragten nennt diese in der aktuellen Allensbach-Umfrage** sogar als bevorzugtes Zahlungsmittel. Wir müssen das Vertrauen, das die Verbraucher in die girocard haben, weiter stärken: mit Investitionen in Sicherheit und Datenschutz ebenso wie mit dem zuverlässigen Funktionieren eines bewährten Systems. Dieses Vertrauen baut auch darauf, dass sich die Bürger sicher sein können, dass nur ausgereifte Lösungen mit der girocard auf den Markt kommen. Wir müssen aber auch die Konkurrenz im Blick haben und Innovationen vorantreiben, um auf dem sich schnell wandelnden Markt weiter bestehen zu können.

Und wurde daher die so genannte girocard city ins Leben gerufen?

Ja genau, denn während man den Umgang mit Regulierungen hinter geschlossenen Türen diskutieren kann, so ist es doch nicht möglich, die Zustimmung der Kunden in einer Laborsituation abschlie-

ßend zu ergründen. In Kassel erprobt die Deutsche Kreditwirtschaft nun gemeinschaftlich alle Innovationen auf ihre Praxis-tauglichkeit, bevor diese flächendeckend eingeführt werden. Dazu gehört auch immer, einen Blick auf die Aspekte des Verbraucher- oder Datenschutzes zu werfen. Ebenso testet die EURO Kartensysteme für die Deutsche Kreditwirtschaft auch Kommunikationsmaßnahmen, um Kunden bestmöglich zu informieren und an neue Möglichkeiten im Zusammenhang mit der bewährten girocard heranzuführen.

Wie geht es denn nun künftig weiter?

Die girocard kontaktlos, die 2016 in Kassel sehr positive Resonanz von Kunden und Handel erfuhr, hat auch deutschlandweit großes Interesse geweckt. Wir freuen uns, diesen Wunsch 2017 verstärkt zu realisieren und gleichzeitig in Kassel weitere Innovationen an den Start zu bringen. Dazu gehört nicht zuletzt das Bezahlen per Smartphone als prominentes Beispiel. Wichtig sind aber auch diejenigen Innovationen, die der Kunde an der Ladenkasse nicht bemerkt, die aber essentiell für die flächendeckende Akzeptanz der girocard sind. Dazu zähle ich 2017 allen voran das verteilte und vereinfachte Terminal, das die girocard für einen großen Kreis an Händlern interessant macht, der bisher nur Barzahlungen akzeptiert. ●

BEZAHLEN MIT DER girocard

UNKOMPLIZIERT VERLÄSSLICH SCHNELL*



Karl F. G. Matl ist seit Januar 2015 Geschäftsführer der EURO Kartensysteme GmbH

Die neuen Websites von GeldKarte und girogo feiern Premiere

Bewährte Bezahltraditionen in neuem Gewand

Im immer schneller werdenden Wandel unserer Zeit, der auch die Welt des Bezahlens ereilt, ist die GeldKarte-Funktion schon fast ein Urgestein. Seit nahezu 20 Jahren sorgt sie für bequemes, schnelles und sicheres Prepaid-Bezahlen in ganz Deutschland. Sie ist auf den meisten girocards enthalten und gehört bei vielen Nutzern zum Bezahlalltag. Dennoch ist sie innovativ geblieben: girogo ist als erste kontaktlose Bezahlmöglichkeit der Banken und Sparkassen bereits seit einigen Jahren deutschlandweit verbreitet.

Solch bewährte und zeitgemäße Bezahltraditionen verdienen natürlich passende Websites. Deshalb wurden sowohl GeldKarte.de als auch girogo.de inhaltlich überarbeitet und dem Stand der Zeit angepasst. Die neuen zentralen Anlaufpunkte im Netz wurden an das Design der girocard-Website angelehnt, um alle Bezahlfunktionen der Deutschen Kreditwirtschaft online mit einheitlichem Erscheinungsbild darzustellen. Auf GeldKarte.de und girogo.de finden sowohl

Privatkunden als auch Geschäftspartner in Sekundenschnelle umfassende Tipps zu Funktionsweise, Kartensicherheit und den Akzeptanzstellen. Und sollte die Einkaufslaune groß und das Guthaben zu klein sein, finden sich online natürlich auch ausführliche Informationen zum Ladevorgang. Damit legen die Websites den Grundstein für ein starkes Markenbewusstsein und präsentieren sich durch den neuen Anstrich intuitiver, nutzerfreundlicher und übersichtlicher. ●



www.geldkarte.de



www.girogo.de



Der April ist der Monat des Wandels, wenn die Natur wieder erblüht und zu neuem Leben erwacht. Ein guter Zeitpunkt, um Großes auf den Weg zu bringen: girocard city.

girocard city

Innovation hat in Kassel System

Am 20. April 2016 fiel in Kassel der Startschuss für eines der größten Innovationsprojekte der Deutschen Kreditwirtschaft. Hier sollen langfristig für mindestens zehn bis 15 Jahre sämtliche Innovationen rund um das elektronische Bezahlen zunächst regional auf ihre Praxistauglichkeit hin erprobt werden, bevor der deutschlandweite Rollout erfolgt. Insbesondere kommunikativ werden hier vielfältige Verfahren und Varianten getestet. Ein wichtiger Schritt, um Innovationen nachhaltig auf den Weg zu bringen.

Die regionalen Daten von Bevölkerungsstruktur sowie Verteilung, Nutzung und Besitz von girocards sorgen für gute nationale Vergleichbarkeit. Auch die durchschnittlichen Werte von Kaufkraft und Einzelhandelsumsätzen, viele kleine und mittelständische Händler sowie die gute Vernetzung der Institute sprechen für Kassel.

Jede Innovation durchläuft nun in der Regel **drei Phasen**. Zunächst erfolgt nur eine Institutskommunikation durch die beteiligten Banken und Sparkassen. In der zweiten Phase werden gezielte Handelspromotions und allgemeine PR-Maßnahmen zugeschaltet, bevor in Phase drei die breite Endkundenkommunikation beginnt.

Erster Schritt war zunächst die Bekanntheitssteigerung des Namens girocard. „Die Kunden müssen den Namen ihrer Karte zunächst kennen, bevor sie Inno-

vationen wahrnehmen und nutzen“, sagt Ingo Limburg, Leiter Marketing und PR der girocard bei EURO Kartensysteme und Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme. Mittlerweile ist 64 Prozent der Kasseler Bevölkerung bekannt, dass die umgangssprachlich häufig „ec-Karte“ genannte Bank- oder Sparkassenkarte und die girocard das Gleiche sind. Das ist ein Zuwachs von rund 20 Prozentpunkten gegenüber der Ursprungsmessung im Juli 2015.

Die DK verfolgt in Kassel eine völlig neue Innovationspolitik: Wo bisher aufgrund der kurz- bis mittelfristigen Projektdauer und des folgenden Regelbetriebs langfristige Entwicklungen nicht auswertbar waren, können nun Netzwerke etabliert und Lerneffekte in der Bevölkerung genutzt werden, um auch Weiterentwicklungen und Marketingstrategien zu testen. ●

„Diese einzigartige Kooperation aus Handel, Netzbetreibern, Marktfor-schung und Kreditwirtschaft nimmt eine dauerhafte Vorreiterstellung für den gesamtdeutschen Markt ein. Davon profitieren künftig alle Marktteilnehmer“,

erklärt Ingo Limburg.

Kassel lernt die girocard kennen

Marketingmaßnahmen in girocard city

Wie wir eine Botschaft übermitteln, bestimmt maßgeblich, ob ihr Inhalt ankommt. Deswegen erprobt die Deutsche Kreditwirtschaft in Kassel nicht nur Innovationen, sondern auch Kommunikationsmaßnahmen zur girocard, um besser einschätzen zu können, was deutschlandweit Sinn macht.

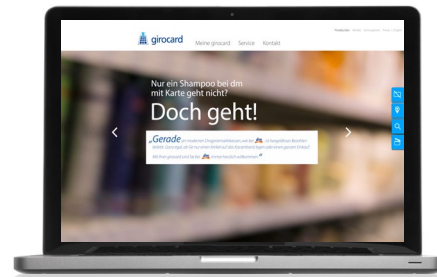


Gewinn dir die Stadt

Um die Zahlung mit girocard weiter im Alltag zu verankern, realisierte die Kreditwirtschaft im Rahmen von girocard city gemeinsam mit dem Handel ein Gewinnspiel. Wer vom 15. September bis 30. Oktober 2016 in teilnehmenden Geschäften mit girocard zahlte, erhielt ein Los mit der Chance auf eines von 10.000 Erlebnissen, z.B. Eintritte für Events, Schwimmbad, Kino, Theater und Museum im Wert zwischen sieben und 200 Euro. Das heißt Bezahlkomfort erleben und mit etwas Glück ein tolles Heimat-erlebnis gewinnen. Rund 50.000 Lose wurden verteilt, darunter knapp 3.200 Gewinne. Bei einigen Händlern zeigte sich ein leichter Transaktionsanstieg. Bei der Mehrheit blieben die Transaktionen mit girocard sehr stabil mit leichter Tendenz nach oben. Die Rücklaufquote von fast elf Prozent ist sehr gut, auch wenn man den Losanbietern gern mehr Gewinner geschickt hätte. Ein weiteres erfreuliches Ergebnis der gemeinsamen Aktion war das entstandene Vertrauens-verhältnis aufgrund der professionellen Abwicklung. Für 2017 sind bereits Folgekooperationen geplant.

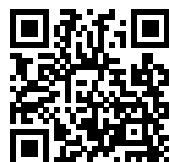
Geschenke-Einpackservice

Vom 25. November bis 23. Dezember 2016 bot das girocard-Team den Kasselern ein vorweihnachtliches Geschenk: Fleißige Helfer verpackten im City-Point kostenlos alle mitgebrachten Geschenke. Und die Menschen nahmen diesen Service gern in Anspruch. Das Team verpackte gut 10.000 Geschenke und führte dabei rund 4.500 Gespräche über die girocard. Statt einer Kaffeekeise gab es am Stand ein girocard-Terminal für Spenden an die Helga und Heinrich Holzhauser Stiftung für krebserkrankte Kinder. Die Bürger erlebten so, dass auch Kleinbetragszahlungen mit der girocard schnell und bequem möglich sind. Insgesamt spendeten sie rund 2.000 Euro. Jede zehnte Transaktion erfolgte kontaktlos. EURO Kartensysteme, Kasseler Bank und Kasseler Sparkasse stockten den Betrag auf, so dass der Stiftung 3.500 Euro übergeben werden konnten. Der Einpackservice konnte das Image der girocard spürbar steigern und viel Wissen vermitteln. Der Handel wies gern auf den Aktionsstand hin und konnte sich im Weihnachtstrubel auf den Verkauf konzentrieren. girocard bleibt so bei Handel und Karteninhabern in positiver Erinnerung.



Doch, das geht!

Nur ein Shampoo bei dir mit Karte zahlen? Das geht doch nicht... oder doch? Mit einigen Karten-Mythen räumen wir ab Seite 34 auf. Und auch in Kassel haben wir gezeigt: Doch, das geht! Weil es technisch keinen Mindestbetrag gibt und mit den heutigen Entgeltstrukturen auch moralisch keinen Anstandsbeitrag. Und dass auch die Händler girocard-Zahlungen schätzen, wegen der günstigen Konditionen, der Schnelligkeit und Sicherheit. Verpackt wurden diese Botschaften auf humorvolle Weise in eine Plakat- und Radiokampagne. Dabei wurden Ende 2016/Anfang 2017 in Kassel flächendeckend Plakate sowie Megaposter an exponierten Stellen aufgehängt und Traffic-Boards auf Bussen platziert. Hinzu kamen vier Radiospots, die hessenweit bei regionalen Sendern im November 2016 sowie im Januar 2017 insgesamt mehr als 500 Mal ausgestrahlt wurden – später aufgrund ihres großen gemessenen Erfolges auch national. Insbesondere die Radiospots setzten auf einen Dialog, der populäre Irrtümer aufgreift und erklärt, warum Zahlen mit girocard eben doch geht. Auf der Kampagnenseite www.girocard.eu/privatkunden/doch-geht.html können Sie sich einen Eindruck verschaffen und die vier Radiospots selbst anhören. Insgesamt zeigt sich die Kampagne als sehr erfolgreich. Insbesondere im Lebensmittelhandel bzw. in Supermärkten war in girocard city durch die Radiospots im November ein deutlicher Anstieg der Zahlungen mit girocard um rund 14 Prozent im Vergleich zum Vormonat zu erkennen.*



Was sagt die Marktforschung zu den Marketingmaßnahmen?

Kennen Kunden ihre Karte?

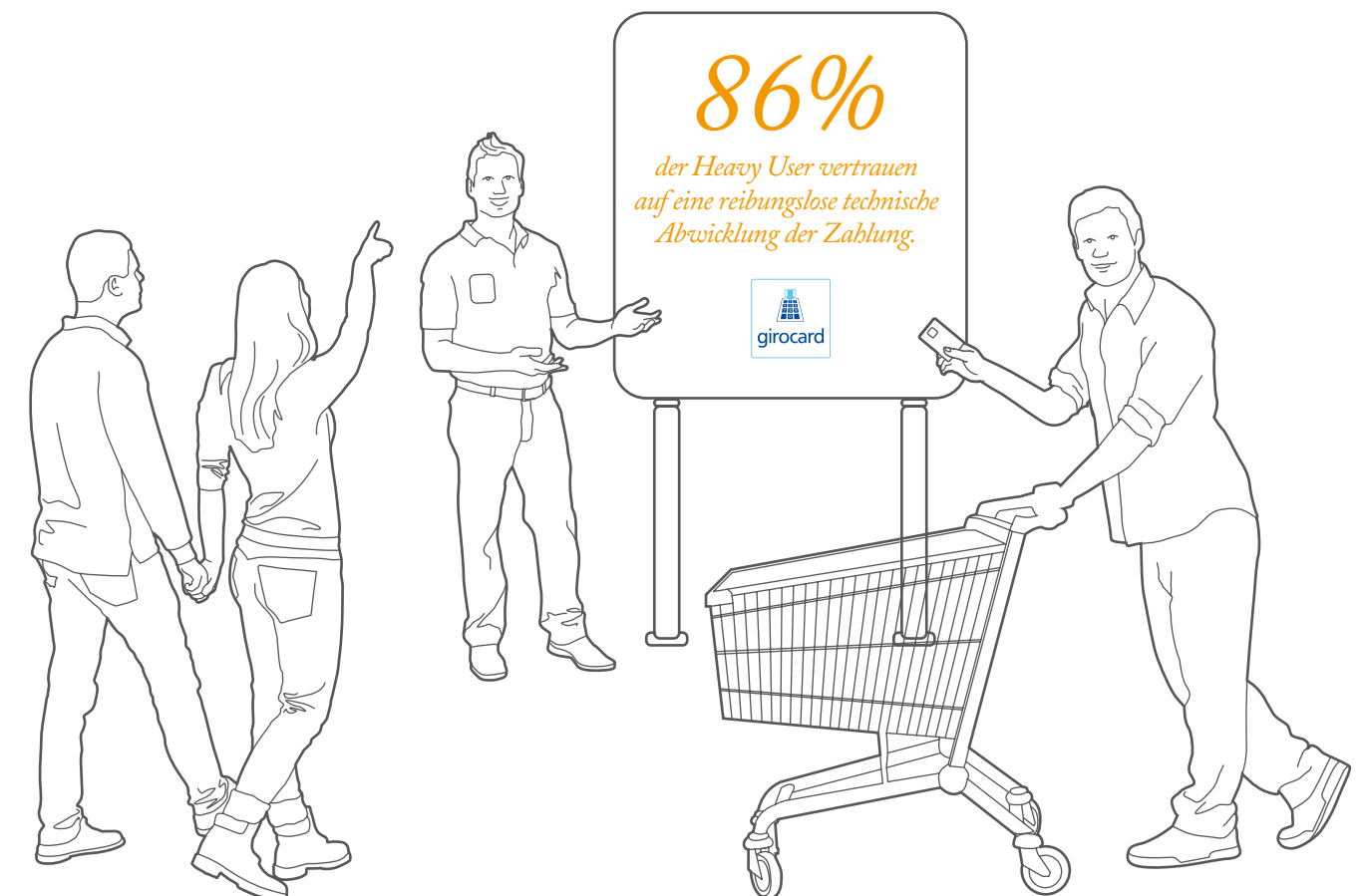
Vor dem Start von girocard city wurde zunächst ab Dezember 2014 in Zusammenarbeit mit der GfK eine Befragung unter 1.018 Privatkunden deutschlandweit durchgeführt. Diese ergab, dass die Begriffe girocard und ec-Karte häufig als unterschiedliche Systeme wahrgenommen werden. Mit zunehmender Nutzung der girocard ließ sich auch wachsendes Vertrauen in die Technik erkennen: Unter den Nichtnutzern hatten nur 32 Prozent ein sehr großes Vertrauen in die Technik. **Die Heavy User führten für die girocard hingegen zu 86 Prozent sehr hohes Vertrauen an.**

Die aufgeführten Marketingmaßnahmen in Kassel zahlten vor diesem Hintergrund auf die grundsätzliche Bekanntheit der girocard und ihrer Funktionen ein, ebenso wie auf das Vertrauen der Bürger.

Um die Wirksamkeit der Maßnahmen zu ergründen, werden in Kassel regelmäßig Umfragen durchgeführt, beginnend mit einer Nullmessung im Juli 2015.* Daraus ergab sich etwa, dass für 23 Prozent der Befragten in Kassel die girocard das beliebteste Zahlungsmittel ist, vor Bargeld und Kreditkarte. **Die girocard wurde in Kassel vor allem als einfach und unkompliziert (76 Prozent) sowie schnell (72 Prozent) wahrgenommen.**

Während bei der Nullmessung im Juli 2015 in Kassel noch 55 Prozent der Meinung waren, dass mit ec-Karte und girocard im Sprachgebrauch zwei unterschiedliche Karten gemeint sind, dachten das bei einer erneuten Befragung im Dezember 2016** nur noch rund 36 Prozent und damit rund ein Drittel weniger. Die Bekanntheit des Namens girocard hat also deutlich zugenommen. **Zudem nahmen nun 52 Prozent die girocard explizit als**

sicher wahr, während in der Nullmessung nur 36 Prozent diese Angabe machten – ein deutlicher Zuwachs. Die Marktforschung bestätigt auch die positiven Auswirkungen der Maßnahmen auf die Einstellung zur girocard: Diejenigen, die girocard-Werbung wahrgenommen haben, **sehen die girocard besonders häufig als praktisch (83 Prozent), schnell (76 Prozent) sowie als überall anerkanntes Zahlungsmittel (69 Prozent).** Diese Werte liegen zwischen vier und sieben Prozent über dem Vergleichswert der Befragten ohne Werbeerinnerung. ●



Die Karte, bitte!

girocard city aus Handelssicht

5 Fragen an:

Alexander Wild

Bei dem Initiative-Mitglied City Kaufleute Kassel ist Alexander Wild stellvertretender Vorsitzender. Ziel des Vereins ist es, die Kasseler Innenstadt zu beleben und den Handel zu stärken. Er unterstützt Händler und agiert als Schnittstelle zwischen Handel und Stadt. Der Verein wird in alle Planungsprozesse zur Kasseler Innenstadt eingebunden.

1

Was hat sich für den Handel geändert, seit Kassel girocard city ist?

Es ist ein sehr guter Kontakt der handelnden Personen mit den City-Kaufleuten entstanden. Wir haben optisch alle Geschäfte auf die girocard umgerüstet und führen gemeinsame Aktionen durch. Auch hat bei vielen Kaufleuten ein Umdenken in Bezug auf das Bezahlen und die einhergehenden Kosten stattgefunden.

2

Was schätzen Sie an der girocard?

Der girocard bringen die Kunden vollstes Vertrauen entgegen. Das ist im Zeitalter der Digitalisierung sehr wichtig und nicht selbstverständlich. Die Kunden sind sensibel, wenn es um ihre Daten geht.

3

Wie sehen Sie Kleinbetragszahlungen mit der girocard?

Der Bezahlvorgang ist für jeden Händler ein entscheidendes Element im Verkaufsprozess. Hier ist die girocard gerne gesehen. Wir haben einen einfachen und schlanken Vorgang, der keine weiteren Arbeiten am POS erfordert.

4

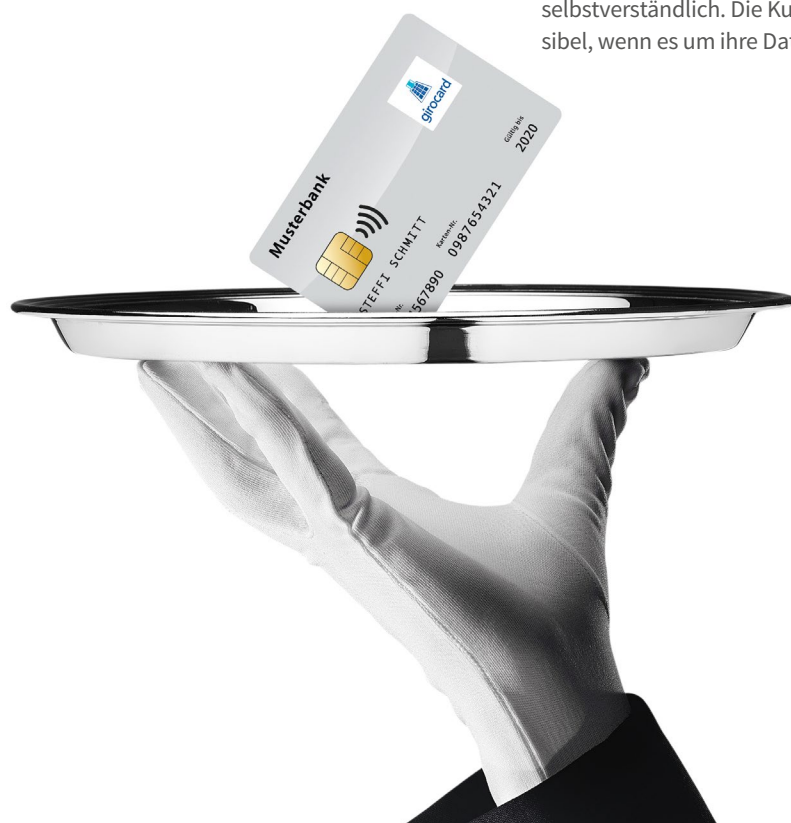
Wie stehen Sie zur girocard kontaktlos?

Das ist ganz sicher die Zukunft beim Bezahlen, einfach und komfortabel für Händler und Kunden. Wir sehen immer öfter den Wunsch des Kunden, so zu bezahlen. Auch privat nutze ich die kontaktlos-Funktion meiner girocard so oft wie möglich. Anfangs musste man das Verkaufspersonal noch darauf hinweisen. Mittlerweile hat sich das eingespielt.

5

Wie reagieren Ihre Kunden auf neue Bezahlmöglichkeiten?

Das ist natürlich ganz unterschiedlich. Die Jüngeren sind aufgeschlossener als etwas ältere Menschen. Zunächst gilt es zu informieren. Man muss sich bewusst sein, dass es um das Geld des Kunden geht. Egal ob Zahlen auf einem Display oder Bargeld. Aus meiner Sicht wird sich „bargeldlos“ durchsetzen. Ich habe immer Bargeld dabei, merke aber, dass ich es immer öfter gar nicht benötige. ●



Bezahlinnovationen aus dem Herzen der Republik



Innovation ist das Grundkonzept von girocard city. Kein Weg führt an ihr vorbei. Nur wer sich stetig neu erfindet, hat in der Zeit des digitalen Wandels Bestand. Das kontaktlose Bezahlen mit der girocard ist so bereits Realität und auch der Weg ins Smartphone hat für die girocard begonnen. Doch nicht nur für den Komfort beim Bezahlen bietet Kassel jede Menge Innovationen. Mit Konzepten wie vereinfachten und verteilten Terminals ebnet die Kreditwirtschaft für zahlreiche Händler den Einstieg in die Kartenakzeptanz.

Funkt(ioniert)

girocard kontaktlos & mobile

Ein wahrer Meilenstein hat im vergangenen Jahr die Innovationen in Kassel eingeleitet: girocard kontaktlos. Schneller und bequemer bezahlen, nur durch Vorhalten der eigenen girocard, ist dort bereits gelebte Realität.

Bei der Praxiserprobung haben die Kunden das kontaktlose Bezahlen mit ihrer girocard sehr gut angenommen und auch der lokale Handel zeigte sich äußerst positiv eingestellt. In einigen Kasseler Filialen einer Lebensmitteleinzelhandels-Kette erreichen die kontaktlos-Transaktionen sogar bereits einen Anteil von über zehn Prozent gemessen an allen girocard-Transaktionen. Folgerichtig steht nun der nationale Rollout an: Aktuell wurden

deutschlandweit bereits mehr als 14 Millionen girocards mit kontaktlos-Funktion ausgegeben. Bis zum Jahresende 2019 soll es etwa 70 Millionen davon geben. Das entspricht rund drei Vierteln aller aktuell ausgegebenen Bank- und Sparkassenkarten. Zudem werden auch die girocard-Terminals umgestellt, um Schritt für Schritt eine flächendeckende Akzeptanz von NFC-basierten Bezahlmitteln zu ermöglichen. Bei ersten Akzeptanzpartnern wie Esso und Lidl ist die girocard kontaktlos bereits auf dem Weg an die Kassen oder dort angekommen. Viele weitere große Filialisten haben starkes Interesse an einem schnellen Aufbau eines Akzeptanznetzes für das kontaktlose Bezahlen gezeigt. Brancheninsider gehen davon

aus, dass bis Ende 2018 der Großteil der im Handel befindlichen Terminals kontaktlose Zahlungen im girocard-System abwickeln kann.

girocard goes mobile

Ein erster Family & Friends-Test läutet in Kassel aktuell bereits den Weg der girocard ins Smartphone ein. Mit mehr als 100 Testern wird girocard mobile erstmals im realen Umfeld erprobt. Kooperationspartner sind dabei Vodafone Deutschland als eines der führenden Telekommunikationsunternehmen sowie auf Handelsseite der Lebensmitteleinzelhändler EDEKA Hessenring.

Neue Technologien eröffnen den Weg zu neuen Akzeptanzpartnern

Vereinfachtes & verteiltes Terminal

Das praktische Bezahlen mit girocard und PIN ist für Kunde und Kassenpersonal an herkömmlichen, universellen Bezahlterminals mit wenigen gelernten Handgriffen erledigt. Technisch ist es jedoch hoch spezialisiert und bedarf aufwendiger Sicherheitsmaßnahmen. Ein Hardware-Schutz für geheime Schlüssel, PIN-Tastatur, Anzeige sowie Chip- und Magnetstreifenleser müssen sichergestellt sein. Eine naheliegende und deshalb weit verbreitete Lösung besteht darin, alles in einem einzigen kompakten Gehäuse zu vereinen: Schnittstellen, Prozessoren, Fühler, Meldeleitungen und Alarmzentrale. Diese klassischen Terminals sind an der Ladentheke gut unterzubringen, eignen sich jedoch wegen ihrer Größe nicht für den mobilen Einsatz.

Um neue Händlerkreise zu erschließen, für die diese hochkomplexe Systemarchitektur nicht in Frage kommt, treibt die Deutsche Kreditwirtschaft die Entwicklungen im Bereich der Terminals voran. Dabei nutzt sie eine Besonderheit des girocard-Systems: Es ist europaweit das einzige Kartenzahlungssystem, das konsequent ausschließlich auf der zukunftsweisenden, fälschungssicheren Chip-technologie beruht. Damit verlagern sich hardwaretechnische Sicherheitsmaßnahmen vom Terminal auf den Karten-Chip und somit weg vom Händler, hin zur Kreditwirtschaft. Weil beim Terminal im

girocard-System nur Maßnahmen zur Sicherung der Integrität von Software und Nachrichten nötig sind, lassen sich die sogenannten „vereinfachten Terminals“, die rein auf die Verarbeitung des Chips spezialisiert sind, realisieren. Sie können deutlich schlanker aufgebaut werden und sind somit günstiger in Produktion und Anschaffung – bei gleichbleibend hoher Sicherheit der Bezahlung für Händler und Kunde.

Hinzu kommt das Konzept des „verteilten Terminals“, das erlaubt, bestimmte Sicherheitsanforderungen aus dem Gerät beim Händler in das Hintergrundsystem auszulagern. Da bei der rein chip-basierten Abwicklung keine PIN in den Nachrichten übertragen wird, sind die Nachrichten lediglich vor Verfälschung zu schützen. Das verteilte Terminal besteht damit aus einer zentralen Komponente, dem Terminalserver (zentral vom Initiative-Mitglied VÖB-ZVD Processing betrieben), und vielen dezentralen Komponenten, die nur noch aus Kunden-

anzeige, Chipkartenleser und Tastatur für die PIN-Eingabe, dem sogenannten „SmartPOS“, bestehen.

Die Kommunikation zwischen Terminalserver und SmartPOS erfolgt mit den üblichen Verschlüsselungsmechanismen über das Internet mit Hilfe weit verbreiteter Hardware wie z.B. Smartphones.

Zwar dauert die Transaktion einen Bruchteil länger als beispielsweise an der üblichen Supermarktkasse. Allerdings erschließen sich durch die neue Terminalarchitektur verbunden mit den Kostenvorteilen beim SmartPOS neue Anwendungsfelder. So können Handwerker, Lieferservices, Paketdienste und Marktschicker sicher und kostengünstig mit der girocard und SmartPOS kassieren.

Mit vereinfachten/verteilten Terminals trifft die einfache Nutzbarkeit auf die hohen Sicherheitsstandards und die Zahlungsgarantie. ●

Status quo

Seit 2016 gibt es eine zugelassene Lösung im Netzbetrieb der VÖB-ZVD Processing mit dem SmartPOS von unserem Förderer und Gründungsmitglied REINER SCT. Seit Dezember 2016 werden Erfahrungen im Rahmen eines Family & Friends-Tests gesammelt. Im Anschluss daran ist ein größerer Pilot in girocard city in Planung.

DIE DEUTSCHEN BEZAHLEN IHRE WAREN AM POS VORRANGIG MIT BARGELD UND GIROCARD. DOCH FÜR VIELE KUNDEN IST DAS BEZAHLEN AN SICH EHER EINE LÄSTIGE PFLICHT.

GASTBEITRAG

Kontaktlos? Sicher!

Während die Akzeptanz kontaktloser Zahlungen steigt, ist die Sicherheit bereits ganz oben.

Bequem und sicher

Bezahlen will strenggenommen eigentlich keiner. Vielmehr ist ein jeder an der Ware oder Dienstleistung interessiert, die sich hinter dem Bezahlvorgang abbildet. Insofern ist es keineswegs verwunderlich, dass einfache und bequeme Zahlverfahren beliebter sind als komplizierte. Zugleich soll und muss das Guthaben des Kunden auf seinem Girokonto vor Betrügern geschützt werden. Jeder Kunde möchte sich sicher fühlen und dem Zahlverfahren vertrauen. Bequemlichkeit alleine reicht also nicht aus. Sondern es muss auch sicher sein. Ein gutes Zahlverfahren muss also immer einen Kompromiss zwischen höchstmöglicher Bequemlichkeit und angemessener Sicherheit darstellen. Bei den von Banken initiierten Bezahlverfahren wie etwa der girocard spielt die Sicherheit eine besondere Rolle. So hat das girocard-System seit Jahren bei rund drei Milliarden jährlich abgewickelten Transaktionen keinen einzigen Schadensfall verzeichnet.

Die girocard hat dabei zwei wesentliche Funktionen: Sie identifiziert den Kunden und sichert über kryptografische Verfahren, die zwischen Karte und Terminal ausgeführt werden, die Transaktion ab. Der Händler erhält keine persönlichen Daten des Kunden, wie z.B. den Namen, und auch keine Transaktionshistorie. Hier wird bei jeder Transaktion die PIN abgefragt und das Konto nach Transaktionsabschluss umgehend belastet. So wird eine bessere Übersicht für den Endkunden gewährleistet. Für Händler wiederum besteht bei girocard-Transaktionen eine Zahlungsgarantie.

girocard wird kontaktlos

Schneller und bequemer soll das Zahlen aus Sicht vieler Kunden werden. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, haben Banken und Sparkassen im Jahr 2016 angefangen, die girocard als kontaktlose Bankkarte herauszugeben. Ab 2017 werden alle neuen girocards der Volksbanken Raiffeisenbanken mit der Kontaktlos-Funktion ausgegeben. Die Sparkassen geben ebenfalls kontaktlose girocards aus. Beim Bezahlprozess muss hierbei die Karte an der Kasse nicht mehr gesteckt, sondern nur noch an das Terminal gehalten werden. Ein Wellensymbol auf der Karte und dem jeweiligen Terminal zeigt hier, dass kontaktloses Zahlen möglich ist. Ab Frühjahr 2017 wird girocard kontaktlos in immer mehr Geschäften akzeptiert.

Um den Sicherheitsbedürfnissen vieler Kunden und den Anforderungen von Behörden Rechnung zu tragen, aber auch um reputationsschädigenden Diskussionen in der Öffentlichkeit keinen Vorschub zu leisten, wurden ausgefeilte Sicherheitsmechanismen in die Karten eingebaut. So sind auf den Karten keine wichtigen persönlichen Daten gespeichert. Alle sicherheitsrelevanten Informationen werden kryptografisch abgesichert. Die dafür verwendeten Schlüssel sind vor Ausspähung geschützt. Sollten die Kunden dennoch Sicherheits- oder Datenschutz-Bedenken haben, kann die Kontaktlos-Funktion der girocard an genossenschaftlichen Geldautomaten ab- oder wieder angeschaltet werden. ●



Matthias Hönisch

Matthias Hönisch ist seit 1986 im Bankwesen aktiv. Nach Abschluss des Studiums an der TU Berlin war er zunächst als Organisator bei Privatbanken und Genossenschaftsbanken, dann als Zahlungsverkehrs-Referent für den Deutschen Sparkassen- und Giroverband bzw. in der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) aktiv. Nach diversen E-Payment-Projekten im klassischen Bankenumfeld war er dann bei PayPal International verantwortlich für den Zahlungsverkehr (Zentral-Europa) und das Kartengeschäft (eBay-Kreditkarte). Aktuell ist er Head of Cards beim BVR, dem Spitzenverband der genossenschaftlichen Finanzgruppe, und ist in der DK für das Thema girocard mitverantwortlich. Zudem vertritt er die Deutsche Kreditwirtschaft in der Cards Working Group beim EPC (European Payments Council).

EDEKA Hessenring

Kontaktlos seit der ersten Stunde

Das berührungslose Bezahlen mit der girocard hat sich bei Verbrauchern und Handel bewährt. In der Innovationsregion Kassel waren die Ergebnisse für alle Beteiligten so positiv, dass girocard kontaktlos nun auch national ausgebaut wird. Worin das Erfolgsgeheimnis liegt, haben wir jemanden gefragt, der das aus Handelssicht perfekt beurteilen kann: Dirk Schwarze ist kaufmännischer Geschäftsbereichsleiter bei der EDEKA Handelsgesellschaft Hessenring mbH und war in dieser Position von Beginn an in die Einführung der girocard kontaktlos involviert.



1

Herr Schwarze, EDEKA ist einer der ersten Händler, die girocard kontaktlos in Kassel eingeführt haben. Warum hat sich EDEKA dafür entschieden?

Über unsere Bank, die EDEKA Bank AG, waren wir früh über das Pilotprojekt girocard kontaktlos des BVR (Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken) informiert. Da lag es nahe, dass sich die EDEKA Handelsgesellschaft Hessenring mbH in Melsungen als Handelspartner an dem Pilotprojekt beteiligt. Wir sehen in der Möglichkeit des kontaktlosen Bezahlvorganges an der Kasse Vorteile sowohl für den Endkunden als auch für den Händler.



2

Worin sehen Sie die Vorteile der kontaktlosen Zahlung – sowohl aus Händler- als auch aus Kundenperspektive?

In der Summe sind es mehrere Vorteile, die das kontaktlose Bezahlen interessant machen. Vor allem die Beschleunigung des Bezahlvorganges – sowohl für Endkunden als auch für Händler. Der Bezahlvorgang ist für den Endkunden in der Regel eine Lästigkeit. Je schneller bezahlt ist, desto besser. Das betrifft einerseits die Wartezeit an der Kasse, wenn die Kunden vor einem umständlich und zeitraubend das Kleingeld abzählen, auf der anderen Seite den eigenen Bezahlvorgang: Kontaktlos habe ich einfach schneller bezahlt. Dieser Zeitvorteil wird insbesondere bei kleineren Beträgen von den Endkunden und Händlern als positiv bewertet. Für den Händler kommt noch ein anderer Vorteil hinzu: Durch die Nutzung der girocard kontaktlos, vor allem bei kleineren Beträgen, sinkt tendenziell der Bargeldanteil im Handel. Da die Handlingkosten für Bargeld in den letzten Jahren deutlich gestiegen sind (Versorgung, Entsorgung, Versicherung etc.), ist eine Reduzierung des Bargeldanteils im Handel positiv zu werten.

3

Was tun Sie als Händler, um Kunden auf die Kontaktlos-Zahlung mit der girocard aufmerksam zu machen?

Wir als Händler können sinnvoll nur in den Märkten darauf hinweisen, dass die kontaktlose Bezahlfunktion möglich ist und akzeptiert wird. Die größere Herausforderung liegt bei den Kreditinstituten, die Girokarten mit der Kontaktlos-Funktion herausgeben. Hier muss der Endkunde in einer zielgruppengerechten Kommunikation darauf hingewiesen werden, dass er jetzt mit der Karte kontaktlos zahlen kann.

4

Wie gut wird die kontaktlose Zahlung bislang von Ihren Kunden angenommen?

Wir sind erstaunt, wie erfolgreich die Funktion angenommen wird. Davon ausgehend, dass zu Beginn, also Ende 2015, lediglich ca. 120.000 kontaktlosfähige girocards in der EDEKA-Pilotregion Kassel, Baunatal und Göttingen ausgegeben wurden und der Marktanteil der beteiligten Banken bei ca. 30 Prozent lag, ist ein realisierter Anteil von vier Prozent der Kontaktlos-Zahlungen an allen Kartenzahlungen in der Pilotregion als Erfolg zu verbuchen. Dieser Wert hat sich in den letzten Monaten konstant entwickelt.

5

Wie wird das Bezahlverhalten der Kunden in fünf Jahren Ihrer Meinung nach aussehen?

Deutschland wird weiterhin in absehbarer Zukunft ein Barzahlungsland sein. Allerdings wird der Anteil der Kartenzahlungen, wie in den letzten Jahren auch, weiterhin zunehmen. Die Übertragung der Kontaktlos-Funktion auf die girocard ist aus meiner Sicht der richtige Weg, um das etablierte Zahlungsmittel girocard (fast jeder in Deutschland hat eine Karte) für die Zukunft gut aufzustellen.



NFC-Technologie – neue Paradigmen

Der Einsatz einer girocard am POS läuft über eine Zwei-Faktor-Authentifizierung. Verwendet werden die unabhängigen Komponenten Besitz (girocard) und Wissen (PIN). Für den Faktor Besitz wird zusätzlich Fälschungssicherheit gefordert. Diese liefert der Chip auf der girocard.

Kartenzahlung und PIN-Eingabe

Die PIN-Prüfung kann auf zwei Wegen erfolgen. Entweder baut das Terminal eine verschlüsselte Kommunikation mit dem Chip auf der girocard auf, oder die PIN wird verschlüsselt an die zuständige Kopfstelle gesendet. Im ersten Fall spricht man von einer Offline-Autorisierung, der andere ist eine Online-Autorisierung. Der Vorteil einer Offline-Autorisierung liegt in der Geschwindigkeit, sie erfolgt in Bruchteilen einer Sekunde, während Online-Autorisierungen einige Sekunden dauern können, je nach Netz-anbindung des Terminals.

Mit der kontaktlosen girocard entfällt für Beträge unter 25 Euro die PIN. Oberhalb dieser Betragsgrenze hat man sich hier für eine Online-Autorisierung entschieden. Für die Offline-Autorisierung einer kontaktlosen Kartenzahlung müsste der Kunde die Karte stabil im Antennenfeld des Kartenterminals halten und gleichzeitig die PIN eingeben. Häufige Verbindungsabbrüche in der Kommunikation zwischen Karte und Terminal wären wahrscheinlich die Folge. Alternativ wäre eine sogenannte „Double Tap“-Strategie denkbar. Bei Beträgen über 25 Euro hält der Kunde die Karte an das Terminal, danach wird er aufgefordert, die PIN einzugeben, um anschließend die Karte noch einmal vorzuhalten.

Ein deutlich aufwendigeres Prozedere, das zudem von der Benutzerführung anderer bereits etablierter kontaktloser Bezahlvarianten abweicht.

Mit Mobile Payment kommt noch eine weitere Variante ins Spiel. Statt die PIN am Terminal einzugeben, erfolgt dies am Smartphone. Der Kunde öffnet bei Beträgen über 25 Euro vorab die App, gibt einen PIN-Code ein und hält dann das Handy an das Terminal. Ähnlich funktioniert es bei Apple Pay: Der Kunde hält das iPhone an das Kassenterminal, danach startet die Apple-Pay-App und man muss noch die Zahlung mit dem Finger-Print-Sensor bestätigen. Dabei ist es egal, wie hoch der zu zahlende Betrag ist.

Was ist nun das „bessere“ Verfahren?

Mit Mobile Payment und PIN-Eingabe am Terminal können Kunden und Kassenpersonal die von der kontaktlosen Karte gelernte Benutzerführung übernehmen. Das Bezahlen mit dem Smartphone bei leerem Akku (Low Battery Mode), wie es die Mobilfunkunternehmen anbieten, ist nur in dieser Konstellation möglich.

Allerdings könnte die PIN-Eingabe am Terminal bei einer flächendeckenden Verbreitung von Mobile Payment komplett entfallen, was die Entwicklung

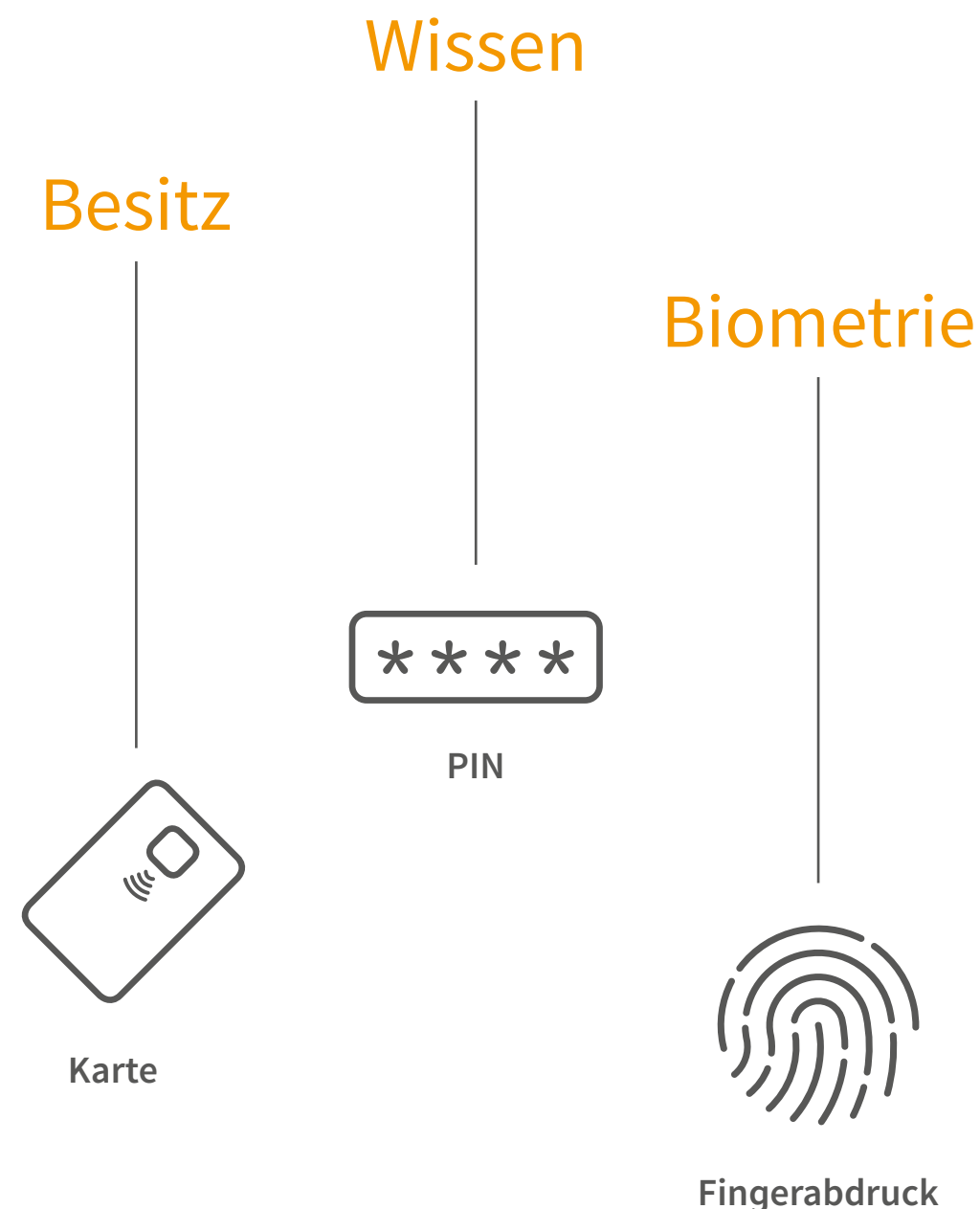


Rudolf Linsenbarth

Rudolf Linsenbarth ist Senior Consultant für Mobile Payment und NFC bei der COCUS GmbH und war zuvor elf Jahre im Bankbereich tätig. Darüber hinaus ist Linsenbarth als freier Journalist und Blogger aktiv und gilt aufgrund seiner langjährigen Erfahrung als einer der führenden Experten der Payment-Branche.

preiswerterer Kassenterminals ermöglichen würde. Wird die Kunden-Authentifikation dabei mit Hilfe des Finger-Print-Sensors bewerkstelligt, ergibt sich ein aus Kundensicht sehr komfortabler Bezahlvorgang. Wahrscheinlich werden die Kunden der Verifikation am Smartphone den Vorzug geben, da für sie bei einem vertrauten Gerät eine subjektiv höhere Sicherheit vorhanden ist. Objektiv ist wahrscheinlich eher das Gegenteil der Fall. Insbesondere bei Android-Geräten, wo Hardware und Software nicht aus einer Hand kommen, ist die Möglichkeit eines Sicherheitslecks signifikant höher als bei einem zertifizierten Kassenterminal.

Für jedes Verfahren gibt es also ein paar gute Argumente. Welche Benutzerführung sich am Ende durchsetzen wird, ist daher noch nicht abzusehen. ●



Single Tap:

Prozess, bei dem die Karte für kontaktlose Bezahlung nur kurz vor das Terminal gehalten wird. Im Gegensatz dazu muss beim Double Tap nach der Autorisierung die Karte erneut vorgehalten werden, um Informationen auf die Karte rückzuschreiben.

Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA):

Identitätsnachweis eines Nutzers, z.B. bei bargeldlosen Zahlungen, bei dem zwei unterschiedliche und voneinander unabhängige Merkmale überprüft werden.

- ✓ Sicherheit
- ✓ Gewährleistung beim Kartenherausgeber
- ✓ Datensparsamkeit und Datenschutz
- ✓ Transparente Gebühren
- ✓ Wahlfreiheit

GASTBEITRAG

Neue Zahlungssysteme aus Sicht der Verbraucherpolitik

Der Markt für Zahlungssysteme ist dank digitaler Innovationen so dynamisch wie lange nicht. Wenn Verbraucherinnen und Verbraucher von komfortablen und nützlichen Angeboten profitieren können, ist dies im Sinne grüner Politik. Der Verbraucherschutz in all seinen Dimensionen darf dabei aber in keinem Fall unter die Räder kommen. Neue Zahlungssysteme müssen beweisen, dass sie nutzerfreundlich, datensparsam, kostengünstig und betrugssicher sind und nicht nur den Anbietern, sondern auch der Kundschaft einen echten Mehrwert bringen.

Bargeld lacht – das gilt in Deutschland nach wie vor. Anders als etwa in Schweden, wo nicht einmal mehr jeder dritte Einkauf im Einzelhandel bar bezahlt wird, erfolgen in Deutschland mehr als die Hälfte aller Zahlungen in bar. Kleine Beträge, etwa für einen Kaffee oder eine Brezel, zahlt hierzulande kaum jemand mit Karte und viele Bürgerinnen und Bürger schätzen Bargeld, weil es erstens anonym ist und es sich zweitens „schwerer ausgibt“, also verhaltensökonomisch zu größerer Ausgabendisziplin führt. Und obwohl im Alltag die Bedeutung des Bargelds auch in Deutschland rückläufig ist – allein in den letzten zehn Jahren ist der Anteil der Bargeldzahlungen im Einzelhandel um rund zehn Prozent gesunken – lehnt eine breite Mehrheit jeden politischen Angriff auf das Bargeld zu Recht ab. Digitale Innovationen im Zahlungsbereich sind somit eine im Idealfall sinnvolle und verbraucherfreundliche

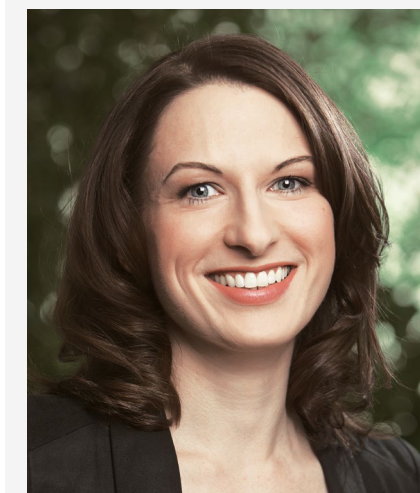
Ergänzung, aber keinesfalls die grundsätzliche Alternative zum Bargeldverkehr.

Ich habe mich gefreut, dass meine Heimat Kassel als Testgebiet für innovative Zahlungsformen ausgewählt wurde. Neue Zahlungssysteme können vor allem durch Zeitersparnisse, beispielsweise beim kontaktlosen Zahlen, einen Nutzen für Verbraucherinnen und Verbraucher, aber auch für die Unternehmen bedeuten. Dabei können die folgenden fünf zentralen Aspekte aber nicht zur Disposition stehen:

- 1.) Es ist das A und O, dass die **Sicherheit** für die Verbraucherinnen und Verbraucher gegeben ist. Keineswegs dürfen hier größere Risiken bestehen, wie eine relativ problemlose Auslesung von Kontokartendaten.
- 2.) Im Fall von Betrug und Cyber-Kriminalität muss die **Gewährleistung** bei den Unternehmen liegen, soweit es sich nicht um ein nachweisbar fahrlässiges Eigenverschulden handelt.
- 3.) Weil Bankdaten besonders sensibel sind, müssen **Datensparsamkeit** und **Datenschutz** Schlüsselwörter für die Anbieter sein und die Leistungen entsprechend ausgestaltet werden.
- 4.) Die im Rahmen der Nutzung der Zahlungssysteme anfallenden Kosten und Gebühren **müssen transparent, vergleichbar mit anderen Angeboten und günstig** für die Verbraucherinnen und Verbraucher sein.
- 5.) Aus Verbrauchersicht dürfen die neuen Möglichkeiten auch nicht zu einer Einschränkung bisheriger, bewährter Systeme führen, sodass dadurch bestimmte Personengruppen ausgeschlossen würden. Es muss **Wahlfreiheit** darüber geben, ob neue Lösungen genutzt werden oder nicht, und die **Nutzerfreundlichkeit** der Angebote muss im Zentrum stehen.

Hier sehe ich auch die Politik in der Verantwortung, diese Punkte ausreichend, unter anderem im Rahmen der Umsetzung der Zweiten Zahlungsdiensterichtlinie, zu regeln. Der Gesetzesentwurf der Bundesregierung lässt hier leider an einigen Stellen noch zu wünschen übrig.

Als Verbraucherschützerin und Kasselerin werde ich jedenfalls die neuen Entwicklungen in diesem Bereich freudig, aber auch kritisch weiterverfolgen. ●



Nicole Maisch

Seit 2007 ist sie für den Wahlkreis Kassel Mitglied des Deutschen Bundestages. Dort ist sie verbraucher- und tierschutzpolitische Sprecherin der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen. Die studierte Politikwissenschaftlerin war bereits vor 2007, insbesondere auf landespolitischer Ebene, in zahlreichen Positionen politisch aktiv.

BARGELDLOS BOOMT

Akzeptanz bargeldloser Bezahlverfahren wächst

Welche Bezahlmöglichkeiten nutzen Sie regelmäßig?

Bargeldlos

89%

Bargeld

93%



82%

Kreditkarten

36%

Können Sie sich vorstellen, in Zukunft in beinahe allen Alltagssituationen fast ausschließlich bargeldlos zu bezahlen?

36%

46%

Die Liebe zum Bargeld beschert uns im Land der Dichter und Denker im internationalen Vergleich eine Ausnahmestelle. Doch das ändert sich nun zugunsten bargeldlosen Zahlens.

Laut einer repräsentativen Befragung der Bitkom Research GmbH unter 1.007 Personen ab 14 Jahren ist die Akzeptanz von bargeldlosen Zahlungen in nur einem Jahr deutlich gestiegen. Konnte sich 2015 erst ca. ein Drittel (36 Prozent) der Befragten vorstellen, in nahezu allen Alltagssituationen bargeldlos zu bezahlen, war es 2016 bereits fast die Hälfte (46 Prozent). Gerade die mittlere Altersschicht (30 bis 49 Jahre) ist besonders offen für den (fast) bargeldlosen Alltag: 53 Prozent könnten meist auf Bares verzichten.

Diesen enormen Akzeptanzzuwachs schreibt Marco Liesenjohann, Referent Banking, Financial Services & FinTechs bei Bitkom Research, den Innovationen beim elektronischen Bezahlen zu: „Das Interesse an bargeldlosen Bezahlmethoden steigt in dem Maße, wie die Kunden damit in Berührung kommen – sei es über entsprechend ausgestattete Geld- und Kreditkarten oder über dafür geeignete Smartphones.“

Ohnehin nutzt fast jeder in Deutschland bargeldlose Verfahren zumindest ab und zu. Während 93 Prozent regelmäßig bar zahlen, sind die bargeldlosen Bezahlmethoden mit 89 Prozent fast genauso beliebt. Und wenn Scheine und Münzen im Geldbeutel bleiben, ist die girocard mit 82 Prozent unangefochtener Spitzenreiter am POS. Kreditkarten landen abgeschlagen auf Platz zwei (36 Prozent).

Bedeutet das mittelfristig das Ende des Bargelds? Vermutlich nicht. Auch wenn die Bargeldabschaffung von Gegnern wie Befürwortern gleichermaßen oft thematisiert wird, sollte niemand die Scheine und Münzen vorschnell abschreiben. Doch die steigende Beliebtheit bargeldloser Zahlungssysteme zeigt, dass immer mehr Menschen deren Vorteile erkennen und schätzen. Ob das nun wirklich die bargeldlose Zukunft einläutet? Definitiv ist es ein Schritt hin zur weiteren Verbreitung von bequemerem, schnellerem und modernerem Bezahlen. ●

Ran an den Schlummergröschen

Offene Bezahlssysteme im Stadion

Ein gepflegter Rasen, eine neue Tribüne, ein renovierter VIP-Bereich: Das Stadion ist neben dem Kader das Aushängeschild eines Vereins. Alles muss perfekt sein. Daher setzen Vereine im Zuge ihrer Modernisierungsmaßnahmen vermehrt auf den Einsatz von Stadionkarten. Kein Kleingeldkramen mehr, kein Wechselgeld. Bei fanfreundlichen Bezahlösungen gibt es aber große Unterschiede. Gerade geschlossene Systeme, also Fankarten, die ausschließlich im Stadion verwendet werden können, finden zunehmend Kritiker.

Sich anstellen, um die Karte zu erwerben. Anstellen, um etwas zu kaufen. Nochmal anstellen, um die Karte zu entladen. Das ist alles andere als praktisch und modern. Wer nach dem Spiel noch schnell Bus oder Bahn erwischen muss, dem bleibt ein Restguthaben auf der Karte, der sogenannte „Schlummergröschen“. Besonders für Gästefans sind daher geschlossene Systeme ein Ärgernis. Die bargeldlosen Bezahlssysteme in einigen Stadien sind nicht nur unpraktisch, sondern rufen auch Verbraucherschützer auf den Plan. Die Regeln zur Rückerstattung sind kompliziert und die Warteschlangen am Ladeautomaten lang. Zu bedenken geben die Verbraucherschützer auch, dass die Gültigkeit der Bezahlkarte sehr kurz ist. Die Konsequenz der komplizierten Vorgänge: Besucher lassen das Guthaben auf der Karte einfach verfallen und die Vereine können mit dem Geld arbeiten, ohne dass sie dafür eine Dienstleistung erbracht haben.

Offenheit siegt!

Mit den Bezahlssystemen GeldKarte und girogo kann auch außerhalb des Stadions bezahlt werden – in ausgewählten Geschäften, im öffentlichen Personennahverkehr, an Vending-Automaten. Auch in anderen Stadien, in denen das offene System zum Einsatz kommt, können Fans das Restguthaben des letzten Stadionbesuchs ausgeben. Praktisch ist die moderne Bezahlösung auch für Gästefans oder sporadische Stadiongänger. Sie müssen keine gesonderte Stadionkarte erwerben, um die Bratwurst am Imbissstand zu bezahlen. Sofern die girocard der eigenen Bank oder Sparkasse mit GeldKarte oder girogo versehen sind, kann diese sofort im Stadion eingesetzt werden. Sie muss lediglich vorab im Stadion oder ganz bequem am Geldautomaten geladen werden. Ein zusätzliches Anstehen im Stadion entfällt.

Geschwindigkeit gewinnt!

Unabhängig vom Bezahlssystem müssen die Bezahlvorgänge im Stadion schnell gehen. Darüber sind sich wohl alle Beteiligten einig. Fans freuen sich, wenn sie den Anpfiff zur zweiten Halbzeit nicht in der Warteschlange am Imbiss verbringen müssen. Caterer freuen sich über höhere Umsätze durch schnellere Abverkäufe und somit mehr Kunden. Denn 69 Prozent der Fans stellen sich gar nicht erst an, wenn die Warteschlange zu lang ist.*

Aus diesen Gründen sind Stadionkarten so beliebt: Da die Kleingeldkramerei wegfällt, sind sie eine besonders schnelle und praktische Alternative zu Bargeld. Kontaktlos geht der Bezahlprozess am schnellsten. Karte vorhalten, fertig. Bereits ein Drittel der ersten Fußball-Bundesliga sowie einige Handball-, Basketball- und Eishockey-Arenen setzen auf die kontaktlose und offene Bezahlfunktion girogo. ●



Zum Stadionflyer



SV Sandhausen auf Modernisierungskurs

In acht Jahren vom Amateurclub zum Lizenznehmer der 2. Bundesliga. Der Erfolgskurs des SV Sandhausen (SVS) geht auch an seiner Heimspielstätte, dem Hardtwaldstadion, nicht spurlos vorbei. Für Fans wurden Tribünen gebaut und Logen integriert. In dem modernen Stadion erinnert nichts mehr an den kleinen Sandplatz von vor rund 70 Jahren. Auch beim Bezahlen setzt der Verein auf Modernität. Zusammen mit seinem langjährigen Partner, der Sparkasse Heidelberg, führte der SVS zur Rückrunde 2016/17 das bargeldlose Bezahlssystem girogo ein. Michael Becker, Teamleiter Marketing beim SV Sandhausen, resümiert: „Unsere Fans haben das neue Bezahlssystem schon sehr gut angenommen. Das Bezahlen geht schneller, die Warteschlangen am Imbiss sind kürzer und das restliche Guthaben können sie auch einfach außerhalb des Stadions ausgeben.“

VERBRAUCHER- VORURTEILE: ICH HABE GEHÖRT, DASS...

Wir räumen mit Vorurteilen
gegenüber Kartenzahlung auf

Beim Bezahlen sind die Deutschen nach wie vor dem Bargeld sehr verbunden. Prestige, Gewohnheit oder das Bedürfnis, sein Hab und Gut an etwas Haptischem festzumachen: Keiner weiß genau, woran das liegt. Im Laufe der Jahre haben sich zahlreiche Mythen rund um das Bezahlen etabliert, an die die Deutschen nach wie vor glauben. Viele – zu früheren Zeiten mitunter noch zutreffende – Vorurteile haben längst ihre Gültigkeit verloren. In dieser Themenstrecke räumen wir mit den hartnäckigsten auf.



„Ohne Moos nichts los.“

Ohne Bargeld kommt man nicht weit – ein Irrtum. Deutschlandweit ist das Bezahlen mit Karte nahezu überall möglich, nicht zuletzt weil es viele Vorteile für Verbraucher und Händler bietet. Im Einzel- und Großhandel, in der Gastronomie, beim Tanken oder bei Kultur- und Freizeiteinrichtungen. Hier ließen sich noch viele weitere Akzeptanten einreihen, bei denen ohne Moos in Form von Scheinen oder Münzen sogar sehr viel los ist – achten Sie beim nächsten Einkauf einfach auf das girocard-Logo an der Kasse!

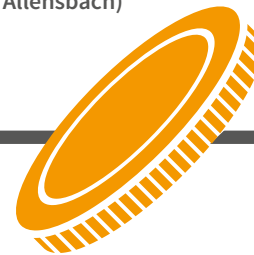
→ Wussten Sie, dass die Anzahl der aktiven Terminals von 2005 bis 2016 um 62 Prozent auf gut 796.000 gestiegen ist? (Quelle: Deutsche Kreditwirtschaft)



„Wenn ich mit Karte zahle, bin ich erst recht ein gläserner Mensch.“

Die Sorge, dass unbefugte Dritte die Transaktionen einsehen, ist unbegründet. Der Schutz des Kunden und seiner Daten bleibt bei Zahlungen mit girocard das oberste Gebot! Dafür sorgen die strengen Sicherheitsstandards der Deutschen Kreditwirtschaft und das Datenschutzgesetz. Dem Händler beispielsweise werden lediglich die für die Bezahlung erforderlichen Daten übermittelt. Dazu gehören die PAN (Primary Account Number) der girocard sowie der Zahlungsbetrag. Die PAN ist die Kartennummer, die nötig ist, um die Zahlung dem richtigen Konto zuzuordnen. Andere personenbezogene Daten, wie etwa der Name des Kunden, werden bei der Transaktion nicht zwischen Karte und Terminal ausgetauscht. Auch das Konto des Karteninhabers ist dessen Privatangelegenheit; schließlich sind die Bankmitarbeiter zu Bankgeheimnis und Datenschutz verpflichtet.

→ Wussten Sie, dass 73 Prozent der Bevölkerung die Zahlung mit girocard als sicher erachten – vor allem dann, wenn die Bestätigung durch die Eingabe einer PIN erfolgt? (Quelle: Allensbach)



„Kartenzahlungen sind nichts für Kleinbeträge.“

Ein Vorurteil, das fest in den Köpfen verankert scheint. Aber warum eigentlich? Aus technischer Sicht gibt es keinen Mindestbetrag, der für eine Kartenzahlung erreicht werden muss. Und der „Anstandsbetrag“ ist dank der heutigen Entgeltstruktur längst passé! Da das Entgelt der Transaktion für den Händler im Verhältnis zum Kaufpreis berechnet wird (max. 0,2 Prozent Händlerentgelt pro Transaktion), kann die Karte auch für eine Bezahlung kleinster Beträge verwendet werden.

→ Wussten Sie, dass der durchschnittliche mit der girocard getätigte Einkaufsbetrag zwischen 2003 und 2013 innerhalb von zehn Jahren um 34 Prozent gesunken ist? Im selben Zeitraum hat sich die Zahl der girocard-Zahlungen von 310 Millionen auf 2,038 Milliarden fast versiebenfacht. (Quelle: EHI)



„Wer mit Karte zahlt, verliert den Überblick.“

In der Boutique ein neues Kleid, am Kiosk die Lieblingsmagazine, im Supermarkt ein paar Getränke. Bei einer ausgiebigen Einkaufstour kann man schnell den Überblick über seine Ausgaben verlieren. Nach dem Shoppingrausch folgt die Ernüchterung: Wie kann es sein, dass der prall gefüllte Geldbeutel nun plötzlich so leer ist? Manche Barzahler heben immer nur einen bestimmten Betrag von ihrem Konto ab, um ihre Ausgaben anhand der übrigen Scheine im Portemonnaie nachzuvollziehen. Aber wofür genau sie ihr Geld ausgegeben haben, wissen sie nur, wenn sie akribisch Buch führen. Wer hingegen mit girocard zahlt, sieht alle Transaktionen auf einen Blick auf dem ausgedruckten Kontoauszug oder – noch komfortabler und jederzeit verfügbar – im Onlinebanking. Viele Kreditinstitute bieten sogenannte Finanzmanager, dank derer man seine kategorisierten Ausgaben als Diagramm ansehen und speichern kann – das Haushaltsbuch 2.0.

→ Wussten Sie, dass Onlinebanking immer beliebter wird? Bei 60 Prozent aller Girokonten haben sich die Inhaber für ein digital verwaltbares Konto entschieden. (Quelle: Deutsche Bundesbank, Zahlungsverkehrs- und Wertpapierabwicklungsstatistiken in Deutschland 2011–2015)

„Mit Karte zahlen dauert länger als mit Bargeld.“

Den Betrag von der Anzeige ablesen, Kleingeld im Portemonnaie suchen, womöglich keines finden und dann doch mit einem Schein bezahlen und auf das Wechselgeld des Kassierers warten – das Prozedere, das manchmal sehr viel Zeit kostet, kennt jeder. Dabei gibt es eine bequeme Alternative: Karte stecken, PIN eingeben. Das geht schon beim Lesen schneller. Übrigens: Noch schneller geht das seit neuestem kontaktlos mit der girocard.

→ Wussten Sie, dass kontaktloses Bezahlen messbar schneller ist als Barzahlung? Im Februar 2017 wurden in einem Kurzcheck 40 Einkäufer im Lebensmitteleinzelhandel beobachtet. Die Beträge waren immer unter 25 Euro. Von der Betragsnennung bis „Zahlung erfolgt“ bzw. bis das Wechselgeld gezahlt wurde, dauerte der Bezahlvorgang im Schnitt bei kontaktlosem Bezahlen mit girocard elf Sekunden, bei Stecken der girocard mit PIN-Eingabe 24 Sekunden und mit Bargeld 26 Sekunden. (Quelle: Messung der EURO Kartensysteme GmbH im Lebensmitteleinzelhandel unter 40 Probanden, Februar 2017)



HÄNDLER- VORURTEILE

„Cash in der Täsch – Nur bei Barzahlungen weiß ich, dass ich das Geld auch sicher bekomme.“

Ganz im Gegenteil! Wer Bares abends zur Bank trägt, geht schließlich jedes Mal aufs Neue ein Sicherheitsrisiko ein. Wird dagegen mit der girocard und dem Chip-PIN-Verfahren bezahlt, handelt es sich um garantierte Umsätze, die gleich auf dem Konto landen. 100 Prozent Zahlungsgarantie für 100 Prozent zufriedene Händler. Zusätzlich werden die Umsätze übersichtlich, transparent und effizient für die Abrechnung aufgelistet.

→ **Wussten Sie, dass die Bundesbank im Jahr 2015 rund 95.500 falsche Euro-Banknoten im Nennwert von 4,4 Milliarden Euro registrierte? Die Zahl der Fälschungen lag damit um 51 Prozent höher als im Vorjahr. (Quelle: Deutsche Bundesbank)**

„Für mich als Händler ist es zu aufwendig, die Infrastruktur für die Kartenakzeptanz zu betreiben.“

Falsch – denn der zuständige Serviceprovider steht den gewerblichen Nutzern während der gesamten Nutzungsdauer des Terminals über eine Hotline zur Seite. Jeder Händler erhält technische Unterstützung und einen Ansprechpartner bei Fragen zur Abrechnung und Abwicklung der Transaktionen. Auch die Bank oder Sparkasse unterstützt mit hilfreichen Tipps bei der Umsetzung.

→ **Wussten Sie, dass nahezu drei Viertel (71 Prozent) der Einzelhändler die Beratungsleistung der Bank oder von den Anbietern der Bezahlssysteme als (sehr) gut bewerten? (Quelle: GfK)**

**Wussten Sie, dass...
das girocard-System besonders günstig ist?**

Seit Dezember 2015 dürfen die Transaktionsentgelte der Kartenherausgeber für alle Debitzahlungen, z.B. mit der girocard, maximal 0,2 Prozent des Umsatzes betragen und sind frei verhandelbar. Obendrauf kommen für den Händler noch die Entgelte für die Transaktionsverarbeitung durch den Netzbetrieb bzw. den Acquirer. Gegebenenfalls, jedoch nicht für die girocard, fallen noch Entgelte (z.B. sogenannte Lizenzentgelte) an den Anbieter des Zahlungssystems an.

Das EHI Research Institute hat die Höhe der Zusatzkosten verschiedener Debit-Systeme abhängig vom Umsatzvolumen ermittelt. Das Ergebnis: Besonders günstig ist die girocard. Und das für alle Umsatzvolumina.

(Quelle: EHI-Erhebung 2016)



Münzprüfung: hohe Kosten für bare Münze Auf Heller und Pfennig

Der Glaube, Kartenzahlungen seien für die Händler teurer als Barzahlungen, hält sich hartnäckig. Doch die eigentlichen Kosten für Bargeld kann kaum ein Händler so richtig beziffern. Dafür sorgen viele indirekte Kosten – allen voran die Münzprüfung. Der Geldtransport zur Bank, Besorgen von Münzrollen, falsches Herausgeben durch das Personal und die Sicherheitsvorkehrungen: Das alles würde bei weniger oder ohne Bargeld auch entsprechend sinken. Die Entgelte und Anschaffungskosten der Infrastruktur für eine Kartenakzeptanz können sich somit amortisieren – Kundenkomfort und die bessere Ausgangsbasis für zukünftige technische Entwicklungen noch gar nicht eingerechnet.



Von der Kasse aufs Konto

Eine EU-Verordnung verpflichtet Banken seit dem 01. Januar 2015, Euro-Münzen auf Echtheit und Beschädigungen zu überprüfen. Wo Banken die Münzrollen der Händler früher nur wiegen mussten, müssen sie nun jede einzelne Münze prüfen. Die Maschinerie dafür kostet um die 200.000 Euro. Und jeder Mitarbeiter, der bei einer Bank mit Münzen klimpert, muss regelmäßig an Schulungen der Bundesbank teilnehmen. Diese enormen Kosten müssen Banken verständlicherweise auch weiterberechnen.

Mal sind es 50 Cent pro Rolle, mal fünf Euro ab der zweiten Einzahlung im Quartal – die Kosten für das Einzahlen von Bargeld variieren von Bank zu Bank. Eines bleibt aber fast immer gleich: die enormen Kosten für Händler. Oft überschreiten die Gebühren sogar den Münzwert.

Dennoch bleiben die Deutschen dem Bargeld (noch immer) treu. Das war schon immer so, weil der Gang zum Geldautomaten Routine ist und jeder die Hinweise „Kartenzahlung erst ab zehn Euro“ vor

dem geistigen Auge hat. Obwohl auch Kunden immer häufiger mit Karte zahlen, sind Münzen und Scheine an der Tagesordnung. Der Handel ist damit auf einen gewissen Bargeldbestand angewiesen. Bisher liegt der Bargeldanteil laut EHI bei 52,4 Prozent* – prognostiziert wird allerdings, dass in voraussichtlich zwei bis drei Jahren mehr als die Hälfte der Transaktionen elektronisch erfolgen. Dieser Trend wird sich auch in Zukunft fortsetzen, vielleicht durch kontaktloses Bezahlen sogar beschleunigen. ●

Löcher in den Kassen und Streit in der Koalition

Wie der „Schutz vor Manipulation an digitalen Grundaufzeichnungen“ die Bundesregierung polarisierte.

Durch manipulierte Kassensysteme entgehen dem Fiskus jährlich Steuereinnahmen in nicht genau zu beziffernder Höhe. Während die Bundesländer Steuerausfälle in zweistelliger Milliardenhöhe identifizierten, stellte man im Bundesfinanzministerium lediglich Verluste in dreistelliger Millionenhöhe fest. Entsprechend divergierende Auffassungen herrschten lange Zeit zwischen Bund und Ländern über notwendige gesetzgeberische Maßnahmen, um Steuerbetrug mittels manipulierter Ladenkassen und unterschlagener Rechnungen zu verhindern. Über den Bundesrat und die Finanzministerkonferenz hatten einige Bundesländer bereits seit langem versucht, ein Gesetzgebungsverfahren in Gang zu bringen. Im Frühjahr 2016 legte das Bundesfinanzministerium schließlich einen Gesetzentwurf mitsamt einer Verordnung zum „Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen“ vor.

Die Veröffentlichung des Referentenentwurfs war für die Initiative und einige ihrer Mitglieder vor allem deshalb relevant, weil die Folgen anfangs nicht abzusehen waren. Die genaue Definition des Wortes „Kassensystem“ im Gesetzentwurf blieb bis zuletzt unklar und damit auch, ob Geräte wie Taxameter, Registrierkassen, Warenautomaten und Vereinskassen von den neuen Regelungen betroffen sind. Es bestand die Gefahr, dass sämtliche betroffenen Geräte, die die Anforderungen aktuell nicht erfüllen, mit erheblichen Kosten für die Unternehmen hätten ersetzt oder nachgerüstet werden müssen.

Der Referentenentwurf des Bundesfinanzministeriums war vergleichsweise zurückhaltend formuliert und gestaltete sich technologieoffen, obwohl eine vom Bund geförderte Technologie zum Schutz der digitalen Aufzeichnungen von Bargeschäften gegen Manipulationen existierte: die Integrierte Sicherheitslösung für messwertverarbeitende Kassensysteme, kurz: **INSIKA**. Die genaue Ausgestaltung des Gesetzentwurfs war innerhalb der Koalitionsfraktionen von vornherein umstritten. Die Union stimmte mit der Linie des Gesetzentwurfs größtenteils überein, der SPD griff er jedoch zu kurz. Die folgenden Verzögerungen im Gesetzgebungsprozess ließen den Ausgang zeitweilig völlig unklar werden. Zentraler Streitpunkt waren die von der SPD geforderten Belegausgabe- und Registrierkassenpflichten, auf welche sich die CDU/CSU nicht einlassen wollte. Darüber hinaus gab es Diskussionen über die Definition des Wortes „Kasse“ und des damit zusammenhängenden Geltungsbereiches des Gesetzentwurfs sowie über die Umsetzungsfristen.

Ende 2016 einigte sich die Koalition auf einen Kompromiss und der Gesetzentwurf wurde in der letzten Sitzungswoche von Bundestag und Bundesrat verabschiedet. Eine Definition des

Begriffs „Kassensysteme“ wurde beschlossen, die Taxameter und Warenautomaten zunächst von der Regelung ausnimmt. Im Rahmen von Technischen Verordnungen hat das Bundesfinanzministerium jedoch die Option, den Anwendungsbereich zu erweitern – sofern Bundestag und Bundesrat der Erweiterung zustimmen. Auch wenn Warenautomaten im Hinblick auf den Anwendungsbereich derzeit nicht im Fokus stehen: Ein kontinuierliches Beobachten der weiteren Entwicklung ist unerlässlich.

Darüber hinaus einigte man sich auf eine Belegausgabepflicht sowie Einzelaufzeichnungspflicht jeweils mit Ausnahmen, die für neue Kassen ab dem 1. Januar 2020 und für bestehende Kassen ab dem 31. Dezember 2022 gelten. Die Ausnahmen betreffen vor allem Unternehmen wie etwa Bäckereien, die ihre Ware zumeist gegen Barzahlung an eine Vielzahl von nicht bekannten Personen verkaufen. Eine Befreiung von dieser Pflicht muss beim Finanzamt beantragt und genehmigt werden. Zudem wird eine Kassennachschau ab dem 1. Januar 2018 eingeführt.

Auch der Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft und der Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller, langjährige Vereinsmitglieder der Initiative, begleiteten das Verfahren und wirkten daran mit, eine Ausweitung der Pflichten auf Warenautomaten, Registrierkassen, Taxameter usw. vorerst abzuwenden. ●

In die Karten geschaut

Allensbach-Umfrage zur girocard

Ein Blick in die Karten des Gegenübers gilt zumindest am Spieltisch als Unsitte, die alles andere als gern gesehen ist. Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme wagt diesen Blick dennoch Jahr für Jahr im Rahmen einer repräsentativen Studie – selbstverständlich nur auf jene Karten bezogen, die einen Platz in den Portemonnaies der Deutschen einnehmen. Im September 2016 befragte das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative daher die Verbraucher in Deutschland zu deren Bezahlpräferenzen und -verhalten. Insgesamt 1.407 Personen ab 16 Jahren wurde hierfür „in die Karten geschaut“ – mit spannenden Ergebnissen.

Die Studie fördert mitunter positive Überraschungen zu Tage – etwa bei der Frage nach dem bevorzugten Zahlungsmittel. Zwar ist uns Deutschen das Bargeld bekanntermaßen nach wie vor lieb und teuer; mit 66 Prozent sprachen sich zwei von drei Befragten grundsätzlich für den Einsatz von Scheinen und Münzen aus. Doch gab mit 29 Prozent auch ein knappes Drittel der Bevölkerung an, am liebsten mit Karte zu zahlen. Insbesondere im Vergleich zum Vorjahr, als noch 19 Prozent der Befragten der Karte den Vorzug gaben, verweist dies auf einen erheblichen Sprung in der Beliebtheit der kartenbasierten Bezahlung hierzulande. Die größten Verfechter der Kartennutzung sind dabei die 30- bis 44-Jährigen. Insgesamt 44 Prozent, also fast jeder Zweite, greift in dieser Altersgruppe beim Bezahlen generell lieber zur Karte. Die Vorteile der chipbasierten Bezahlung äußern sich laut Studie vor allem in der Modernität (78 Prozent) und Hygiene (65 Prozent) sowie in Sachen Komfort und Flexibilität (64 Prozent und 62 Prozent). Erwartungsgemäß schwören die „älteren Semester“ ab 60 Jahren

nach wie vor dem Baren die Treue – von ihnen befürworten 82 Prozent eher Papier- und Metallgeld.

Welche Karte wird gespielt?

Das Resultat bis hierher ist also eindeutig: In deutschen Geldbeuteln fühlt sich die Karte zunehmend heimischer. Ebenso wie am Spieltisch stellt sich damit aber natürlich auch die Frage, welche Karte denn nun gespielt wird, wenn die Hand ins Portemonnaie greift. An dieser Stelle hat die girocard eindeutig die Nase vorn. Von denjenigen Befragten, die sowohl eine girocard als auch eine Kreditkarte besitzen, gaben 59 Prozent an, das Multitalent der Deutschen Kreditwirtschaft zu bevorzugen. Der Kreditkarte geben zwölf Prozent den Vorzug. Weitere 27 Prozent entscheiden dagegen situationsabhängig, sie bezahlen gleichermaßen gerne mit girocard und Kreditkarte. Dabei ist, wie die Studie belegt, die girocard ein Zahlungsmittel für jedermann: Während sie in durchweg allen Bevölkerungskreisen ähnlich häufig vorhanden ist, ist der Besitz einer Kreditkarte schichtgebunden.

Kein Bargeld – und nun?

Für eine weitere Frage nahm die Allensbach-Studie die Teilnehmer mit in ein kleines Gedankenexperiment. Einmal angenommen, es gäbe in Zukunft kein Bargeld mehr: Welche alternativen Zahlungsmethoden würden stattdessen am liebsten genutzt? Immerhin 74 Prozent der Deutschen würden in solch einem Falle zur girocard greifen, 31 Prozent zur Kreditkarte. Fragt man nach Innovationen auf dem Zahlungsmarkt, so zeigt sich: Offen für eine Bezahlung auf Basis der kontaktlosen NFC-Technologie via Karte sind der Studie nach 61 Prozent der 16- bis 29-Jährigen. Weitere 56 Prozent der Befragten aus der gleichen Altersgruppe können sich vorstellen, kontaktlos via Smartphone zu bezahlen. So modern und zukunftsweisend diese Ergebnisse anmuten, so wenig repräsentativ ist die Generation der „Digital Natives“ in dieser Hinsicht jedoch für die Gesamtbevölkerung – die meisten Befragten sind solchen Bezahlverfahren gegenüber derzeit weiterhin zurückhaltend. ●

Sämtlicher digitaler Innovation zum Trotz lautet das Fazit der Allensbach-Befragung: Neben dem Bargeld ist und bleibt die Karte – allen voran die girocard – der Deutschen liebstes Zahlungsmittel. Ein Sachverhalt, der nur allzu verständlich ist. Immerhin ist nicht nur dem passionierten Kartenspieler bekannt, dass es stets von Vorteil ist, ein gutes Blatt auf der Hand zu haben.

Für **44%**

der 30- bis 44-Jährigen ist die girocard beim Bezahlen das Ass im Ärmel.



Die Jahresveranstaltung der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Innovation oder Gewohnheit – wem gehört die Zukunft des Bezahls in Deutschland?

Einst ein abstraktes Modewort, mittlerweile ein konkreter und fester Bestandteil unseres Alltags: Die Digitalisierung schreitet mit rasanter Geschwindigkeit voran und berührt beinahe alle Bereiche unseres täglichen Schaffens. Ein Arbeitstag ohne E-Mails ist heutzutage genauso wenig vorstellbar wie lange Reisen ohne E-Book-Reader. Aber: Manifestiert sich technologischer Fortschritt gleichermaßen auch in unseren Geldbörsen oder setzen wir beim Bezahlen hierzulande eher auf langfristig bewährte Zahlungsarten? Diese Frage bildete das Thema des elften Parlamentarischen Abends der Initiative Deutsche Zahlungssysteme am 17. März 2016 in Berlin.

„Die Digitalisierung nimmt auch im Bereich des Bezahls immer mehr an Fahrt auf“,

betonte Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Dr. Jens Zimmermann,
Mitglied des Deutschen Bundestages



In kaum einer Branche scheint das Spannungsfeld zwischen Innovationsbereitschaft und Macht der Gewohnheit so ausgeprägt wie in der Finanzwirtschaft, in der etablierte Zahlungsprodukte neuen digitalen Konzepten gegenüberstehen. Für den Bundestagsabgeordneten Dr. Jens Zimmermann äußern sich Bewährtes und Neues jedoch nicht zwangsläufig als Widerspruch. Ganz im Gegenteil: „Es muss gelingen, Innovation bei Finanzdienstleistungen entsprechend zu fördern, den Schutz der Verbraucher aber in bekanntem Maße zu wahren.“ Aufgabe der Politik sei es dabei, einen Ausgleich zwischen diesen Interessen und Perspektiven zu finden. In seiner Keynote plädierte er dafür, die Öffnung hin zu neuen Geschäftsmodellen und Technologien in erster Linie als Chance zu begreifen.

Doch wie äußert es sich, wenn man einen Blick auf die Ebene der Verbraucher wirft? Aufschluss über die Technologie-



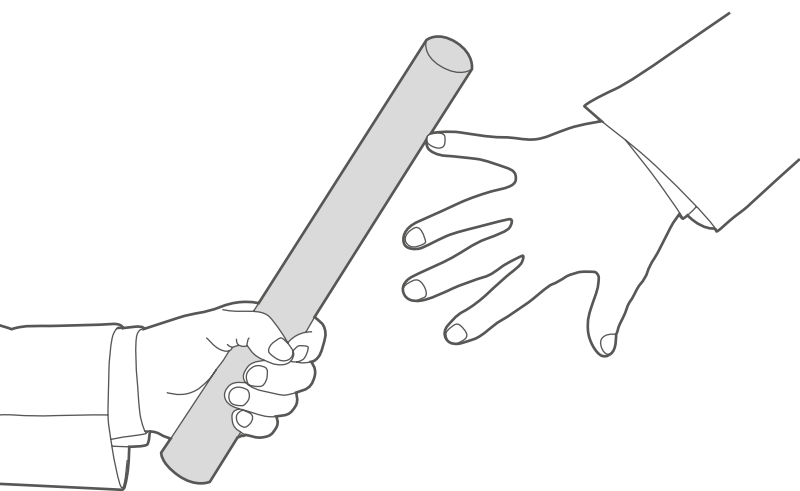
aufgeschlossenheit und -akzeptanz der Deutschen gab Jan-Paul Leuteritz vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation. Während er sich den psychologischen Aspekten rund um die Nutzung moderner Bezahlverfahren widmete, berichtete Franz-Reinhard Habel – Pressesprecher des Deutschen Städte- und Gemeindebunds – den Teilnehmern von seinem Experiment „Habel ohne Bargeld“. Er hatte im Vorfeld des Parlamentarischen Abends eine Woche lang gänzlich auf Scheine und Münzen verzichtet und all seine Ausgaben elektronisch getätigt. Sein Fazit: E-Payment ist zeitgemäß und ein Alltag ohne Bargeld zweifelsohne schon heute möglich. Auch Jens Stolte vom UNITI Bundesverband

mittelständischer Mineralölunternehmen zeigte sich erfreut über diese Erfahrungen. Schließlich ist die Branche, als deren Vertreter er sprach, seit Jahren treibende Kraft, wenn es um die Förderung innovativer elektronischer Bezahlverfahren geht.

Die Tatsache, dass man heutzutage nahezu überall in Deutschland bargeldlos bezahlen kann, ist dabei eng verbunden mit dem Siegeszug der girocard, die im Vorjahr ihr 25-jähriges Bestehen feierte. Anlass genug für Joachim Fontaine vom Bundesverband deutscher Banken, die bisherigen Erfolge und Herausforderungen Revue passieren zu lassen. Gleichwohl sein Impulsvortrag die Anwesenden mit auf eine Reise in die Vergangenheit nahm, richtete sich sein Blick vor allem gen Zukunft. Ein umfassender Innovationsmanagementprozess der Deutschen Kreditwirtschaft wird den Weg weisen in eine noch modernere Bezahllandschaft in Deutschland, in der die feste Position der girocard im Markt weiterhin Bestand haben wird.

Am Ende des Abends konnte Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme, auf eine angeregte Diskussion auf Basis vieler verschiedener Stimmen und Perspektiven zurückblicken – und sah sich einmal mehr im Engagement des Vereins bestätigt. „Die Digitalisierung nimmt auch im Bereich des Bezahls immer mehr an Fahrt auf. Wir haben heute Abend gesehen, dass Best-Practice-Beispiele vorhanden sind, innovationsfördernde Akteure mit gutem Beispiel vorangehen und die Vorteile elektronischer Bezahlung von den Verbrauchern erkannt werden.“

Ausruhen will sich die Initiative Deutsche Zahlungssysteme auf diesen Erfolgen aber nicht. Vielmehr ist es Anliegen des Vereins, weiterhin für Offenheit und Akzeptanz gegenüber bargeldlosen Bezahlverfahren einzustehen und entsprechende Rahmenbedingungen für die zunehmende Technologisierung des Bezahls zu schaffen. Mit der girocard, dem beliebtesten kartenbasierten Zahlungsmittel in Deutschland, und ihren weiteren Funktionen und Ausrichtungen wird dies gelingen. ●



BVR übernimmt Federführerschaft der Deutschen Kreditwirtschaft

Zum Jahresbeginn 2017 löste der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken den Bundesverband deutscher Banken in der Rolle als Federführer der Deutschen Kreditwirtschaft ab. Die Federführung wechselt jährlich zwischen dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband und den beiden genannten kreditwirtschaftlichen Spitzenverbänden. In bankfachlicher Hinsicht liegen die Arbeitsschwerpunkte der Deutschen Kreditwirtschaft während dieses Zeitraums unter anderem auf der gemeinsamen europäischen Einlagensicherung und der Vollendung des Baseler Regelwerks zu Eigenkapital und Liquidität.

Verwaltung digital: zwischen Ernüchterung und Aufbruch

Vielmehr Nachzügler denn Vorreiter – so muss man Deutschland im internationalen Vergleich ehrlicherweise beschreiben, wenn es um die Digitalisierung geht. Das äußert sich einerseits in der hierzulande nach wie vor bestehenden engen Beziehung zu Bargeld; noch viel stärker aber im Hinblick auf den Umgang mit elektronischen Regierungsangeboten, wie der eGovernment MONITOR der Initiative D21 zeigt. Zwar steigt die Nutzung langsam an, sie liegt aber weiterhin auf niedrigem Niveau. Chancenorientiert mutet dagegen an, dass die Bedenken der Bürger in Bezug auf Datenschutz und -sicherheit im Vergleich zur letzten Untersuchung um fast 20

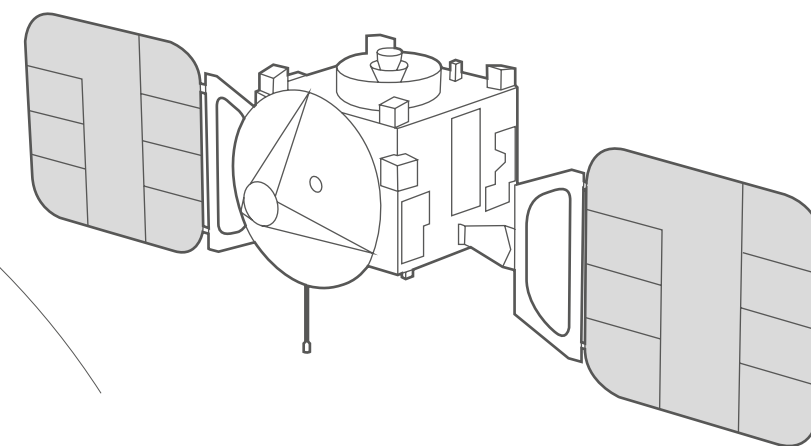
Prozent sanken und so niedrig sind wie nie zuvor. Fest steht: Mit dem digitalen Personalausweis vom Sofa aus bequem ein Konto eröffnen oder die Punkte in Flensburg abfragen ist nicht nur zeitgemäß, sondern auch praktisch. Möglich ist das etwa in Verbindung mit dem Kartenlesegerät unseres Fördermitglieds REINER SCT, dem prämierten CyberJack RFID Basis.

Verifone und TeleCash erhalten für H5000 als Erste die Freigabe für girocard kontaktlos

Die einen beginnen das neue Jahr mit einem Glas Sekt in der Hand, die anderen mit der kontaktlosen girocard. Nun, da sich seit Anfang 2017 bereits mehr als 14 Millionen der zukunftsfähigen girocards in Deutschland im Umlauf befinden, erhielt das H5000 unseres langjährigen Vereinsmitglieds Verifone als erstes Terminal im Netzbetrieb der TeleCash eine Freigabe für entsprechende Zahlungen. Das Hybridterminal ermöglicht Verbrauchern, ihre Kosten via NFC-Technologie mit girocard kontaktlos modern, simpel und schnell zu entrichten – bei gleichbleibend hohen Sicherheitsstandards. Seit dieser Zeit haben übrigens auch weitere Terminals (Ingenico, ICP etc.) und weitere Netzbetreiber (Card Process, Intercard etc.) ihre Zulassung erhalten.

Trotz Wahl keine Qual – Anwendungsauswahl am Point of Sale

Eine neue EU-Regulierung – die sogenannte IF-Regulierung – ermöglicht Verbrauchern bei Kartenzahlungen am Point of Sale-Terminal, die Auswahl einer auf der Karte befindlichen Bezahlanwendung selbst zu bestimmen. Schließlich ist auf den an das Girokonto geknüpften Karten der deutschen Banken und Sparkassen neben dem deutschen Bezahlssystem girocard häufig noch ein weiteres Bezahlssystem hinterlegt – beispielsweise Maestro oder Vpay. Welches genau, kann man an den abgedruckten Logos erkennen. Für Verbraucher wichtig: An den technischen Hintergründen des Bezahlvorgangs ändert sich durch die Anwendungsauswahl nichts, auch die Kosten für den Karteninhaber betreffend – unabhängig davon, welche Anwendung letztlich gewählt wird. Es liegt in der Verantwortung der Händler, die Anwendungsauswahl gesetzeskonform umzusetzen. Die BaFin ist die zuständige Aufsichtsbehörde. Im Interesse des Verbrauchers und des Handels sollen zusätzliche Interaktionen am Bezahlterminal wenn möglich vermieden werden. Die Entscheidung der BaFin darüber, in welcher Form die Anwendungsauswahl am Terminal konkret umgesetzt werden wird, steht derzeit noch aus.



E-Payment: global im Trend

Wie eine aktuelle Statistik von Retail Banking Research – einem anerkannten Forschungsanbieter im Bereich des Bezahls – zeigt, schrumpft der Anteil von Bargeldzahlungen global gesehen zugunsten von Transaktionen mit Kredit- oder Debitkarten. Rund die Hälfte aller elektronischen Zahlungen wird demnach mit dem „monetären Plastik“ getätigt. Eine beachtliche Entwicklung: In den vergangenen fünf Jahren stiegen bargeldlose Zahlungen weltweit gar um 52 Prozent. Als nächste große Trends werden das kontaktlose Bezahlen sowie Peer-to-Peer-Payment, ein Geldtransfer von Privatperson zu Privatperson, identifiziert.

Das Multitalent girocard und seine Zusatzfunktionen

Elektronisch bezahlen mit Abbuchung vom Girokonto, Bargeld abheben, Kontoauszüge drucken – all das ist mit der girocard möglich. Doch die Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft kann noch mehr. Auch dank der auf dem Chip



hinterlegten Zusatzfunktionen ist sie beliebter Begleiter im Alltag. Am bekanntesten: der Altersnachweis. 63 Prozent der girocard-Inhaber wissen um die Möglichkeit, ihre Karte zum Altersnachweis beispielsweise am Zigarettenautomaten einsetzen zu können. Geschätzt werden außerdem die in die meisten girocards integrierten Prepaid-Bezahlverfahren GeldKarte und girogo: Je rund 60 Prozent erachten deren Nutzung in Parkhäusern, an Parkschein- oder Fahrkartenautomaten als praktisch. Zu diesen Ergebnissen kommt eine repräsentative Studie, für die das Institut für Demoskopie Allensbach im September 2016 im Auftrag der Initiative 1.407 Personen ab 16 Jahren befragte.

girocard kontaktlos: Hand in Hand mit dem Handel

Frühlingsgefühle – nicht nur für verliebte Pärchen, sondern auch für Fans moderner Bezahlverfahren: Esso, Aldi Süd und Aldi Nord kündigten an, ihre Infrastruktur umzustellen und das Zahlen mit girocard kontaktlos an ihren Standorten zu ermöglichen. Bei Lidl, REWE, PENNY und toom ist die Zahlung mit girocard kontaktlos bereits möglich. Dank der aktuellsten Innovation der Deutschen Kreditwirtschaft profitieren die Lebensmittel- und Tankstellenfilialisten wie auch deren Kunden von einem noch schnelleren und einfacheren Bezahlvorgang am Point of Sale. ●

Elektronisches Bezahlen in der Schulmensa

Auch wenn die Schulmensa funktioniert, entdeckt man bei genauerem Blick meist noch etwas, das man gern verbessern würde. Wer in der eigenen Schule dabei an Schüler denkt, die nach der Mittagspause zu spät zurück zum Unterricht kommen oder den Teller halb gefüllt zurückgeben, weil die Zeit nicht reicht, um aufzuessen, für den können girogo und GeldKarte die Abläufe optimieren. Dank Vorbestellung und schneller Bezahlung mit der intelligenten Prepaid-Lösung auf der girocard können Warteschlangen verkürzt werden und den Kindern bleibt mehr Zeit zum Essen, Spielen und Tratschen. Mit unserer Checkliste haben Sie im Blick, worauf es bei der Einführung ankommt.



Checkliste für Entscheidung & Einführung

Für die passende Lösung sollten Schulen gemeinsam mit ihrem Dienstleister folgende Fragen beantworten:

- ☐ Soll nur eine Schule über das System abgedeckt werden oder gleich mehrere?
- ☐ Wie viele Mensen sollen an das System angeschlossen sein?
- ☐ Wie viele Schüler besuchen die beteiligten Schulen?
- ☐ Wie viele Essen werden aktuell ausgegeben? Mit wie vielen Essen rechnen Sie in Zukunft?
- ☐ Sollen die Schüler ihr Wunschgericht vorbestellen? (Das erleichtert die Planung für den Caterer und hilft, Überschussmengen zu reduzieren.)
- ☐ Wie viele Menüs werden angeboten?
- ☐ Werden aktuell Kinder nach dem Bildungs- und Teilhabepaket bezuschusst? (Bei girogo und GeldKarte erfolgt dies diskret, für Außenstehende nicht erkennbar.)
- ☐ Wie viele Essensausgabe-Systeme und Kassen sind geplant? Ist ein Platz für sie vorgesehen?
- ☐ Wie sind die technischen Voraussetzungen? Sind Internetanschlüsse (DSL) und mindestens zwei Stromanschlüsse je Kasse/Terminal vorhanden?
- ☐ Sollen auch Kiosk-Kassen oder Automaten an das System angeschlossen werden?

Darauf sollten sie achten:

- ☐ Die Schule selbst sollte das bargeldlose Bezahlungssystem erwerben und betreiben, nicht der Caterer. So kann das Kassensystem bleiben, auch wenn der Caterer wechselt.
- ☐ Die Übergangszeit von Bargeld zu bargeldloser Bezahlung sollte so kurz wie möglich sein. Die Schüler gewöhnen sich so schneller an das neue System.

Vernetzt für modernes Bezahlen in Deutschland

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

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

*78 Stimmen,
eine Botschaft –
die Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.*

Aktivitäten der Initiative Deutsche Zahlungssysteme



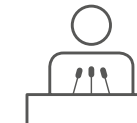
Interne Kommunikation

Newsletter, Mailings sowie Monitoringberichte zu branchenspezifischen, politischen und vereinseigenen Entwicklungen; Information, Service und Beratung.



Die Website

Verlinkung mit den Mitgliedsunternehmen; Aufgreifen der Inhalte von girocard.eu, geldkarte.de und girogo.de sowie des Magazins und der Pressearbeit.



Politische Kommunikation

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



Recherche

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



Das Magazin

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



Pressearbeit

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



Koordination

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



Event

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



Jetzt Mitglied werden

www.initiative-deutsche-zahlungssysteme.de

Vorstellung neuer Mitglieder



CardProcess GmbH

Das Unternehmen mit Sitz in Karlsruhe bildet das Kompetenzzentrum der Genossenschaftlichen Finanzgruppe Volksbanken Raiffeisenbanken für das bargeldlose Bezahlen und gehört zu den führenden Paymentanbietern in Deutschland. Unter der Leistungsmarke VR pay bietet die CardProcess GmbH ihren Kunden umfassende Leistungen an, die von der Kartenakzeptanz über den Point of Sale-Netzbetrieb hin zu Autorisierung und Serviceangeboten für Banken und Händler reichen. Zudem umfasst das Angebotspektrum das Processing aller Transaktionen internationaler Kredit- wie auch Debitkarten, darunter auch die girocard der Deutschen Kreditwirtschaft.



City Kaufleute Kassel e.V.

Mit rund 5.000 Passanten pro Stunde gehört die Obere Königsstraße in der Kasseler Innenstadt zu den beliebtesten Einkaufsmeilen in Deutschland. Eine Frequenz, zu der auch das Engagement der City Kaufleute Kassel e.V. beiträgt. Anliegen des Vereins – eines Zusammenschlusses der Kaufleute der Kasseler Innenstadt – ist es, das Zentrum der nordhessischen Metropole für Besucher attraktiv und interessant zu machen. Dazu gehören Konzepte zu Stadtentwicklung und -gestaltung ebenso wie Gutscheine- oder Gewinnspielaktionen, Aktivitäten auf den Einkaufsstraßen und Diskussionen rund um das stadtteigene Selbstverständnis. Ein Vereinsmitglied, über das wir uns insbesondere vor dem Hintergrund des Innovationsstandortes girocard city sehr freuen!



Professional Services GmbH Datentechnik

Jüngster Unterstützer der Initiative ist die Professional Services GmbH Datentechnik, kurz: PRO SERVICES. Das Unternehmen mit Sitz in Villingen-Schwenningen wurde 1996 gegründet. Es ist aus der Firma Bernstorff EDV Dienstleistungen hervorgegangen, die bereits fünf Jahre zuvor damit begonnen hatte, Softwarelösungen rund um Chipkarten für Partnerunternehmen zu entwickeln. Zum Einsatz kommen die angebotenen Produkte bei Unternehmen aus Industrie und Handel sowie an Universitäten, in Vereinen und Institutionen des Öffentlichen Dienstes. Darüber hinaus liefert PRO SERVICES seit einigen Jahren auch Automaten und Terminals aus eigener Produktion – individuell angepasst an die Wünsche der Kunden und einsetzbar in Kombination mit einer Vielzahl von Chipkartenanwendungen.



ZIIB Zahlungssysteme GmbH

Mit der ZIIB Zahlungssysteme GmbH dürfen wir eine unabhängige Beratungsagentur in unserem Verein begrüßen, die sich der Integration und Interaktion von Zahlungssystemen verschrieben hat. Das Unternehmen mit Sitz in Berlin entwickelt Konzepte für moderne bargeldlose Zahlungssysteme im Auftrag von Finanzdienstleistern, Banken, Sparkassen und Kommunen wie auch Handelsunternehmen. Mit innovativen Lösungen sollen private und öffentliche Marktpräsenzen modernisiert und damit nachhaltige Vorteile im Wettbewerb geschaffen werden. Auch das Erschließen weiterer Anwendungsfelder für bargeldlose Bezahlmethoden steht im Fokus unseres neuen Mitgliedes.

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

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
elisabeth.zattler@relatio-pr.de · www.initiative-dz.de

Redaktion

Sandra Schubert, Sina Träger, Elisabeth Zattler,
Celina Lelle, Nina Kuffer

Gastautoren

Rudolf Linsenbarth, freier Journalist und Blogger
Nicole Maisch, MdB
Matthias Hönisch, Head of Cards beim BVR

Anzeigen

REINER SCT (U2)
girocard (U3)

Konzeption und Gestaltung

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

Produktion/Druck

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

Auflage

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

Bildnachweis

Birk Poßacker (S. 3), Mumbächer Fotografie (S. 4, 12, 24, 25, 36, 44, 45, 48),
Matthias Hönisch (S. 23), Rudolf Linsenbarth (S. 26), Nicole Maisch (S. 29),
Deutscher Bundestag/Thomas Trutschel/photothek.net (S. 40),
EURO Kartensysteme GmbH (S. 5, 11, 16, 28, 38),
iStock/bluejayphoto (S. 4, 7), iStock/wuratyavuz (S. 4, 18), iStock/verve231
(S. 5, 33), iStock/skodonnell (S. 39), iStock/ljubaphoto (S. 43),
iStock/t_kimura (S. 49), iStock/Sky_Blue (S. 49), iStock/tmeks (S. 50)

Die Mitglieder

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

Förderer:

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

REINER SCT GmbH & Co. KG
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
Niklaus Santschi
niklaus.santschi@bs-card-service.com

CardProcess GmbH
Saonestr. 3a
60528 Frankfurt (Main)
www.cardprocess.de
Arne Meil, arne.meil@cardprocess.de

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

Giesecke & Devrient GmbH
Prinzregentenstr. 159, 81677 München
www.gi-de.com
Peter Huber, peter.p.huber@gi-de.com

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

Ingenico GmbH
Am Gierath 10, 40885 Ratingen
www.ingenico.com
Frédéric Bern, frederic.bern@ingenico.com

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

TeleCash GmbH & Co. KG
Konrad-Adenauer-Allee 1
61118 Bad Vilbel
www.telecash.de
Jörg Stahl
joerg.stahl@telecash.de

tobaccoland Automatengesellschaft mbH & Co. KG
Krahnendonk 121 a + b
41066 Mönchengladbach
www.tobaccoland.de
Gabriele Aubert-Siegers
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.genussvollzug.de
Peter Ehrl
pe@genussvollzug.de

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

Gemalto GmbH
Mercedesstr. 13
70794 Filderstadt
www.gemalto.com
Uwe Härtel
uwe.haertel@gemalto.com

Partner (Fortsetzung):

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

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

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

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

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

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 Kaschefi
a.kaschefi@bdv-koeln.de

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

City Kaufleute Kassel e.V.
Neue Fahrt 12, 34117 Kassel
www.einkaufen-kassel.de
Gerhard Jochinger
redaktion@einkaufen-kassel.de

CPA Advertising GmbH
Senckenberganlage 10–12,
60325 Frankfurt (Main)
www.cpa-advertising.com
Claus Martin
info@cpa-advertising.com

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

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

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
Anja Dembeck, adembeck@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. 113, 10407 Berlin
www.elixclean.de
Thomas Großherr, post@elixclean.de

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

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

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

GiroWeb Nord GmbH
Am Pferdemarkt 9D, 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, m.lasch@ross-kg.de

Inform GmbH
Am Borsigturm 50, 13507 Berlin
www.inform.at
Franz Schraml
franz.schraml@kabelmail.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 Wäschereimaschinen und Reinigungsanlagen GmbH
Gustav-Adolf-Str. 66
22043 Hamburg
www.miele-behrmann.de
Sven Kröger
info@behrmann.de

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

Geneststr. 5
10829 Berlin
www.mcsberlin.de
Klaus Orthofer
klaus.orthofer@mcsberlin.de

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

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

Professional Services GmbH Datentechnik

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

relatio PR GmbH

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

Rhenus Recycling GmbH

Rhenus-Platz 1, 59439 Holzwickede
www.de.rhenus.com
Marc Herrmann
marc.herrmann@de.rhenus.com

S-Payment GmbH

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

SCHWARZ Computer Systeme GmbH

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

S&Z Elektronik GmbH

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

Sielaff GmbH & Co. KG

Münchener Str. 20, 91567 Herrieden
www.sielaff.de
Dr. Walther Spies, w.spies@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

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
Peter Galgoczy
peter.galgoczy@sskm.de

system2 GmbH

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

Uwe Thomas Vending Consulting

Otto-Hahn-Str. 7
74382 Neckarwestheim
www.vending-consulting.de
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

xfach GmbH

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

ZIIB Zahlungssysteme GmbH

Kaiserdamm 20
14057 Berlin
www.ziib.de
Nicole Groß, ngross@ziib.de

www.girocard.eu



Nur ein Shampoo mit Karte geht nicht?

Doch geht!

Ja klar geht's. Gerade an modernen Drogeriemarktkassen spielt es mit Ihrer girocard keine Rolle, wie klein der Betrag ist. Bequem ist bequem.

Mit Karte heißt mit girocard.



Die girocard Ihrer Banken und Sparkassen.



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.