

PROCHIP

Das Magazin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e. V.

NR. **20**



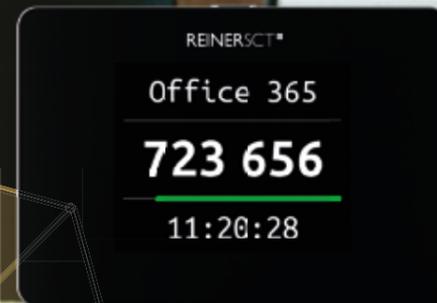
Neue **WEGE**

GIROCARD 4.0

*Ein Blick in Pläne und
Ziele des Zukunftsprojekts*



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Online-Accounts, un**hackbar**.
REINER SCT Authenticator mini
DIE SICHERSTE ART DER 2-FAKTOR-AUTHENTISIERUNG

Der **REINER SCT Authenticator mini** ist die perfekte 2-FA-Hardware für die tägliche Nutzung.

Die Highlights:

- Sichere Zwei-Faktor-Authentisierung (2FA) mit TOTP
- Bei allen führenden Online-Plattformen sofort nutzbar
- USB-C für FIDO2, TOTP-Code Übertragung und Akku laden



Liebe Leser:innen,

mit dieser Ausgabe der ProChip feiern wir ein Jubiläum: Es ist bereits das 20. Mal, dass der Verein sein Magazin veröffentlicht. Nicht nur wegen dieser runden Zahl ist es dieses Mal etwas ganz Besonderes, dass ich Sie an dieser Stelle begrüßen und auf die folgenden Beiträge einstimmen darf.

Ich freue mich, dass wir Ihnen in dieser Jubiläumsausgabe auch einen großen Schritt in die Zukunft des Bezahlers vorstellen können: das Projekt girocard 4.0. Die girocard ist ein auf vielen Ebenen starkes deutsches System. Um unsere Bezahl-Souveränität zu erhalten, müssen Kreditwirtschaft, Handel und Dienstleister Hand in Hand arbeiten. Die girocard muss ihre Potenziale ausschöpfen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und den Anforderungen aller Marktteilnehmer:innen weiterhin gerecht zu werden. Genau auf diesen Pfad begibt sie sich.

Um mehr über die girocard 4.0 zu erfahren, lege ich Ihnen das Themenspecial ab Seite 6 ans Herz. Hier beschreiben verschiedenste Expert:innen ihres Fachs ihre Sicht auf die Zukunft der am weitesten verbreiteten Karte Deutschlands.

Doch nicht alles ist Zukunftsmusik. Es lohnt sich, auch die Gegenwart in den Fokus zu rücken: Dass vieles schon umgesetzt ist und die Zusammenarbeit aller Anspruchsgruppen gut funktioniert, zeigt der Praxisblick ab Seite 19. Besonders freue ich mich über den großen Beitrag, den die Initiative-Mitglieder zum Erfolg der girocard leisten. Ich bin mir sicher: Das werden sie auch in Zukunft tun und dafür danke ich ihnen.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Ingo Limburg

Vorstandsvorsitzender der Initiative
Deutsche Zahlungssysteme e. V.

GIROCARD 4.0

6
GASTBEITRAG
Dr. Andreas Martin / Die Zukunft der girocard hat schon begonnen

8
GASTBEITRAG
Oliver Hommel / Unterwegs zu einem großen Ziel

10
GASTBEITRAG
Peter Blasche / Technisch auf starken Beinen

12
DIE GIROCARD
10 Fakten, 5 Ziele

14
VIELE STIMMEN, EIN ZIEL
Mit der girocard in die Zukunft



PRAXISBLICK

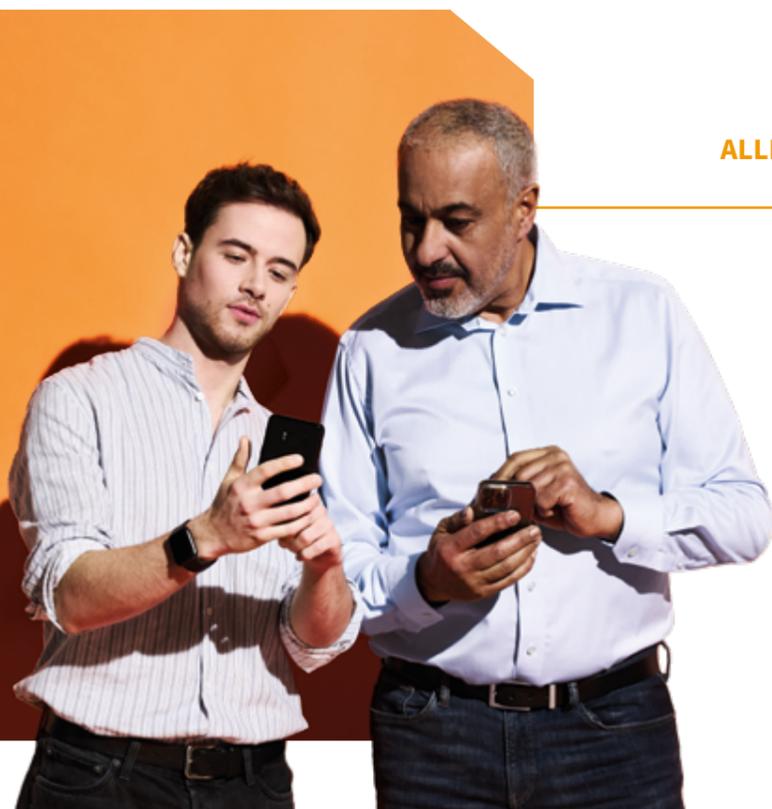
19
EINE KARTE FÜR ALLE(S)
Leuchtturm-Projekte

24
AUTOMATEN
Vending weitergedacht

26
ALLENSBACH-STUDIE
Vertrauen in Bewährtes

30
EINE FRAGE, VIELE PERSPEKTIVEN
Wie sieht die Kasse von morgen aus?

32
LEXIKON
Kein Rätselraten bei Kartenarten



BLICK IN DIE POLITIK

34
GASTBEITRAG
Katharina Paust-Bokreziön / Währungssicherheit im digitalen Zeitalter

36
GASTBEITRAG
Dr. Florian Toncar / Digitale Souveränität im europäischen Zahlungsverkehr

38
WEG FREI
Gesetzgebung zur E-Mobilität

40
FALLSTUDIE ZU DEN HÜRDEN BEIM STROMTANKEN
Vom Bezahlchaos an EU-Ladesäulen



INITIATIVE INTERN

44
NEWS

48
VORSTELLUNG IDZ
Vereint für modernes Bezahlen in Deutschland

50
MITGLIEDER-VERZEICHNIS

42
PARLAMENTARISCHER ABEND 2022
Welchen Weg schlägt Europa ein?





Die Zukunft der girocard hat schon begonnen

ÜBER EIN ENDE VON KARTENZAH- LUNGEN ODER EIN AUSLAUFEN DER GIROCARD IST IN JÜNGERER ZEIT GERN EINMAL SPEKULIERT WORDEN. DIESE DISKUSSIONEN SIND MITTLER- WEILE WIEDER VERSTUMMT, DENN DIE FAKTEN SPRECHEN EINE GEGEN- TEILIGE SPRACHE: SELBST WÄHREND PANDEMIEBEDINGTEN EINSCHRÄN- KUNGEN MIT TEILS GESCHLOSSENEN GESCHÄFTEN IN ZEITEN DER LOCK- DOWNS HAT SICH DAS WACHSTUM DER GIROCARD WEITER BESCHLEU- NIGT. SO IST IN DEUTSCHLAND DIE GIROCARD BEIM BEZAHLEN AN DER KASSE WEITERHIN UNBESTRITTENER MARKTFÜHRER, WIE DIE AKTUELLEN ZAHLEN ZEIGEN: MIT CIRCA 70 PRO- ZENT MARKANTEIL AN DEN BAR- GELDLOSEN TRANSAKTIONEN IST SIE DAS MIT ABSTAND FÜHRENDE ZAHLUNGSSYSTEM IM STATIONÄREN EINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND. MIT ÜBER EINER MILLION AKZEP- TANZPUNKTEN UND MEHR ALS 6,7 MILLIARDEN TRANSAKTIONEN IM JAHR 2022 WURDEN NEUE BEST- MARKEN ERREICHT. RUND VIER VON FÜNF ZÄHLUNGEN IM GIROCARD- SYSTEM ERFOLGEN INZWISCHEN KONTAKTLOS. UND, SO VIEL KANN AN DIESER STELLE VERRATEN WERDEN, DER POSITIVE TREND HÄLT AN.

Eine Marktanalyse hat gezeigt, dass die girocard ein starkes Asset im deutschen Zahlungsmarkt ist. Mit über 100 Millionen Stück ist die girocard die unter Bundesbürger:innen am stärksten verbreitete Bankkarte. Sie wird von kartenherausgebenden Instituten und den Akzeptanzpartnern wie dem Handel gleichermaßen geschätzt. Die hohe Kosteneffizienz des girocard-Systems führt dazu, dass es für alle Seiten gleichermaßen wirtschaftlich attraktiv ist.

Dies gilt insbesondere vor dem Hinter- grund der sich abzeichnenden kosten- steigernden bzw. erlösreduzierenden Regulierungen, die in der Vergangenheit eher wenig produktiv waren.

Gleichwohl sind verschiedene Entwick- lungen am Markt zu beobachten, die die starke Position der girocard herausfordern. Die Point-of-Sale (POS)-Terminal- Akzeptanz im Handel ist ein tendenziell stagnierendes Marktsegment, während das Wachstum im E-Commerce und bei neuen Akzeptanzformen im stationären Handel (z. B. über Händler- Apps) deutlich dynamischer ist. Zeitgleich behauptet sich die girocard im Wettbewerb mit den internationalen Zahlungssystemen und Anbietern, die neue Markt- und Kundensegmente bedienen. Aus ihrer Position der Stärke kann sich die girocard am stationären POS diesem Wettbewerb stellen und dabei auf eine breite Unterstützung aus deutscher Kreditwirtschaft und Handel setzen – insbesondere, wenn es gelingt, die Vorteile (Wirtschaftlichkeit, Verlässlichkeit, partnerschaftliches Handeln), die die girocard am POS in den letzten Jahren stark gemacht haben, in andere Markt- bereiche zu übertragen.

Daher ist es ein wichtiger Schritt, dass sich die kreditwirtschaftlichen Verbände Ende 2022 darauf geeinigt haben, das girocard-System entlang der Markterfordernisse auszurichten und in seine Weiterentwicklung zu investieren. Ziel dabei ist, die bestehende starke Wettbewerbsposition der girocard am stationären POS dauerhaft zu sichern. Dazu sind z. B. weitere stationäre Akzeptanzsegmente, in denen die girocard heute noch unterrepräsentiert ist (insbesondere Gastronomie, Tourismus, Mobilität), zu erschließen. Neue Akzeptanzformen im stationären Einzelhandel (z. B. girocard in Händler-Apps) und eine umfassendere Unterstützung von E-Commerce-Transaktionen sind auszubauen. Zudem werden die Strukturen so optimiert, dass die Time-to-Market verbessert, eine engere Zusammenarbeit mit dem Handel etabliert und das girocard-System noch stärker unternehmerisch geführt wird. Um diese Ziele zu erreichen, wurde in der

Ziel ist, die bestehende starke Wettbewerbsposition der girocard am stationären POS dauerhaft zu sichern.



Dr. Andreas Martin

Dr. Andreas Martin ist Vorstandsmitglied beim Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), dem diesjährigen Federführer der Deutschen Kreditwirtschaft. Dort verantwortet er die Bereiche Volkswirtschaft, Betriebswirtschaft, Bankorganisation/ Informationstechnologie, Zahlungsverkehr, Personalmanagement und Personal-Finanz-Organisation.

Deutschen Kreditwirtschaft (DK) ein Maßnahmenpaket entwickelt, das eine Weiterentwicklung der girocard-Produktfeatures sowohl um neue verpflichtende Basisfunktionalitäten als auch um optionale Funktionen umfasst.

Daher hat die DK die EURO Kartensysteme beauftragt, künftig die Rolle des girocard Scheme-Managers zu übernehmen – mit der Verantwortung zur Operationalisierung der girocard-Strategie. Damit wird die operative Kompetenz im girocard-System an einer Stelle gebündelt, mit mehr Ressourcen ausgestattet und unter anderem durch Gewährleistung einer höheren Kontinuität gestärkt. Auch wenn es vielleicht nur einen indirekten kausalen Zusammenhang gibt, verzeichnet das girocard-System nicht nur im Handel, sondern auch auf der Seite der Netzbetreiber starkes Interesse: Noch nie sind aktuell so viele Anträge auf den Status eines girocard-Netzbetreibers eingereicht worden. Die girocard ist also auch für die künftigen Herausforderungen bestens aufgestellt. Die Zukunft der girocard hat bereits jetzt begonnen. //

UNTERWEGS ZU EINEM GROSSEN ZIEL

girocard
4.0

UM DIE WELT RICHTIG ZU VERSTEHEN, BRAUCHT MAN AUS MEINER SICHT ZWEI DINGE: HEIMATLIEBE UND ENTDECKERGEIST. IN DER HEIMAT FINDET MAN WURZELN UND KANN SICH AUF SEINE UREIGENEN STÄRKEN BESINNEN. IN DER FREMDE LÄSST SICH NEUES UND INSPIRIERENDES ENTDECKEN, DAS HILFT SICH PERSÖNLICH STETIG WEITERZUENTWICKELN UND ÜBER EIGENE GRENZEN HINAUSZUWACHSEN. WAS FÜR MENSCHEN UND IHRE PERSÖNLICHKEIT GILT, PASST ABER AUCH FÜR DIE GIROCARD: SIE IST ALS NATIONALES BEZAHLSYSTEM TIEF IN DEUTSCHLAND VERWURZELT, ABER DER BLICK ÜBER DEN TELLERRAND HILFT IHR ZU WACHSEN UND ZU FLORIEREN.

Die Basis ist gut, die Wurzeln reichen tief: Mit gut 70 Prozent Marktanteil am bargeldlosen Umsatz ist sie das mit Abstand führende Zahlungssystem im stationären Einzelhandel in Deutschland. Sie hat sich das Vertrauen von Konsument:innen und Handel erarbeitet und ist auf die Bedürfnisse des deutschen Marktes zugeschnitten. Dennoch müssen wir unseren Entdeckergeist wecken, um die starke Position der girocard für die Zukunft zu wahren. Der Markt ist in ständigem Wandel und sie braucht funktional und technisch stetig neue Impulse, um sich anzupassen und ihre Relevanz zu erneuern. In diesem Punkt haben wir durchaus Aufholbedarf gegenüber Wettbewerbern, die schon aktuell deutlich mehr Transaktionsarten und Einsatzumgebungen unterstützen. Diese Lücke müssen wir durch innovative Funktionen schließen.

NEUE WEGE

Genau das wollen wir mit der Idee der girocard 4.0 erreichen: Wir begeben uns auf eine Reise, an deren Ende eine bessere, stärkere girocard steht, die Kund:innen an mehr Einsatzorten und in mehr Situationen schnell, sicher und bequem bezahlen lässt.

Die EURO Kartensysteme ist seit langem für zentrale Aufgaben des girocard-Systems wie übergreifende Kommunikation und Marketing zuständig und hat die Deutsche Kreditwirtschaft (DK) im Business Development unterstützt. In der neuen Rolle als Scheme Manager sind wir künftig umfassend für die Operationalisierung der girocard-Strategie verant-

wortlich. Bei uns laufen Produktentwicklung, Marktbearbeitung und Administration zusammen. Wir bündeln Kompetenzen und bauen Ressourcen aus, um die girocard dynamischer und flexibler zu entwickeln und stärker mit Marktteilnehmer:innen zu vernetzen.

Ziel ist es, neue Akzeptanzbereiche zu erschließen und wettbewerbsdifferenzierende Innovationen in den Markt zu bringen.

Die Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft wird sich in schnelleren Zyklen entlang der Marktanforderungen zukunftssicher ausrichten. Ziel ist es, neue Akzeptanzbereiche zu erschließen und wettbewerbsdifferenzierende Innovationen in den Markt zu bringen. Die DK als Governance Authority definiert auch zukünftig die Strategie und damit die Rahmenbedingungen der Entwicklung.

GEMEINSAM STARK – EIN NETZWERK FÜR DIE GIROCARD

Die Kreditwirtschaft wird sich aber nicht allein auf die Reise machen. Wir setzen auf die Begleitung durch Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie auf deren Anregungen und Expertise – schon heute einer der Erfolgsfaktoren der girocard. Bereits bei der Generierung von Ideen und Konzepten wollen wir diese Partnerschaft in Zukunft vertiefen.

Durch einen gemeinsamen Weiterentwicklungsprozess setzen wir darauf, dass sich Handel und Dienstleister aktiv in die Arbeiten einbringen und die Vorteile dieser Vorgehensweise erkennen. Unser Ziel: Wir sind schneller am Markt, treffen besser den Bedarf und entwickeln schneller Relevanz. Dass das funktioniert, haben wir schon bei Projekten wie

**Oliver Hommel**

Als ausgewiesener Payment- und Open-Banking-Experte verfügt Oliver Hommel über mehr als 20 Jahre Erfahrung in diversen Bereichen des Zahlungsverkehrs. Im Dezember 2021 ist er als Geschäftsführer in die EURO Kartensysteme eingetreten und hat im November 2022 den Vorsitz der Geschäftsführung übernommen.

GASTBEITRAG

dem Terminal ohne PIN-Pad gesehen. Gemeinsam können wir Großes leisten. Und so profitieren alle von einer starken, gemeinsam getragenen girocard: der Handel von ihrer Preiseffizienz und ihren passgenauen Funktionen, Kund:innen von der breiten Verfügbarkeit sowie der einfachen und bequemen Nutzung und nicht zuletzt das Kreditgewerbe von der Unabhängigkeit von internationalen Systemen.

Ich bin überzeugt, dass wir damit ein Bezahlerlebnis kreieren, das unsere Wettbewerber so nicht bieten können. Dies wird die girocard in Deutschland stärken, aber auch ihre Relevanz über die Landesgrenzen hinaus verbessern. Ich freue mich auf die gemeinsame Reise mit meinem engagierten Team bei der EURO Kartensysteme, mit den kreditwirtschaftlichen Akteuren und unseren Partnern auf der Akzeptanzseite. //

Eigene Wege für die girocard

Technisch auf starken Beinen



BEIM THEMA BEZALTECHNOLOGIEN IST ES EIN BISSCHEN WIE BEIM WANDERN. MAN MUSS EINEN SCHRITT NACH DEM ANDEREN TUN, MAL BERGAUF, MAL BERGAB. MIT DER PASSENDE AUSRÜSTUNG, GUTEN KÖRPERLICHEN VORAUSSETZUNGEN UND DER RICHTIGEN EINSTELLUNG, AUCH EINER GEWISSEN BEHARRLICHKEIT, KANN MAN DANN ABER JEDEN BERG BEZWINGEN.

Für das Bezahlen bietet die girocard eine hervorragende Ausstattung.

Sie ist technisch wie organisatorisch ein tolles Produkt, in ihrer Architektur sehr modern.

Perfekte Voraussetzungen, um Berge zu erklimmen oder zu versetzen.

Und genau das wollen wir tun. Die Roadmap zur girocard 4.0 und unsere neue Rolle als Scheme Manager legen die nötige mentale Basis, mit der wir gemeinsam mit unseren Partnern nun die Chance und die Möglichkeit haben, die girocard so zu verbessern, dass sie für Kund:innen, Handel und Kreditwirtschaft langfristig die optimale Lösung für das Bezahlen bleibt.

Bei der Weiterentwicklung der girocard liegt unser Fokus zunächst auf den vier definierten Funktionalitäts-Clustern:

- Flexibilität in der Autorisierung
- In-App-Zahlungsfähigkeit
- Wallet-Verfügbarkeit
- Kundenbindung

Unser Ziel ist dabei ganz klar Innovation, nicht Imitation.

Für die Roadmap haben wir einige Leitplanken definiert, um auf bestehenden Stärken aufzubauen, echte Fortschritte zu erzielen und dabei die Sicherheit beim Bezahlen zu bewahren. Jede Zahlung im girocard-System funktioniert bisher und auch zukünftig

nur mit der Karte, sei es die physische oder die digitale. Ein wichtiges Sicherheitsmerkmal, das die girocard von anderen Systemen unterscheidet. Das ist gerade für den Wandel hin zu mehr Online-Zahlungen im girocard-System ein wichtiger Aspekt. Zudem hilft es uns bei einer weiteren wichtigen Leitplanke: der Kosteneffizienz, die das System schon heute ausmacht. Wo technische und organisatorische Sicherheit gewährleistet sind, werden Kosten für alle Beteiligten minimiert. Das gilt für unsere kartenausgebenden Zahlungsdienstleister, Akzeptanzpartner sowie für die Kund:innen. Denn am Ende entscheiden letztere, was an der Ladenkasse und im Onlineshop zum Bezahlen genutzt wird.

Mit den geplanten Weiterentwicklungen machen wir die girocard konsequent zu dem Produkt, das Kund:innen und Handel sich für die Zukunft wünschen, und stellen sicher, dass sie langfristig relevant bleibt: ein starkes Bezahlungssystem aus Deutschland, das sich im Wettbewerb mit internationalen Systemen behauptet. Wie auch am Berg gilt: Zuerst auf dem Gipfel ist in der Regel nicht der oder die mit der teuersten Ausstattung. Meistens macht es Sinn, bei denen, die schon länger am Berg wohnen, nach dem besten Weg zu fragen, sich eventuell auch eine:n Bergführer:in mitzunehmen und den Weg zudem nicht komplett alleine zu begehen. Am Berg nennt man das Teamwork. Bei der girocard nennen wir das Co-Creation. //

Funktionalitäts-Cluster und ihre Ziele



FLEXIBILITÄT IN DER AUTORISIERUNG

Neue Einsatzmöglichkeiten in Marktsegmenten wie Hotellerie, Mietwagen etc. über zeitliche Trennung von Kundenauthentifizierung und Autorisierung.



IN-APP-ZAHLUNGSFÄHIGKEIT

Einbindung der girocard in In-App-Bezahlmöglichkeiten mit vollintegrierter Ein-Klick-Zahlung.



WALLET-VERFÜGBARKEIT

Bereitstellung der girocard in allen gängigen Wallets.



KUNDENBINDUNG

Aufbau payment-naher Mehrwertleistungen, z. B. digitale Kassenbons und Unterstützung von Kundenbindungsprogrammen.



Peter Blasche

2016 hat Peter Blasche die damals neu geschaffene Position als Direktor Business Development girocard übernommen und seither zahlreiche Neuerungen im girocard-System für die EURO Kartensysteme begleitet und vorangetrieben. In der neuen Rolle des Unternehmens wird er diesen Weg fortsetzen.

SEIT GUT 15 JAHREN GIBT ES DAS GIROCARD-SYSTEM.

Aber das war nicht der Anfang der Kartenzahlung in Deutschland. Bereits 1968 gab es die ersten Scheckkarten, damals als reine Garantiekarten. Die erste echte Kartenzahlung mit PIN wurde 1990 durchgeführt. Damals hieß die heutige girocard übrigens noch ec-Karte.

ETWA 5g WIEGT EINE NORMALE GIROCARD.

Das ist weniger als eine 50-Cent-Münze (7,8 g). Und bietet deutlich mehr Kaufkraft sowie einen besseren Überblick über die Ausgaben, weil alle Zahlungen direkt im Onlinebanking oder auf dem Kontoauszug erscheinen.

MEHR ALS 1 MILLION AKZEPTANZPUNKTE

Die Zahl der Händler:innen, Dienstleister und Gastronomie-Betriebe mit girocard-Akzeptanz wächst stetig. Aktuell (Stand Dezember 2022) gibt es mehr als 1 Million Akzeptanzpunkte.

10 Fakten

RECHNERISCH HAT JEDE:R BÜRGER:IN IN DEUTSCHLAND MEHR ALS EINE GIROCARD IM PORTEMONNAIE. TÄGLICH WIRD SIE MILLIONENFACH UND SELBSTVERSTÄNDLICH GENUTZT. DOCH VIELE DETAILS ÜBER SIE SIND KAUM BEKANNT. ZEHN FAKTEN UND FÜNF ZIELE ZEIGEN DAS HERZ DER GIROCARD UND WIE IHRE ZUKUNFT AUSSEHEN WIRD.

HANDEL SETZT AUF GIROCARD

Laut EHI Retail Institute gibt es deutschlandweit sogar bis zu 200.000 Akzeptanzpunkte, die als elektronisches Verfahren ausschließlich die girocard akzeptieren.

DIE GIROCARD IST IN DEUTSCHLAND UNANGEFOCHTENER MARKTFÜHRER.

Beim Bezahlen im stationären Einzelhandel lag sie 2021 laut EHI Retail Institute nach einem kontinuierlichen Aufwärtstrend mit 42,4 Prozent Umsatzanteil erstmals an erster Position unter allen Zahlungsarten und verwies Bargeld (38,5 Prozent) auf Rang zwei.

FÄLSCHUNGSSICHERE ABWICKLUNG

Das girocard-System ist so sicher, dass eine Transaktion nicht gefälscht werden kann. Alle Transaktionen mit der klassischen Karte werden über den sicheren EMV-Chip abgewickelt. Auch bei Zahlungen mit Smartphone und Smartwatch ist eine digitale Karte sicher im Gerät gespeichert.

DIE GIROCARD IST EINE DEBITKARTE

Sie ist sogar DIE Debitkarte in Deutschland mit mehr als 100 Millionen Karten – deutlich mehr als jedes andere System. „Debit“ bedeutet dabei, dass jede Zahlung direkt vom Girokonto abgebucht wird. Bei Kreditkarten werden hingegen die Umsätze gesammelt und erst später vom Girokonto abgebucht.

KOSTENGÜNSTIG

Jede Zahlung, egal ob bar oder elektronisch, verursacht im Handel Kosten. Debit-Zahlungen sind i. d. R. günstiger als solche mit Kreditkarten. Besonders kosteneffizient ist die girocard. Sie ist i. d. R. das günstigste elektronische Verfahren und vermeidet typische Bargeldfehler wie falsches Wechselgeld.

DIE GIROCARD IST EIN UNABHÄNGIGES, NATIONALES SYSTEM

Für die beste Lösung muss man manchmal eigene Wege gehen. Das girocard-System ist genau auf den Markt hierzulande zugeschnitten und wird in enger Zusammenarbeit mit Handel und Dienstleistenden weiterentwickelt.

Musterbank



MAXI MUSTER

Konto-Nr.

1234567890

Karten-Nr.

0987654321

Gültig bis

12/27

BEZAHLEN IM AUSLAND

Obwohl die girocard von Banken und Sparkassen als nationales Bezahlsystem entwickelt wurde, bieten diese stets eine Lösung für das Bezahlen im Ausland, meist mit einer Zusatzfunktion eines internationalen Systems auf der Karte oder mit einer zusätzlichen Karte. Mancherorts wird übrigens dort, wo im Ausland regelmäßig viele Deutsche einkaufen, die girocard akzeptiert. Egal ob girocard-System oder Co-Badge: Für Kund:innen zählt am Ende, dass die eigene Karte wie gewohnt funktioniert.

5 Ziele

DIE GIROCARD BLEIBT DAS KOSTENEFFIZIENTESTE VERFAHREN FÜR DEN HANDEL

Schlanke Strukturen und hohe Sicherheit sorgen für niedrige Systemkosten und damit günstige Entgelte für den Handel. Das wird auch in Zukunft so bleiben.

KARTENZAHLUNG WIRD NOCH ÜBLICHER – AUCH IN NEUEN AKZEPTANZBEREICHEN

Die girocard war mit der Kontaktlos-Technologie bereits in den vergangenen Jahren Türöffner für das elektronische Bezahlen in einstigen Bargelddomänen wie z. B. Bäckereien. Diese Entwicklung wird konsequent weitergehen.

NOCH MEHR INNOVATIONEN IN DIE BREITE FLÄCHE BRINGEN

Stetige, zielgruppengerechte Weiterentwicklung steht auf der Agenda weit oben. Neue Entwicklungen betreffen insbesondere Zahlungsmöglichkeiten mit der digitalen girocard, z. B. im Smartphone. Die Debitkarte der Banken und Sparkassen wird Innovationen für die große Masse der Kund:innen verfügbar machen.

FUNKTIONALITÄT ERWEITERN – ÜBER DAS BEZAHLEN HINAUS

Die girocard ist und bleibt die eine Karte, die Kund:innen in Deutschland benötigen und auf die sie sich jederzeit verlassen können. Dafür wird sie auch Funktionen über das reine Bezahlen hinaus unterstützen, wie schon heute die Altersprüfung beim Kauf altersbeschränkter Produkte.

SOVERÄNITÄT SICHERN

Die girocard ist und bleibt die beste Lösung – für Kund:innen, Handel und Kreditwirtschaft gleichermaßen. Denn eine individuelle, passgenaue Lösung sichert die Nutzung, eine weiter gute Entwicklung und damit langfristige Souveränität im Zahlungsverkehr.

VIELE STIMMEN, EIN ZIEL

MIT DER GIROCARD IN DIE ZUKUNFT

DER ERFOLG EINES BEZAHLSSYSTEMS HÄNGT AUCH VON EINEM STARKEN UND VERLÄSSLICHEN NETZWERK AB: AKZEPTANZ, VERBREITUNG UND VERTRAUEN SIND NUR EINIGE DER WICHTIGSTEN VORAUSSETZUNGEN. NUR WER DIE ERWARTUNGEN UND ANFORDERUNGEN VON PARTNER:INNEN WERTSCHÄTZT UND BERÜCKSICHTIGT, KANN EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT AUFBAUEN. ABER WAS ERWARTEN EIGENTLICH HANDEL, NETZBETREIBER, TERMINALHERSTELLER ODER KUND:INNEN ZUKÜNFTIG VON DER MEISTGENUTZTEN DEBITKARTE DEUTSCHLANDS UND DEM BEZAHLEN GENERELL? DARAUF GIBT ES VIELE WERTVOLLE ANTWORTEN.



Andreas Staiger, REINER SCT

Es ist kurios: Wir lesen vom vermeintlichen „Ende der girocard“, während diese von Rekord zu Rekord eilt. Kund:innen und Handel lieben sie gleichermaßen. Da lohnt sich ein Blick in ihre Zukunft. Kritiker:innen betonen zwei Dinge immer wieder. Erstens, dass sie online nicht eingesetzt werden kann. Das ist heute so, weil "online" bisher nicht im Fokus lag und ausschließlich der POS adressiert wurde. Das Projekt girocard 4.0 zeigt bereits zahlreiche noch wesentlich modernere und bessere Möglichkeiten auf, wie das für die Zukunft geändert werden kann. Und das sollte es auch. Heute geht die girocard bei den Sparkassen bereits in Apple Pay. Wo ein Wille (und ein Markt mit 100 Mio. Karten) ist, ist auch ein Weg. Als zweites heißt es oft: kein Einsatz im Ausland. Fairer Punkt, da dafür ein Co-Badge nötig ist. Die girocard ist als nationales System im Heimatmarkt stark. Das gilt für nahezu alle nationalen Schemes in den EU-Ländern. Anders sieht es „hinter der Grenze“ aus, da haben nationale Verfahren keine Bedeutung mehr. Ich würde es daher begrüßen, wenn eine Kooperation im Geiste des Urvaters der grenzüberschreitenden Bezahlverfahren in Europa – des Eurocheques – aufgebaut würde. So könnten hier sogar die Stärken im Heimatmarkt genutzt und gleichzeitig EU-weit gebündelt werden. Es mag ein dickes Brett sein, das gebohrt werden muss, aber nichts machen ist ja auch keine Alternative. In diesem Sinne: Ich freue mich darauf, was noch kommt!



Kundenstimme:

„ICH NUTZE DIES SCHON (APP-ZAHLUNG UND SMARTWATCH) UND FÜR MICH GEHT ES EINDEUTIG IN DIESE RICHTUNG. ES IST EINFACH UNKOMPLIZIERT, KANN JA Z. B. AUCH IN EINEN RING ODER SCHLÜSSELANHÄNGER EINGEBAUT WERDEN.“

Wiebke, 46 Jahre

Jörg Stahl, Telecash

Um die Bedeutung der girocard und damit auch ihre Zukunftschancen wirklich erkennen zu können, ist zunächst ein Blick in die Vergangenheit nötig. Die girocard und das System der Netzbetriebe dahinter hat sich in den letzten 30 Jahren evolutionär entwickelt: Es waren sichtbare technische Änderungen von der Verarbeitung auf dem Magnetstreifen über den Chip hin zu kontaktloser Nutzung bis hin zur digitalen Variante auf dem Smartphone. Dabei war insbesondere für den stationären Handel der Blick auf die Kosten ein wesentlicher Meilenstein für den Erfolg der girocard im Vergleich zu anderen – insbesondere internationalen – Verfahren. In der Zukunft muss diese einfache Kostenstruktur beibehalten werden. Wesentliche Voraussetzung ist aber auch die Nutzung in anderen „Verkaufskanälen“, im Fernabsatz oder als Teil von „App-Lösungen“ in der Digitalisierung von Einkaufs- und Zahlprozessen. Daraus werden sich weitere Zusatznutzen entwickeln, die Konsument:innen in der Bindung stärken und die girocard als erste Wahl bei der Bezahlung selbstverständlich machen. Sie wird so auch in der Zukunft ein starkes und erfolgreiches Paymentsystem sein, das Verbraucher:innen und den Handel in Deutschland begleitet und den Wettbewerb nicht fürchten muss.



Kundenstimme:

„MAN KANN JA SCHON SO GUT WIE MIT ALLEM BEZAHLEN... HANDY, UHR, KARTE, BAR, PAYBACK... ICH BEVORZUGE DAS KLASSISCHE: EC-KARTE ODER BAR. ABER WAHRSCHEINLICH KÖNNEN WIR BALD ÜBER FINGERABDRUCK ODER IRIS-SCAN DES AUGES ZAHLEN.“

Karolin, 37 Jahre

Jürgen Göbel, Ingenico

Für Ingenico als Terminalhersteller und für unsere Kund:innen steht die vielfältige Kartenakzeptanz im Vordergrund. Die girocard ist die Nummer eins in Deutschland, sie ist effizient und performant und daher auch bei Ingenico an erster Stelle. Mit dem in Deutschland gemeinsamen Zulassungsverfahren der DK für die girocard und die internationalen Kreditkarten werden die Terminals zum Alleskönner. Dies ist zwar aufwendig und komplex, aber pro Point of Sale ist auch nur ein Gerät notwendig; egal, von welcher Bank die Karte herausgegeben wurde. Das ist wiederum in anderen Ländern nicht selbstverständlich. Für Ingenico als internationalen Lösungsanbieter ist daher für die Zukunft eine über Deutschland hinausgehende Verwendung der Zulassungen wünschenswert. Das bargeldlose Bezahlen dringt in immer mehr Bereiche ein, in denen auch jeweils spezielle Terminallösungen nachgefragt werden. Wir sind dazu auf die neuen Funktionalitäten der girocard bezüglich Innovationen und weiterer Digitalisierung gespannt und werden diese seitens Ingenico begleiten und dem Markt zur Verfügung stellen.

**Oliver Unger, tegut**

Eine girocard-Akzeptanz ist für tegut als überwiegend stationärer Retailer nach wie vor von großer Bedeutung, da sie bei unseren Kund:innen weit verbreitet und das mit Abstand beliebteste Zahlungsmittel ist. girocard-Transaktionen sind kostengünstiger als die anderer Debit- und Kreditkarten. Das macht das girocard-System für den Handel attraktiv. Als nationales, kostensparendes Zahlungsmittel sollte die deutsche Kreditwirtschaft das girocard-System fördern, anstatt ihm den Rücken zu kehren. Nur ein starkes nationales oder europäisches Zahlungsmittel kann sich gegen die Marktmacht der großen Kartenorganisationen behaupten. Aus meiner Sicht gäbe es einige strategische Ansatzpunkte, um die Attraktivität der girocard zu erhöhen. So fehlt beispielsweise die Möglichkeit, die girocard für In-App-Payment zu nutzen. Oder für E-Commerce-Zahlungen generell. Zudem wäre es wünschenswert, wenn die girocard als Zahlungsmittel in den Wallets aller mobilen Endgeräte genutzt und NFC-Zahlungen damit durchgeführt werden könnten. Bei der technikaffinen Kundengruppe, die mobile Endgeräte für Zahlungen verwendet, verliert man unnötig Marktanteile an Visa und Mastercard. Und warum die girocard nicht einmal größer denken und sie als europäisches Zahlungsmittel etablieren? Ohne Co-Badge, als eigenes Brand.



Kundenstimme:

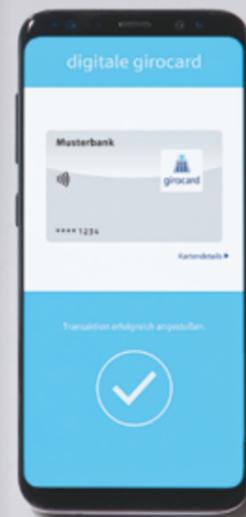
„ICH GLAUBE, DAS BEZAHLEN PER SMARTPHONE WIRD DER NÄCHSTE SCHRITT BEIM BEZAHLEN IN DER ZUKUNFT SEIN. ICH FINDE DAS SEHR GUT, ES IST SICHER, GEHT SCHNELL UND IST PROBLEMLOS.“

Diana, 44 Jahre

Kundenstimme:

„ICH DENKE, ES WIRD IMMER BARGELD GEBEN. DIES EMPFINDE ICH ALS WICHTIG, UM ZU EINEM GEWISSEN GRAD UNABHÄNGIG VON TECHNIK ZU SEIN. ABER ES WIRD SICHER MEHR UND MEHR INS DIGITALE GEHEN.“

Jeannine, 34 Jahre



Kundenstimme:

„ICH NUTZE BEREITS SEHR EIFRIG UND AN ALLEN MÖGLICHEN KASSEN DIE BEZAHLUNG ÜBER MEIN SMARTPHONE. ICH FINDE DIESE VARIANTE SEHR HILFREICH, DA MAN SELTSAMERWEISE SEINEN GELDBEUTEL ZWAR VERGESSEN KANN, ABER DAS SMARTPHONE HAT MAN IMMER DABEI. ES GEHT AUCH SEHR SCHNELL UND ICH HOFFE, DASS AUCH DAS THEMA DIGITALE QUITTUNG IN IMMER MEHR LÄDEN IN ZUKUNFT MÖGLICH SEIN WIRD.“

Andreas, 44 Jahre



Kundenstimme:

„ICH FINDE ES SEHR GUT, DASS ICH MEINE KARTE AUF DEM SMARTPHONE DIGITALISIEREN KANN. DAS IST BEQUEM UND SICHER. SO MUSS ICH KEINE ANGST HABEN, DASS DIE KARTE GESTOHLEN WIRD ODER DASS ICH DIE KARTE VERLIEREN KANN.“

Ingo, 55 Jahre

**Fabian Lang, Lang Onlinehandel**

Meine Familie ist bereits seit dem Jahr 1905 im stationären Einzelhandel tätig (Sport-, Baby- und Lederfachhandel) und wir setzen seit über 30 Jahren in allen Geschäften auf das Zahlungsmittel girocard, bzw. früher die ec-Karte. Wir schätzen sehr, dass die Zahlungen am POS sicher, schnell und kostengünstig sind. Vor allem die Gutschrift auf dem Bankkonto am nächsten Arbeitstag und die geringen Gebühren im Vergleich zu anderen Zahlungssystemen bieten einen Vorteil. Auch unsere Kund:innen vertrauen auf die girocard und somit werden bei uns aktuell ca. 85 Prozent aller bargeldlosen Transaktionen über das System abgewickelt. Die Nachfrage unserer Verkäufer:innen „Haben Sie auch eine girocard?“ trägt wahrscheinlich zu diesem hohen Anteil bei. Hierdurch sparen wir v. a. die höheren Gebühren, die von anderen Systemen erhoben werden. Leider bietet die girocard noch keine Lösung für Zahlungen in Onlineshops an. Wenn sie technisch leicht in Shops zu integrieren wäre (z. B. in gängige „Baukästen“ wie Shopify, WooCommerce, Shopware), Kund:innen sie ohne große Hürden „einfach so“ nutzen könnten und es dann auch noch deutlich kostengünstiger für Merchants ist, sehe ich hier sehr großes Potenzial. Wir würden die girocard als Zahlungsart z. B. in unserem DRASSN Online-shop auf jeden Fall anbieten!

girocard – HAND IN HAND FÜR EIN ERFOLGREICHES SYSTEM

**Mirko Torgen Oesau, Deutscher
Sparkassen- und Giroverband (DSGV)**

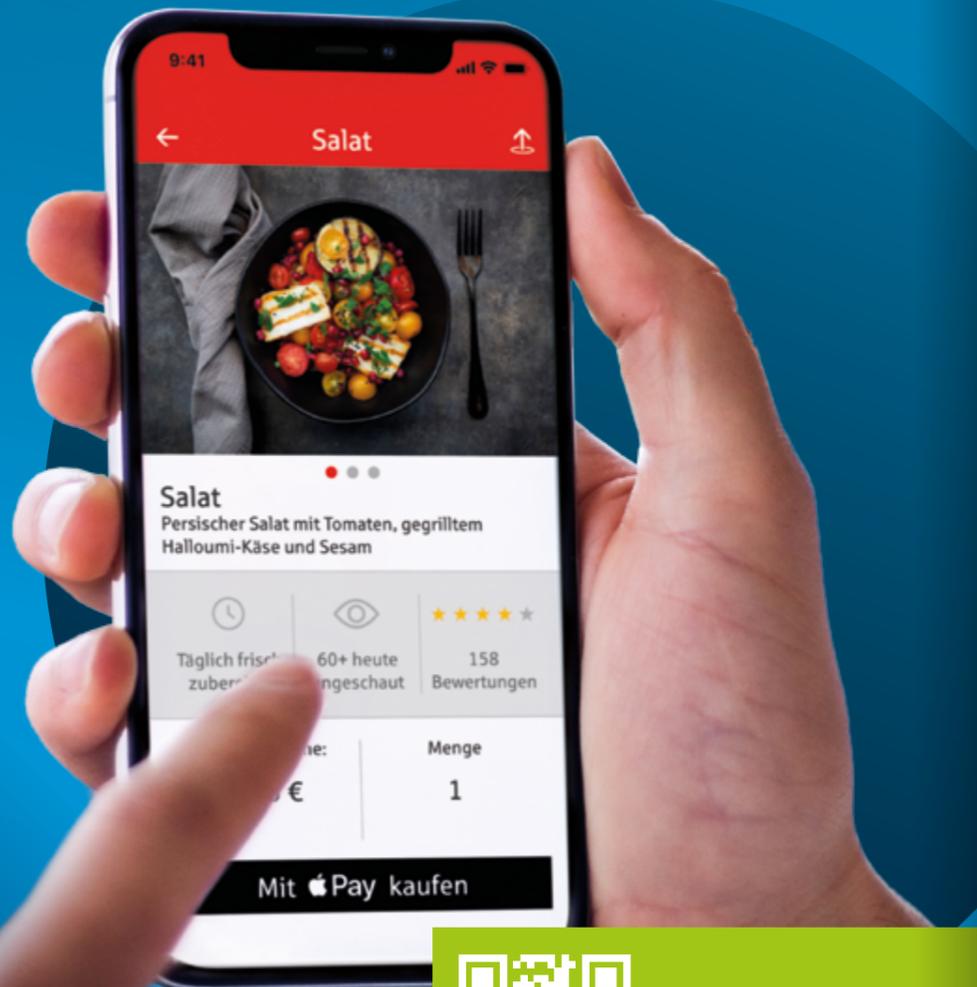
Das girocard-Netzwerk ist weit mehr als das Zusammenspiel von Kund:innen sowie dem Handel, die ein weit verbreitetes Zahlungssystem nutzen wollen. Zwar beruht jedes Zahlungssystem auf einer Vielzahl von Akteuren, die dafür sorgen, dass Zahlungen schnell und zuverlässig durchgeführt werden können. Beim girocard-System gehören aber seit jeher weitreichende Partizipationsmöglichkeiten dazu.

Netzbetreiber und Online-Netzbetreiber, Hersteller von Bezahlterminals oder Geldautomaten, Rechenzentren der kartenherausgebenden Banken und Sparkassen, kartenproduzierende Verlage, Betreiber digitaler Karten – sie alle und einige mehr bilden das girocard-System und sorgen Hand in Hand für einen reibungslosen 24/7-Betrieb.

Für den DSGVO als einer der girocard-betreibenden Verbände der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) ist es seit jeher ein Anliegen, alle Beteiligten in die Fortentwicklung des girocard-Systems einzubinden. Diese Partizipationsmöglichkeiten wird die DK dann auch zusammen mit ihrem operativen Scheme-Manager, der EURO Kartensysteme, weiter ausbauen. So können sich Systemteilnehmer:innen nicht nur regelmäßig über die girocard-Entwicklung informieren, sondern als Expert:innen selbst „Impulsgeber:innen“ sein oder im Rahmen eines Co-Creation-Ansatzes aktiv an Neuerungen mitarbeiten. In diesem Sinne: auf weiterhin gute Zusammenarbeit!

Die girocard geht online

Händler erreichen durch eine Integration neue Kunden und profitieren von den günstigen Konditionen der girocard.



Jetzt informieren
auf [computop.com](https://www.computop.com)

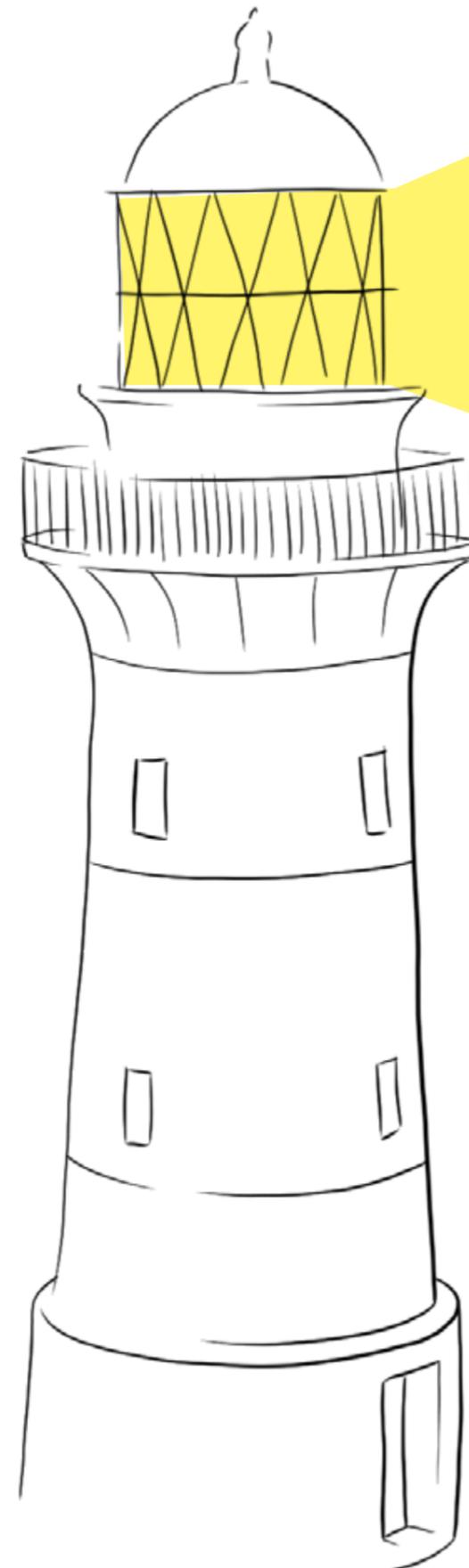
Branchenübergreifender Bezahlwandel

EINE KARTE FÜR ALLE(S)

LEUCHTTURM-PROJEKTE IM GIROCARD-SYSTEM

IM ALLTAG UND IN DER FREIZEIT: KUND:IN-NEN WOLLEN EIN EINMALIGES UND VOR ALLEM UNKOMPLIZIERTES ERLEBNIS. DAS GILT AUCH FÜR DAS BEZAHLEN – EIN SCHNELLER UND EINFACHER BEZAHL-PROZESS HAT ZWEIFELSOHNE DIREKTEN EINFLUSS AUF DAS GESAMTERLEBNIS. EIN BLICK AUF DIE VIELFÄLTIGEN ANWENDUNGSBEREICHE DER INITIATIVE-MITGLIEDER VERRÄT, DASS ES IN DER PRAXIS EINEN GEMEINSAMEN NENNER GIBT, DER NICHT NUR DAS BEZAHLEN IM ALLTAG UNKOMPLIZIERTER MACHT, SONDERN AUCH BEI DER FREIZEIT-GESTALTUNG EIN WAHRER CHAMPION IST: DIE GIROCARD.

Mehr zum
Bezahlverhalten
der deutschen
Bevölkerung
gibt es auf
Seite 26–29.



Neue Bezahlinfrastrukturen ersetzen überholte Systeme – auch beim Knöllchen

Polizist:innen müssen bei der täglichen Arbeit gut ausgestattet sein – dazu zählt auch ein mobiles Bezahlterminal. Klingt ungewöhnlich, gehört aber bei immer mehr Polizist:innen zu den Arbeitsutensilien. In Niedersachsen und Thüringen etwa können gebührenpflichtige Sachverhalte nun bei Beamt:innen der Polizei direkt an Ort und Stelle bezahlt werden, und das bargeldlos mit der girocard. Das IDZ-Mitglied TeleCash from Fiserv stattet beide Polizeibehörden mit den mobilen Bezahlterminals A920 von CCV aus.

Die großen Touchdisplays der Terminals gewährleisten ein müheloses Ablesen zu jeder Tages- und Nachtzeit und sind damit für beide Parteien anwendungsfreundlich. Zusätzlich sind die Android-basierten Terminals App-fähig und erlauben so weitere von der Polizeibehörde gewünschte Anwendungen auf den Geräten. Mit dieser Innovation im Arbeitsalltag der Beamt:innen konnte die Polizeibehörde Thüringen ihren Verwaltungsaufwand in diesem Teilprozess um 50 Prozent reduzieren.

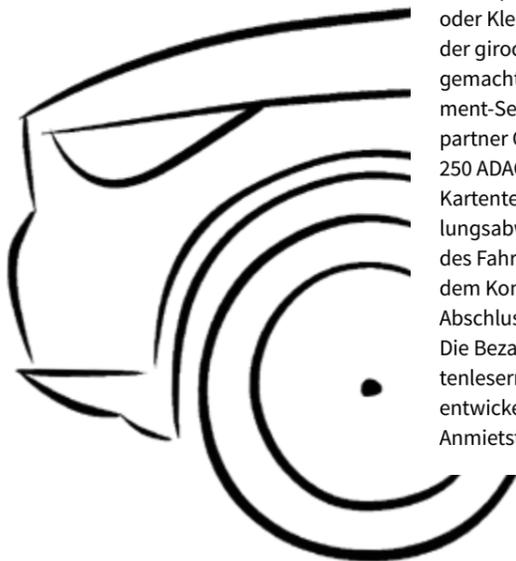
Die IDZ-Mitglieder TeleCash from Fiserv und CCV bringen Bezahlinnovation auch in Polizeibehörden.



Reisen unter neuen Vorzeichen bei der Autovermietung

Freie Fahrt beim Umzug: ADAC-Mitglieder können u. a. Transporter jetzt auch mit der girocard anmieten.

Einen Kleinwagen für den Städtetrip oder einen Transporter für den Umzug anmieten – was vorher meist nur die Kreditkarte gewährleistete, ermöglicht nun auch die girocard. ADAC-Mitglieder können seit September 2022 Clubmobile, Transporter oder Kleinbusse innerhalb Deutschlands mit der girocard mieten und bezahlen. Möglich gemacht hat dies unter anderem der Payment-Service-Provider und IDZ-Premiumpartner Computop. Dafür wurden insgesamt 250 ADAC-Mobilitätspartner:innen mit neuen Kartenterminals und einer einheitlichen Zahlungsabwicklung ausgerüstet. Bei Buchung des Fahrzeuges wird der jeweilige Betrag auf dem Konto der Kund:innen belastet und nach Abschluss der Miete wieder gutgeschrieben. Die Bezahlung wird mit den neuen A920-Kartenterminals über eine eigens dafür vom ADAC entwickelte Terminal-App vor Ort in den Anmietstationen abgewickelt.



Sportbranche bleibt bei Bezahlinnovationen am Ball

Seit vielen Jahren setzen die IDZ-Mitglieder vermehrt erfolgreich Bezahlssysteme in den Fußballstadien der Republik um. So hat das IDZ-Mitglied VR Payment nun auch in der HDI-Arena bei Hannover 96 eine offene Bezahlinfrastruktur eingerichtet, die das Bezahlen mit allen gängigen Debit- und Kreditkarten sowie dem Smartphone ermöglicht. Dabei wurde unter anderem die vereinseigene App um eine Mobile-Ordering-Funktion erweitert, sodass Zuschauer:innen Getränke und Essen von ihrem Sitzplatz aus bestellen und direkt über die App bezahlen können. Seit Juli 2022 können Fans des 1. FC Kaiserslautern bei Heimspielen bargeldlos mit allen gängigen Zahlungsmitteln bezahlen. Insgesamt installierte VR Payment im Stadion 175 stationäre Kartenlesegeräte sowie 18 mobile Bezahlterminals. Somit können die Fans ihre Tickets für Spiele, Lounges und das Museum bezahlen, bequem im Fanshop einkaufen und das gastronomische Angebot der 30 Kioske nutzen. Auch ein Pfandsystem ist integriert: Bei Becherrückgabe wird der Pfandbetrag kontaktlos zurückgebucht. Darüber hinaus hält auch im Deutsche Bank Park der Frankfurter Eintracht dank VR Payment eine neue Art von Einkaufs- und Bezahlinnovation Einzug: Anfang 2022 wurde dort der erste Selfservice-Fanshop Deutschlands eröffnet. Kund:innen führen vor Verlassen des Shops die Einkaufstüte mitsamt Wunschartikeln durch eine kleine Scaneinheit, die mittels RFID automatisch alle Produkte erfasst. Der Inhalt des Einkaufs wird dann auf einer Display-Station angezeigt und Kund:innen können anschließend kontaktlos via Karte oder Smartphone bezahlen.

Sportlich schnell bezahlen geht im Stadion genauso wie im Fanshop.



Kartenakzeptanz im Bereich E-Mobilität nimmt Fahrt auf

Einfach reisen – schnell und unkompliziert gezahlt: Die Zahl der in Deutschland zugelassenen E-Autos steigt und damit auch die Notwendigkeit, die Ladeinfrastruktur flächendeckend auszubauen. Einen entscheidenden Vorstoß hierzu hat die Novellierung der Ladesäulenverordnung geleistet, die unter anderem festlegt, dass

alle neu aufgestellten öffentlichen Ladesäulen ab Juli 2023 eine Zahlung mit Debit- oder Kreditkarte akzeptieren müssen. Eine technische Lösung hierfür bietet der IDZ-Premiumpartner CCV mit seinen Bezahlterminals IM30 und IM15.

Die Terminals können auch nachträglich in bestehende Ladesäulen integriert werden und ermöglichen die **kontaktlose Bezahlung mit oder ohne PIN-Eingabe.** Auch das IDZ-Mitglied VR Payment bietet Ladestationen mit den Bezahloptionen girocard, Kreditkarte und App sowohl für den öffentlichen Bereich als auch für Unternehmen an. Zur Auswahl stehen dabei Normal- und Schnellladestationen sowie flexible Wallboxen für Autos oder E-Bikes.



WAS LANGE WÄHRT, WIRD ENDLICH GUT –

Mit Karte und kontaktlos zu Wasser

Am Bodensee trotz der Bezahlinfrastruktur Wind und Wetter.

Lange Zeit stand an den Anzeigetafeln an den Fähranlegern in Konstanz und Meersburg, dass keine Kartenzahlung möglich ist. Seit Herbst 2021 können Fahrkarten nun auch unkompliziert mit Debit- oder Kreditkarten bezahlt werden. Aktuell werden auf allen sechs Schiffen der Fähre Konstanz–Meersburg 100 Terminals eingesetzt, davon sind je nach Schiffseinsatz bis zu 18 parallel in Betrieb. Der Weg dorthin hatte einige Hürden, denn ein Kartenlesegerät auf dem Bodensee muss gewissen Herausforderungen standhalten: Temperaturen bis zu minus 25 und plus 50 Grad sowie Spritzwasser und schwierigen Lichtverhältnissen. Zudem muss das Terminal mobil sein, wenig Gewicht haben und es benötigt eine hohe Akkulaufzeit. Die Stadtwerke haben gemeinsam mit der Sparkasse Bodensee und dem Terminalhersteller Ingenico über ein Jahr an der perfekten Lösung getüftelt. Das Terminal Link/2500 von Ingenico ist fast 100 Gramm leichter als andere Kartenlesegeräte und stellt die perfekte Lösung für die schwierigen Bedingungen an Bord dar. Insgesamt ziehen die Stadtwerke Konstanz bisher eine positive Bilanz: Rund 15 Prozent der Tickets werden mittlerweile bargeldlos gelöst und sorgen dabei für 20 Prozent des Umsatzes (Juli 2022).

Payment-Upgrade: Die Eventbranche zieht nach

Drei Tage, elf Bühnen, rund 150 Bands und mehr als 80.000 Fans: Das ist das „Wacken Open Air“. Die Organisation des größten Heavy-Metal-Festivals der Welt verlangt minutiöse Planung und reibungslose Prozesse. Deshalb stellte der Veranstalter des Festivals 2022 auf ein komplett bargeldloses Bezahlkonzept um: **Erstmals konnten die Gäste über einen Chip auf ihrem Festivalbändchen bezahlen** – mit Guthaben, das vor Ort mit der girocard an Automaten aufgeladen werden konnte. Umgesetzt wurde diese Prepaid-Offline-Lösung unter anderem mit dem IDZ-Mitglied VR Payment. Da die Netzgegebenheiten vor Ort oftmals nicht optimal sind, entschied man sich erst einmal für diese Bezahlvariante über das Festivalbändchen. Es zeigt sich: Auch die Eventbranche folgt allmählich dem Trend zu bargeldlosen und offenen Bezahlinnovationen.

Bäckereien setzen auf bargeldloses Bezahlen

In Ruhe gereift, schnell bezahlt: Brot von der Hofpfisterei.

TRADITION SCHLIESST INNOVATION NICHT AUS

Einmal war das Bezahlen in der Bäckerei eine reine Bargeld-domäne. Das jüngste Beispiel, an dem gleich zwei IDZ-Mitglieder mitgewirkt haben, zeigt, dass sich die Branche wandelt. PAYONE hat gemeinsam mit der Stadtsparkasse München die Traditionsbäckerei Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH als Kunden gewinnen können. Anfang 2022 hat sich die Öko-Bäckerei dafür entschieden, alle 160 Filialen – vorrangig in München und Umgebung – erstmals mit Kartenlesegeräten auszustatten, und damit auf die veränderte Erwartungshaltung der Kundschaft in Bezug auf digitale Bezahlmöglichkeiten reagiert. So können Stammkund:innen und diejenigen, die spontan vom Duft frischer Brezen in den Laden gelockt werden, endlich einfach, schnell und hygienisch mit ihrer girocard ihre Brot- und Backwaren bezahlen.

OB BEIM BEZAHLEN IN DER BÄCKEREI, IM FUSSBALLSTADION ODER AN DER E-LADESÄULE, DIE PRAXISBEISPIELE UND UNTERSCHIEDLICHEN ANWENDUNGSBEREICHE DER IDZ-MITGLIEDSUNTERNEHMEN ZEIGEN: DIE GIROCARD IST SOWOHL IM ALLTAG ALS AUCH IN DER FREIZEIT EIN RICHTIGES ALLROUND-TALENT. DIE EINFACHE HANDHABUNG VEREINT ZEITERSPARNIS UND FLEXIBILITÄT, DIE NICHT NUR UNTER VERBRAUCHER:INNEN, SONDERN AUCH IM HANDEL WERTGESCHÄTZT WERDEN. KEIN WUNDER, DASS FÜR 78 PROZENT DER BUNDESBÜRGER:INNEN DIE GIROCARD ALS PHYSISCHE KARTE NACH EIGENER EINSCHÄTZUNG AUCH IN FÜNF JAHREN NOCH DIE NUMMER EINS BEIM BEZAHLEN SEIN WIRD.¹ //

¹ Repräsentative Befragung des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. im August 2022: 1.038 Personen, ab 16 Jahren.

Für den modernen Kassenplatz, die e-Ladesäule oder mobile Lieferdienste.

Die perfekte Bezahlösung finden Sie bei CCV!



CCV Empowering payment

Seit 1958



Trends aus der Automatenwelt

VENDING WEITERGEDACHT



Micro-Markets als Chance für eine bessere Nahversorgung

OB IN DER BAHNHOFSHALLE, AUF DEN GÄNGEN DER UNIVERSITÄT ODER IN SPORTHALLEN – AN DEN MEISTEN DIESER ORTE STEHEN MITTLERWEILE VENDING-AUTOMATEN. SO UNSCHENBAR SIE AUCH WIRKEN – DIE DURCHFÜHRTEN VERKÄUFE ZEUGEN VON IHRER BEDEUTUNG. DENN AM TAG WERDEN IN DEUTSCHLAND ÜBER 11 MILLIONEN VERKÄUFE ÜBER AUTOMATEN ABGEWICKELT.¹ BISHER ZEIGEN VENDING-AUTOMATEN IHR POTENZIAL GERADE AN STANDORTEN, DIE VON VIELEN MENSCHEN FREQUENTIERT WERDEN. KÖNNTEN VENDING-KONZEPTE ABER BEISPIELSWEISE AUCH EINE CHANCE FÜR EINE BESSERE NAHVERSORGUNG IN LÄNDLICHEREN REGIONEN SEIN?

HOFLADEN DER ZUKUNFT

Die Nachfrage nach regionalen und nachhaltigen Produkten ist hoch wie nie. Kund:innen legen gerade bei tierischen Produkten Wert auf regionale Erzeuger:innen mit hohen Qualitätsstandards. Das Umsatzpotenzial für Landwirtschaftsbetriebe ist da, genauso wie die passende Verkaufslösung. Denn Vending-Automaten können diese Nachfrage – ohne dass ein Zwischenhändler nötig ist – bedienen und dabei sowohl als Hofladen für Bauernhöfe fungieren, die dort ihre Eier und Milchprodukte anbieten, als auch lokalen Metzgereien ermöglichen, ihre hochwertigen Fleischwaren auch nach Ladenschluss noch zu verkaufen. Viele Betriebe wissen oftmals nicht, wie ein solches Vending-Konzept sinnvoll in die Praxis umgesetzt werden kann. Der Bundesverband der Deutschen Vending-

Automatenwirtschaft e. V. (BDV) arbeitet deshalb bereits seit einigen Jahren mit Landwirtschaftskammern zusammen, um innovative Konzepte gemeinsam mit landwirtschaftlichen Unternehmen vor Ort auf die Beine zu stellen.

BARGELDLOSES BEZAHLEN ALS ENABLER FÜR INNOVATIVE VENDING-KONZEPTE

Über klassische Bauernhöfe hinaus können aber auch Weingüter intelligente Automatenkonzepte für sich nutzen, denn eine Altersprüfung und -verifikation kann über das bargeldlose Bezahlen mit der girocard ganz einfach sichergestellt werden. Nicht nur solche Zusatzfunktionen machen bargeldloses Bezahlen für regionale Anbieter:innen

interessant, sondern auch andere Faktoren wie die teure Bargeldentsorgung bewirken laut BDV, dass bei laufenden Projekten mit den Landwirtschaftskammern etwa 70 Prozent der Bezahlvorgänge mittlerweile bargeldlos durchgeführt werden. Die Vorteile des bargeldlosen Bezahls liefern zudem optimale Voraussetzungen, um Vending-Konzepte weiterzudenken. Christine Bauer, Vice President International Sales beim Paymentdienstleister CCV, sieht hier einen generellen Trend: „Das bargeldlose und kontaktlose Bezahlen an Automaten wird zum Standard werden und auch das Bezahlen über mobile Geräte wird weiter zunehmen.

70 Prozent der Bezahlvorgänge werden mittlerweile bargeldlos durchgeführt.

Gerade für unbemannte Micro-Markets bieten neue All-in-one-Payment-terminals eine gute Lösung. Das Scannen der Ware und die Abwicklung des bargeldlosen Bezahls laufen über ein Gerät, das somit den Einkaufs- und Bezahlprozess vereint.“

24/7-MICRO-MARKETS – VENDING UND HANDEL GEHEN HAND IN HAND

Vending-Automaten können nur eine Handvoll Produkte anbieten, während sogenannte unbemannte Micro-Markets kleine Einkaufsuniversen in der ländlichen Nahversorgung darstellen können. Sie sind deshalb so vielversprechend, weil sich Verbraucher:innen durch die

24/7-Öffnung der Mini-Supermärkte mit Produkten des täglichen Lebens versorgen können, wenn die normalen Supermärkte bereits geschlossen sind. Ein Konzept, das gerade ländlichen Kommunen mit ohnehin weniger Auswahl an Einkaufsmöglichkeiten eine echte Chance bietet. Warum die praktische Umsetzung aktuell jedoch noch mit einigen Hürden verbunden ist, erklärt Dr. Aris Kaschefi, Geschäftsführer des BDV: „24/7-Stores sind kein kurzfristiger Trend, sondern eine langfristige Ergänzung im Vending. Doch leider ist die Installation solcher Micro-Markets aufgrund veralteter Regularien und Fragen zu Öffnungszeiten oder zum Baurecht oftmals nicht einfach. Um Hürden weiter abzubauen und die Nahversorgung auf dem Land weiter verbessern zu können, stehen wir in einem ständigen Austausch mit politischen Entscheider:innen.“

Ob als kleines Hofladenkonzept für regionale Erzeuger:innen oder 24/7-Supermarkt an weniger stark bevölkerten Orten – Vending-Konzepte haben das Potenzial, die Art und Weise, wie wir einkaufen, zu revolutionieren und an vielen Stellen zu erleichtern. //



¹ Operator-Studie des Bundesverbandes der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft e. V., September 2022.

Allensbach-Studie zum Bezahlen in Deutschland

VERTRAUEN IN BEWÄHRTES BEIM UMGANG MIT FINANZEN

DER GROSSTEIL DER DEUTSCHEN BEVÖLKERUNG BESCHÄFTIGTE SICH GERADE IM VERGANGENEN JAHR INTENSIVER MIT DER EIGENEN FINANZIELLEN SITUATION ALS SONST. GRUND DAFÜR WAREN INSBESONDERE DIE ANHALTENDE WIRTSCHAFTLICHEN UND POLITISCHEN KRISEN. WIE GENAU HABEN SICH DIESE AUF DAS BEZAHLVERHALTEN IN DEUTSCHLAND AUSGEWIRKT? GIBT ES ETWAS, DAS DEN BUNDESBÜRGER:INNEN DABEI HILFT, EIN SICHERES GEFÜHL IM UMGANG MIT DEN EIGENEN FINANZEN ZU HABEN? BEEINFLUSST DIES ZUGLEICH AUCH IHRE WAHL DES BEZAHLMITTELS? DIESEN UND WEITEREN SPANNENDEN FRAGEN IST DIE INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME GEMEINSAM MIT DEM INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH NACHGEGANGEN.



Was bereitet Ihnen aktuell am meisten Sorgen bzw. belastet Sie besonders?

Großteil der Bevölkerung sorgt sich um eigene finanzielle Zukunft

Mehr als die Hälfte der Befragten (54 Prozent) geben an, dass sie sich aufgrund der politischen und wirtschaftlichen Krisen der vergangenen Monate mehr mit der eigenen finanziellen Situation beschäftigen als sonst. Fast genauso viele (47 Prozent) fürchten, den eigenen Lebensstandard in Zukunft nicht halten zu können. Gerade die hohen Energiekosten (50 Prozent) und die gestiegenen Preise für Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs (43 Prozent) belasten rund die Hälfte der deutschen Bundesbürger:innen. So ist es nicht verwunderlich, dass im Umkehrschluss 71 Prozent der Befragten angeben, beim Einkauf mehr auf den Preis zu achten und darauf, im Alltag Strom zu sparen (64 Prozent). Ebenfalls wird auf Urlaubsreisen (30 Prozent) und Fahrten mit dem PKW verzichtet (30 Prozent).

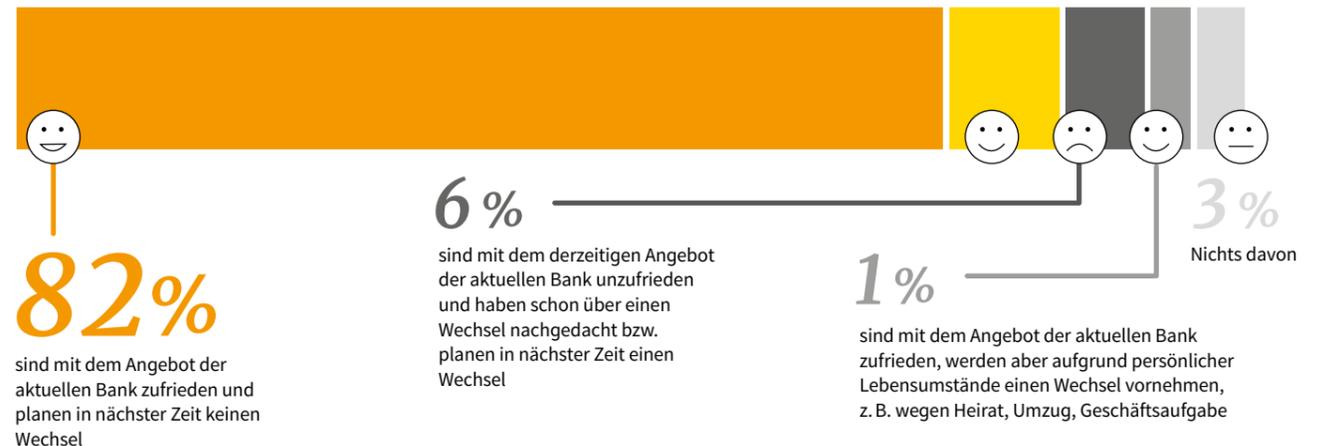


Generationsübergreifend hohes Vertrauen in Angebot der Banken und Sparkassen

Es zeigt sich, dass die Bundesbürger:innen in diesen ungewissen Zeiten auch weiterhin ihr Vertrauen in die eigene Bank oder Sparkasse und deren Angebote setzen. Denn mit 82 Prozent ist der Großteil der deutschen Bevölkerung mit dem Angebot seiner Bank oder Sparkasse zufrieden und plant aktuell keinen Wechsel. 71 Prozent der Befragten sind ihrer Bank oder Sparkasse bereits seit mehr als einem Jahrzehnt treu. Dabei sind es vor allem die bewährten Angebote der Bank oder Sparkasse, die den Bundesbürger:innen ein sicheres Gefühl im Umgang mit den eigenen Finanzen vermitteln. Knapp drei Viertel (74 Prozent) der Befragten geben an, dass ihnen die Verfügbarkeit von Kontoauszügen in der Filiale oder online besonders wichtig ist. Für fast genauso viele vermitteln ein:e persönlicher Ansprechpartner:in (69 Prozent), ein großes Filialnetz (64 Prozent), die Möglichkeit des Onlinebankings (62 Prozent) sowie die Verfügbarkeit möglichst vieler Geldautomaten (61 Prozent) Sicherheit im Umgang mit den eigenen Finanzen.



Wie stehen Sie aktuell zu Ihrer (Haupt-)Bank und dem Angebot, das Sie derzeit nutzen?

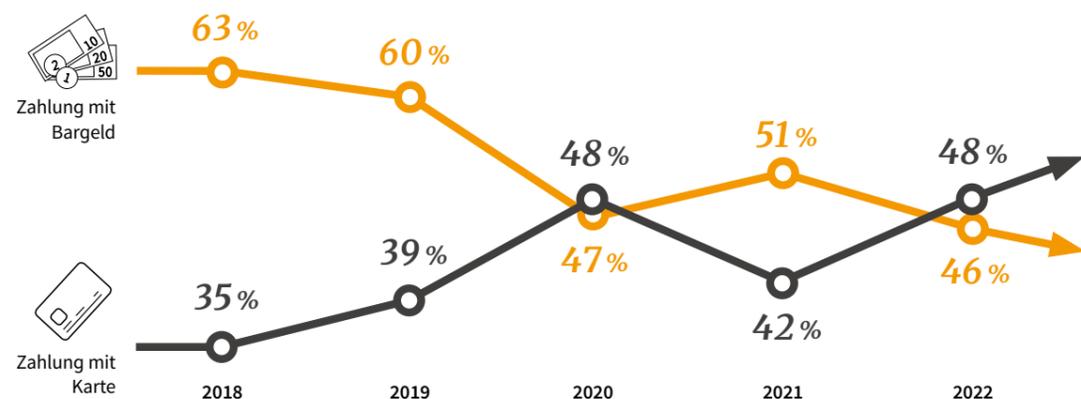


Vertrauen in Bankkarte: Bargeld wird an der Kasse von Karte abgelöst

Die Verbundenheit der Bevölkerung mit der eigenen Bank oder Sparkasse spiegelt sich auch deutlich in der Nutzung der ausgegebenen Debitkarte wider. Im Trendvergleich zeigt sich eine deutliche

Verschiebung von der Barzahlung zur Kartenzahlung: 2018 haben noch 63 Prozent der Befragten ihre letzten Einkäufe in bar beglichen, nur 35 Prozent mit der Karte. Im Jahr 2022 gaben knapp die Hälfte der Befragten (48 Prozent) an, bei den letzten Einkäufen an der Kasse meist mit Karte bezahlt zu haben – 46 Prozent gaben an, in bar bezahlt zu haben. Bei

den tatsächlichen Bezahlvorgängen löst die Kartenzahlung damit die Barzahlung als beliebtestes Bezahlmittel ab. Wenn mit der Karte gezahlt wird, bevorzugt die Mehrheit nach wie vor die girocard. 58 Prozent derjenigen, die sowohl über eine girocard als auch über eine Kreditkarte verfügen, präferieren in der Regel die Zahlung per girocard.



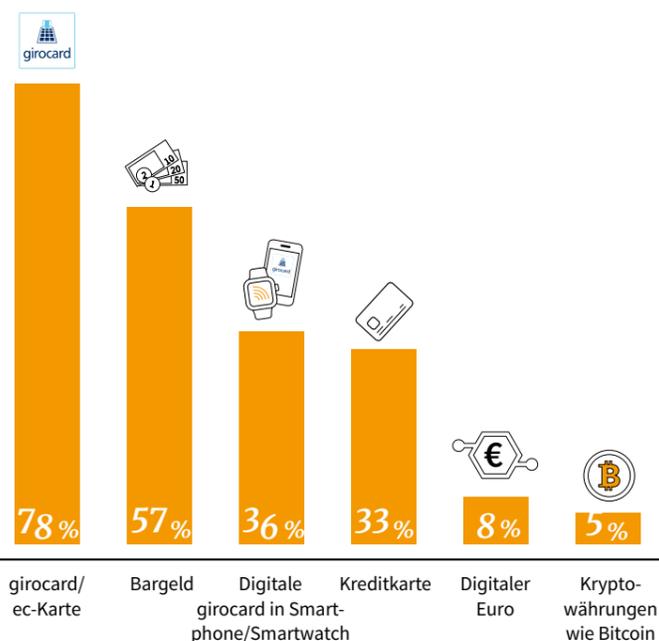
Generationsunterschiede beim Bezahlen

Gerade die junge und mittlere Generation bis 44 Jahre greift mittlerweile auch bei kleinen Beträgen unter 50 Euro immer seltener zum Bargeld und häufiger zur Karte. Nur noch 34 Prozent der 16- bis 29-Jährigen zahlten 2022 kleinere Beträge am liebsten bar (2021: 47 Prozent). Bei den 30- bis 44-Jährigen nutzten 2022 nur noch 37 Prozent für kleine Beträge lieber das Bargeld (2021: 51 Prozent). Dabei erfährt die Kartenzahlung auch bei der Bevölkerung ab 60 Jahren einen stetig wachsenden Zuspruch: Die Präferenz zur Kartenzahlung ist in dieser Altersgruppe im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozentpunkte gestiegen (2021: 24 Prozent, 2022: 28 Prozent).

Auch die Kontaktlos-Funktion der girocard scheint generationenübergreifend immer beliebter zu werden. Denn mittlerweile zahlt und jeder: Zweite (49 Prozent) der Generation 60+ kontaktlos. In der jüngeren und mittleren Generation bis 44 Jahre nutzen sogar über 80 Prozent (81 und 82 Prozent) die Kontaktlos-Funktion.

Für eine kontaktlose Zahlung spricht aus Sicht der Inhaber:innen einer girocard

insbesondere, dass die Zahlungsart schneller, einfacher, praktischer und hygienischer ist als die Zahlung mit Bargeld. Zudem empfinden die Befragten die kontaktlose Zahlung als sicher. Generell zeichnen sich bei Nutzer:innen der Kontaktlos-Funktion sowie in der Bundesbevölkerung insgesamt positive Assoziationen in Bezug auf das kontaktlose Bezahlen ab.

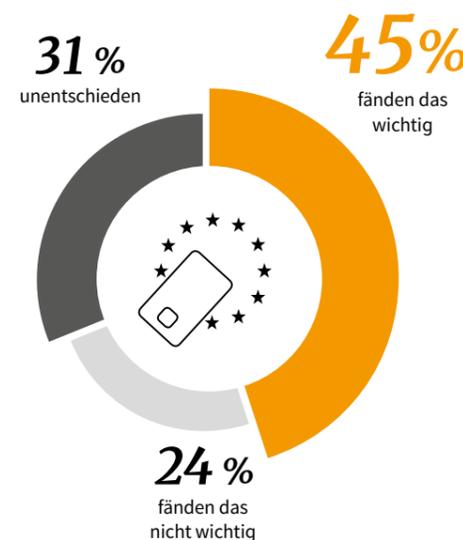


Die girocard ist aus dem Geldbeutel der Zukunft nicht wegzudenken

Die Bezahlpräferenzen und das Bezahlverhalten zeigen ein deutliches Bekenntnis der Bundesbürger:innen zur girocard. Fragt man Verbraucher:innen, was sie in fünf Jahren in ihrem (digitalen) Geldbeutel haben werden, so liegt die girocard, als physische Karte, mit 78 Prozent auf Platz eins. Für über die Hälfte der Befragten (57 Prozent) wird das Bargeld auch in fünf Jahren noch eine wichtige Rolle spielen und über ein Drittel (36 Prozent) der Befragten sehen die digital in Smartphone oder Smartwatch hinterlegte girocard in ihrem Geldbeutel. Erst danach folgt die Kreditkarte mit 33 Prozent. Lediglich acht Prozent der Bürger:innen glauben, dass sie in fünf Jahren mit dem digitalen Euro bezahlen werden. Noch weniger (fünf Prozent) halten es für wahrscheinlich, mit Kryptowährungen wie dem Bitcoin zu bezahlen.

Großer Zuspruch für ein europäisches Bezahlssystem

Wirft man einen Blick über den nationalen Tellerrand hinaus und fragt Verbraucher:innen nach ihrer Meinung zu einem möglichen europäischen Bezahlssystem, wird eine klare Haltung der deutschen Bürger:innen deutlich: Fast die Hälfte der Befragten (45 Prozent) fänden es wichtig, dass es in Zukunft verstärkt europäische Bezahlssysteme als Konkurrenz zu amerikanischen gibt. Dabei nennen 61 Prozent als Grund für den Zuspruch mehr Unabhängigkeit von den USA. Fast genauso viele Bundesbürger:innen (57 Prozent) finden, dass die Euro-Zone als Währungsunion auch ein eigenes Bezahlangebot haben sollte. Dabei ist mehr als der Hälfte der Befragten (52 Prozent) besonders der strengere Daten- und Verbraucherschutz in der EU wichtig, 34 Prozent sprechen einem europäischen System außerdem eine höhere Vertrauenswürdigkeit als amerikanischen Anbietern zu.



Vertrauen in Bezahlprodukte der Gegenwart als Türöffner für Bezahlinnovationen der Zukunft

Die Ergebnisse zeigen, wie sehr die Bürger:innen hierzulande ihren Banken und Sparkassen und deren Finanzdienstleistungen vertrauen. Dabei geht es aber nicht nur um die klassischen Bankdienstleistungen, sondern auch um die ausgegebenen Bezahlmittel. Der Großteil der Befragten setzt auch beim Bezahlen auf die bargeldlosen Produkte seiner Banken und Sparkassen, wie die kontaktlose girocard. Dieses Vertrauen zeigt:

Für viele Menschen ist die girocard auch aus dem Geldbeutel der Zukunft nicht wegzudenken. //

Die Studie: Die Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme stützt sich auf insgesamt 1.038 Interviews mit einem repräsentativen Querschnitt der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahren. Die Interviews wurden im August 2022 mündlich-persönlich durchgeführt.



Peter Ehol

Geschäftsführer der ERNST KÜHNER e. K. und Vorstandsmitglied der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Die Kasse der Zukunft ist intelligenter! Sie wird alle Zahlungsarten anbieten, die Kund:innen nachfragen. Das Abscannen wird über Warensicherungsetiketten erfolgen, die nach dem Bezahlen auch „freigegeben“ werden. Optimal für Pick-&-Go-Shops. Ein weiteres interessantes Zukunftsszenario: Die Entgelte der gewählten Zahlungsmethode werden der Bonsumme zugerechnet und ausgewiesen. Das würde etwa die Kosten der Bargeldabwicklung für Verbraucher:innen transparent und die kostengünstige Alternative mit Kartenzahlung per girocard sichtbar machen.



Dr. Guido Frank

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), Leiter des Referats eID-Strukturen für die Digitalisierung

Die Digitalisierung schafft für Kassen neue Möglichkeiten, fordert aber auch die Informationssicherheit heraus. Um relevante digitale Aufzeichnungen vor Manipulation zu schützen, sind zertifizierte technische Sicherheitseinrichtungen nötig. Der technologieoffene Ansatz in Deutschland ermöglicht innovative Lösungen und eine sichere und pragmatische Integration in Kassensysteme. Die Sicherheit digitaler Bezahlvorgänge erfordert eine starke Kundenauthentifizierung. Bei der Auswahl geeigneter Verfahren liefert die technische Richtlinie 03107 des BSI geeignete Kriterien.



Ralf Gladis

Mitgründer und Geschäftsführer, Computop GmbH

Die Kasse der Zukunft ist da, wo der Kunde ist. Moderne Smartphones können sich mit der Kasse verbinden, um Kartenzahlungen sicher entgegenzunehmen. Sie beherrschen dank PIN on Glass auch die PSD2-konforme Authentifizierung. Die Phone POS-Lösung wird nicht nur viele Terminals ersetzen, sondern ermöglicht das Bezahlen in der Fläche.



Nicole Groß

CEO, ZIIB Zahlungssysteme GmbH

Noch kundenfreundlicher, indem man bargeldlose Zahlungsakzeptanz via QR-Code gleich in die Kasse bzw. Checkout-Systeme integriert. Kund:innen scannen zum Bezahlen den QR-Code vom Kassen- bzw. Kundendisplays mit ihrem Smartphone. Ein digitaler Kassenbeleg wird automatisch im Smartphone hinterlegt. Kundenbindung mit einem Coupon ist problemlos möglich. Das ist nachhaltig und klimafreundlich – ohne Terminal-Hardware und Bon-Rollen. Für Endkund:innen ist das supereinfach, da keine Registrierung bzw. Hinterlegung von Kartendaten nötig ist.



Sabine Grützmaier

Mitglied Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen

Grundsätzlich befürworte ich ein souveränes europäisches digitales Bezahlfahrer. Das Bezahlen im Internet gewinnt in unserem Alltag immer mehr an Bedeutung. Es bringt aber auch neue Herausforderungen mit sich und gerade bei der technischen Ausgestaltung ist Vorsicht geboten. Hierbei sollte man sich nicht auf blockchainbasierte Technologien verlassen müssen. Dafür gibt es aktuell noch zu viele Sicherheitslücken.



Prof. Dr. Gerrit Heinemann

Leiter Web Research Center, Hochschule Niederrhein

Wahrscheinlich wird die Kasse von übermorgen unsichtbar sein. Denn zunehmend eingeschränkte Bargeldverwendung in der EU sowie bereits angestoßener Kassenpersonalabbau im Lebensmittel-Einzelhandel machen nichts überflüssiger als das Kassenterminal. Der Wandel dürfte sozialverträglich gestaltet werden, sodass es zunächst morgen zwar noch die Kasse geben wird, zumindest bei ALDI, allerdings zunächst als physische Doppelkasse mit parallelem Self-Checkout. Oder als personalloses Kassenterminal wie in der Smart Box von EDEKA. Thalia ist da schon weiter als morgen und ermöglicht bereits seit Mitte 2021 den parallelen Self-Checkout per App. Vor Jahren zeigte Amazon Go schon auf, wie es übermorgen sein wird: ohne Kassenterminal, mit automatischer Abbuchung.

EINE FRAGE,
VIELE
PERSPEKTIVEN

„WIE SIEHT DIE KASSE VON MORGEN AUS?“



Björn Hoffmeier

Chief Commercial Officer (CCO), PAYONE GmbH

Die klassische Kassenzone wird künftig nicht mehr Bestandteil des gängigen Store-Konzeptes sein. Der herkömmliche Kassentresen wird im nächsten Jahrzehnt peu à peu verschwinden. Nichtsdestotrotz wird die Kasse bzw. die Kassensoftware von morgen – ob für Handel, Tourismus oder Gastronomie – ein hybrider Allrounder sein müssen, der unterschiedlichste Anwendungsumgebungen am POS abbilden kann: parallel einsetzbar als klassische Kasse, Self-Checkout oder mobiles Kassensystem mit integrierter Kartenzahlung und sonstigen Zahlwegen.



Markus Hövekamp

Gründer und Vorstand, Zahlungsdienstleister Adson

Zukünftig werden viele Kassensysteme direkt auf dem All-in-one-Kassenterminal installiert sein. Warum auf einem Terminal und nicht auf einem Smartphone oder Tablet? Weil nur so wirklich alle Anforderungen mit einem einzigen Gerät abgedeckt werden können – einschließlich des Druckens des Kassenbons, auf den gerade ältere Menschen auch auf Dauer nicht verzichten wollen.



Claudia MacGregor

Abteilungsleiterin Zahlungsverkehr & Informationstechnologie, Bundesverband Öffentlicher Banken

An jeder Kasse geht es ums Bezahlen. Da wird es – wie seit über 30 Jahren – auch künftig die girocard geben. Und das bei weiterhin höchster Verlässlichkeit und Integrität. Sicherheit beim Bezahlen bedeutet „sicher in die Zukunft“. Das bietet die girocard. Digital und als physische Karte, ausgestattet mit attraktiven Erweiterungen für Handel und Verbraucher, bspw. der Altersverifikation. Privat wünsche ich mir etwas mehr Platz beim Einpacken der Ware vom Band. Da bin ich eher konservativ.



Theresa Schleicher

Strategische Beraterin und Rednerin für das Zukunftsinstitut, Autorin des Retail Report

Die Kassen von morgen sind vielfältig, z. B. als einzelner Klick online, als Self Scan und Pay Station an einer Rezeption mit QR-Codes und NFC-Zahlung oder als Abholstation in der Stadt, in der ich als Konsumentin sowohl Lieferungen aufnehmen wie Wareneinsicht, Beratung und Bezahlung erledigen kann. Die Kasse an sich wird teilweise mobiler und situativer, mit einem tragbaren Gerät. Auch aufgrund der Einfachheit für den POS gibt es weiterhin stationäre Kassen, teilweise mit Kassierer:innen, an denen aber mit digitalen Zahlungsmethoden vorab und mit Sensoren zur Analyse der Auslastung etc. ein effizienterer Ablauf gesichert wird.



Michael Trinks

Country Manager, Verifone Germany

Wir von Verifone sind seit jeher starker Partner sowohl des Handels als auch von Kassendienstleistern. Seit einiger Zeit sehen wir eine starke Diversifizierung der Kassentechnologie im Handel, um den gestiegenen Kundenbedürfnissen in Sachen Convenience und Schnelligkeit Rechnung zu tragen. Dieser Trend hin zu Use-case-spezifischen Kassenanwendungen wird sich in Zukunft weiter fortsetzen. Selbstbedienungsanwendungen an Kiosken und Self-Checkout-Kassen werden weiter stark zunehmen. Für jedwede Einsatzoption hält Verifone passende Lösungen bereit.



Elke Wittenstein

martino – STOFFE & IDEEN

Das Geschäft der Zukunft braucht Leidenschaft für seine Produkte. Meine eigene Leidenschaft für Stoffe bringt meiner Kundschaft einen Mehrwert, den sie so in Onlineshops nicht bekommt. Das Stöbern, das haptische Erleben und Gespräche über ein Nähprojekt sowie Tricks und Kniffe, aber auch über den Urlaub machen den Einkauf rund. Die Kasse der Zukunft muss sich unauffällig einfügen, damit das Bezahlen nebenbei passieren kann, wie und wo immer es gerade passt. Denn im Zentrum soll das Erlebnis stehen.

Lexikon: Debitkarten und Kreditkarten

KEIN RÄTSELRATEN BEI KARTENARTEN

RECHTECKIG, FLACH UND MIT EINEM CHIP VERSEHEN – DAS VERBINDET ALLE UNSERE BEZAHLKARTEN IM PORTEMONNAIE. BEI DEN INNEREN WERTEN SIEHT ES JEDOCH SCHNELL ANDERS AUS. DENN VERSCHIEDENE DEBIT- UND KREDITKARTEN UNTERSCHIEDEN SICH DEUTLICH BEI EINSATZMÖGLICHKEITEN UND VERBREITUNG HIERZULANDE. WAS SIND DIE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN BEIDEN KARTENARTEN? UND WELCHE ROLLE SPIELT DABEI DIE GIROCARD – DIE DEBITKARTE DER DEUTSCHEN BANKEN UND SPARKASSEN? EINE AUFKLÄRUNG ZU DEN VERSCHIEDENEN KARTENARTEN.

DEBITKARTEN

girocard, ec-Karte, Bankkarte, Girokarte oder doch lieber Plastikgeld? Es gibt viele verschiedene Begriffe, die eigentlich alle das Gleiche beschreiben wollen. Der richtige Begriff für DIE Debitkarte in Deutschland mit über 100 Millionen ausgegebenen Karten ist: girocard. Diesen Namen trägt sie schon seit über 15 Jahren. Kund:innen deutscher Banken und Sparkassen erhalten in der Regel automatisch eine girocard zu ihrem Girokonto.

Bei einer Debitkarte wird das Girokonto direkt nach dem Einkauf oder dem Abheben von Bargeld belastet („debitiert“). Jede Zahlung ist damit einzeln im Onlinebanking oder auf dem Kontoauszug des Girokontos sichtbar. Neben der girocard der Banken und Sparkassen gibt es auch Debitkarten internationaler Anbieter.

Debitkarten sind die häufigsten Bezahlkarten in Deutschland. Die girocard, in der Vergangenheit als ec-Karte bekannt, kann nahezu überall in Deutschland zum Bezahlen und Geldabheben eingesetzt werden – genauer gesagt an mehr als einer Million Bezahlpunkten und etwa 53.000 Geldautomaten.

KREDITKARTEN

Bei einer Kreditkarte erfolgt die Belastung des Kontos erst zu einem späteren Zeitpunkt, beispielsweise durch Einzug des Betrages vom verknüpften Girokonto. In Deutschland sind vor allem sogenannte Charge-Kreditkarten üblich. Die Umsätze werden dabei vom Kartenunternehmen auf dem Kreditkartenkonto gesammelt und meist einmal im Monat vollständig vom Girokonto abgebucht. Es findet somit ein kurzzeitiger Zahlungsaufschub statt. Zusätzlich gibt es sogenannte Prepaid-Kreditkarten, die vor dem Einsatz mit Guthaben aufgeladen werden.

Vor allem in den USA stark verbreitet sind Revolving-Kreditkarten. Transaktionen mit diesen „klassischen“ Kreditkarten werden ebenfalls gesammelt, in der monatlichen Abrechnung kann aber auch eine Teilzahlung vereinbart werden, so dass der Kredit in Raten beglichen wird. //

Die Kosten ...

Bei jeder Bezahlung entstehen Kosten, egal ob elektronisch oder bar. Kosten für Kartenzahlungen sind dabei besser plan- und sichtbar als solche für Barzahlungen. Zum Bargeldhandling gehören viele indirekte Aspekte wie Zählen, Logistik und Kassendifferenzen durch Fehler. Generell sind Debit-Zahlungen für den Handel günstiger als solche mit Kreditkarten. Besonders gut sind die Konditionen bei der girocard. Sie hat den Vorteil, dass sie besonders kosteneffizient ist bei gleichzeitiger Zahlungsgarantie. Bei anderen Zahlssystemen sind die Entgelte in der Regel deutlich höher. Außerdem sind die Kosten für kleine Händler:innen mit weniger Zahlungen oft noch höher als für die großen Konzerne. Und gerade wer Produkte mit festen Preisen verkauft, wie z. B. Bücher, Zeitschriften oder Lotterielose, kann Entgelte für elektronische Zahlungen meist nicht an Kund:innen weitergeben.

Im Ausland ...

Das girocard-System ist auf Deutschland konzentriert. Für Auslandszahlungen kooperieren Banken und Sparkassen vorrangig mit Mastercard und Visa. Dafür stellen die Institute ihre girocards üblicherweise mit einem internationalen Debit-System als Zusatzfunktion aus. Diese sogenannten Co-Badges ermöglichen Zahlungen außerhalb des girocard-Systems, beispielsweise kann dies im Ausland sein. Hierzu gehören z. B. Debit Mastercard, Visa Debit sowie V Pay.

Der digitale Euro

Währungssicherheit im digitalen Zeitalter

DIE EINFÜHRUNG DES DIGITALEN EURO WÄRE EIN WICHTIGER SCHRITT FÜR GELDPOLITISCHE STABILITÄT IM DIGITALEN ZEITALTER. VIELE BÜRGER:INNEN FRAGEN SICH NUN: WIRD DAS BARGELD ABGESCHAFFT, WENN DER DIGITALE EURO KOMMT? EIN KOMMUNIKATIONSPROBLEM – DENN: DER DIGITALE EURO IST VOR ALLEM EINE NÜTZLICHE ERGÄNZUNG ZUM BARGELD, ALLERDINGS IST SEINE BEDEUTUNG VOR ALLEM IN FACHKREISEN BEKANNT. GANZ ZENTRAL IST: IM DIGITALEN ZEITALTER KÖNNTE DER DIGITALE EURO UNSERE WÄHRUNG STABIL HALTEN, WENN DIE NUTZUNG VON BARGELD MEHR UND MEHR ZURÜCKGEHT. DENN MIT IHM HÄTTEN WIR ZWEI ZENTRALBANKGESICHERTE GELDARTEN. DER DIGITALE EURO HAT DAS POTENZIAL, DAS ÖFFENTLICHE VERTRAUEN IN DEN EURO UND SEINE KAUFKRAFT – UND DAMIT DAS FUNKTIONIEREN DER WIRTSCHAFT AUCH IN KRISENZEITEN – ZU WAHREN.

Es wird jedoch komplex sein, den digitalen Euro einzuführen. Das ist keine reine geldpolitische Entscheidung, sondern muss von allen EU-Institutionen und EU-Mitgliedsstaaten getragen werden, um die Belange von Bürger:innen und Wirtschaft gleichermaßen zu berücksichtigen.

Zentralbanken müssen fest im Blick behalten, dass ein neues Zahlungsmittel den europäischen Zahlungsverkehr aus dem Takt bringen kann. Das gemeinsame Ziel aller Beteiligten muss daher sein, dass der digitale Euro einen Mehrwert schafft und effizient integriert wird, damit der Markt in ein neues Gleichgewicht findet, ohne Stabilität und Resilienz der europäischen Wirtschaft zu beeinträchtigen.

Neben der Währungsstabilität ist es aber auch wichtig für Europa, unabhängig im Zahlungsverkehr zu werden.

Wir verfügen mit dem Euro in 20 Staaten über eine gemeinsame, starke Währung. Jedoch: Im täglichen Zahlungsverkehr aller 27 EU-Mitgliedsstaaten fehlt eine länderübergreifende, eigenständige Zahlungslösung. Diesen geopolitischen Nachteil versuchen die Europäische Kommission und die Europäische Zentralbank (EZB) zu beheben. Die EZB plant vor diesem Hintergrund eine dedizierte Zahlungslösung für den digitalen Euro, die jedoch

Nicht-Euro-Länder wie Schweden oder Tschechien außen vor lassen wird.

Daher kann der digitale Euro nur einer von vielen Bausteinen sein, die das Ökosystem „Europäischer Zahlungsverkehr“ robust halten. Um erfolgreich zu sein, muss man ihn im Gesamtkontext aller Lösungsansätze und Initiativen betrachten.

Die Einführung des digitalen Euro ist keine reine geldpolitische Entscheidung, sondern muss von allen EU-Institutionen und EU-Mitgliedsstaaten getragen werden.

In Europa mit seinen sieben Währungen gibt es bereits vielfältige Zahlungslösungen. Mit der European Payments Initiative (EPI) hatten Kommission und EZB der europäischen Kreditwirtschaft aufgetragen, die fehlende Lösung zur Zahlung an der Ladenkasse und im Onlinehandel für ganz Europa zu entwickeln. Zu diesem

Zweck will die Kommission Zahlungsdienstleister gesetzlich verpflichten, Echtzeit-Überweisungen anzubieten.

Wenn jedoch unklar ist, wie der digitale Euro und Echtzeit-Zahlungen zusammenwirken, können sie sich gegenseitig behindern – so warnte kürzlich unter anderem eine Studie des Internationalen Währungsfonds. Typischerweise bedienen diese beiden Zahlungslösungen die gleichen Anwendungsfälle und konkurrieren um Marktanteile. Schlechte Startbedingungen in einem Markt, in dem auf Verbraucherseite kein Bedarf an neuen Lösungen besteht. Ohne die Akzeptanz der breiten Bevölkerung schwindet aber auch der Anreiz im Handel, neue Zahlungslösungen anzubieten. Der Erfolg beider EU-Großprojekte wäre so von Anfang an in Gefahr.

Alle Beteiligten müssen sich gemeinsam klar werden, wie die Bausteine optimal ineinandergreifen. Bis zu welchem Punkt sind gesetzliche Vorschriften nötig? Wie weit reichen politische Ziele und wo ist der privatwirtschaftliche Hoheitsbereich des Zahlungsverkehrs?

Ein Schlüssel können EPI und ähnliche Initiativen sein, da sie für das gute Ineinandergreifen sorgen können. In einem Markt wie der EU braucht es privatwirtschaftlich betriebene, standardisierte Frontend-Lösungen, die einen Zugang zu zahlreichen Zahlungsmethoden ermöglichen und somit jede Art Zahlungsmittel integrieren, sei es Geschäftsbankengeld über Echtzeitzahlungen oder den digitalen Euro – und in Zukunft andere digitale Währungen Europas. Die Komponenten müssen gut zusammen funktionieren.



Think Big! Der digitale Euro ist einer von vielen Bausteinen, die den EU-Zahlungsverkehr stabil und wettbewerbsfähig in die digitale Zukunft bringen.



Katharina Paust-Bokreziön

verantwortet in der Deutschen Bank die Beziehungen zu Politik und Gesetzgebern zum Thema Zahlungsverkehr. Sie vertritt die Interessen der Bank auch auf den Gebieten Kartenzahlung, Krypto-Assets und digitale Zentralbankwährungen.

GASTBEITRAG

Eine Public-private-Partnership führt am besten zum Erfolg, wie unser heutiges Ökosystem beweist: Abwicklung, Clearing und Settlement funktionieren reibungslos. Die perfekte Grundlage für eine effektive Zusammenarbeit von privatem und öffentlichem Sektor.

Diese Erfahrung und die bestehende Zusammenarbeit sollten erhalten bleiben, um gemeinsam die Wettbewerbsfähigkeit der EU zu sichern. //

Mehr zur Studie des Internationalen Währungsfonds finden Sie hier:



„Auf eigenen Beinen stehen“

DIGITALE € SOUVERÄNITÄT

IM EUROPÄISCHEN ZAHLUNGSVERKEHR

DER ELEKTRONISCHE ZAHLUNGSVERKEHR IST DAS FUNDAMENT UNSERES WIRTSCHAFTENS. ER IST ZENTRALE DIGITALE INFRASTRUKTUR FÜR EINEN FUNKTIONIERENDEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND WÄHRUNGSRaum UND MITTLERWEILE WICHTIGER BESTANDTEIL DER EUROPÄISCHEN SOUVERÄNITÄTSDEBATTE. ES GEHT DARUM, AUCH IM ZAHLUNGSVERKEHR DIE HANDLUNGSFÄHIGKEIT DER EUROPÄISCHEN UNION IM SINNE DER INTERESSEN UND WERTE EUROPAS ZU GEWÄHRLEISTEN. ALS BUNDESREGIERUNG HABEN WIR UNS DESWEGEN IM KOALITIONSVERTRAG FÜR EINE EIGENSTÄNDIGE EUROPÄISCHE ZAHLUNGSVERKEHRSINFRASTRUKTUR AUSGESPROCHEN.



Dr. Florian Toncar

Dr. Florian Toncar ist seit Dezember 2021 Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister der Finanzen und verantwortet dort die Themen Finanzmarkt, Europa und den Bundeshaushalt. Der promovierte Jurist mit Spezialgebiet Finanzmarktregulierung war Mitglied des Deutschen Bundestages von 2005 bis 2013 und ist es erneut seit 2017. Dabei war er unter anderem als finanzpolitischer Sprecher der FDP-Fraktion sowie als Obmann im Untersuchungsausschuss Wirecard tätig.

GASTBEITRAG

Die Europäische Kommission hat in ihrer *Digitalstrategie* aus dem Jahr 2020 einen Schwerpunkt gelegt auf digitale Souveränität in den Bereichen Daten, Technologie und Infrastruktur. Dies umfasst auch den elektronischen Zahlungsverkehr. Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und Institutionen erwarten resiliente, innovative und paneuropäisch einsetzbare Zahlungslösungen zu marktgerechten Preisen. Die *Retail Payments Strategy* der Europäischen Kommission stützt diese Haltung.

Allerdings ist der europäische Markt für Zahlungsdienste auch zehn Jahre nach Einführung der *Single Euro Payments Area* noch gekennzeichnet von nationaler Fragmentierung, teilweise dysfunktionalen Marktstrukturen und einer Dominanz weniger (außereuropäischer) Anbieter – trotz eines vollharmonisierten EU-Rechtsrahmens.

Wettbewerb sollte zuvorderst durch marktgetriebene Initiativen europäischer Anbieter gewährleistet werden, wie beispielsweise die *European Payments Initiative*. Von kundenzentrierten, europaweit einsetzbaren Lösungen profitieren Verbraucherinnen und Verbraucher ebenso wie Handel und (Finanz-)Wirtschaft. Gerade die Zusammenarbeit zwischen etablierten Finanzinstituten, IT-Dienstleistern und FinTechs bietet Innovationspotenzial und die Möglichkeit der Skalierung von Best Practices auf den gesamteuropäischen Markt. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmend in den Zahlungsverkehr eintretenden Big Techs ein wichtiger Wettbewerbsfaktor.

Die europäischen Regelungen für einen einheitlichen Binnenmarkt im Zahlungsverkehr bilden dafür den Rahmen: Sie sollen es Zahlungsdienstleistern ermöglichen, EU-weit unter gleichen Voraussetzungen ihre Dienstleistungen anbieten zu können. Der von der Europäischen Kommission im letzten Jahr veröffentlichte Legislativvorschlag für *Echtzeitzahlungen* in Euro als neuer Standard kann die Marktdurchdringung einer „Innovationsinfrastruktur“ in Gesamteuropa beschleunigen: eine erforderliche Antwort Europas auf international bereits etablierte, marktgetriebene Echtzeitsysteme.

Im Sinne strategischer Souveränität im digitalen Zeitalter begleitet die Bundesregierung auch die Arbeiten der Europäischen Zentralbank zum digitalen Euro konstruktiv.

Dabei ist klar:

Ein digitaler Euro kann das Bargeld nur ergänzen, nicht ersetzen. Das Projekt kann zudem nur in Kooperation mit dem Privatsektor gelingen.

Schlussendlich bedeutet für mich digitale Souveränität im europäischen Zahlungsverkehr, „notfalls auch auf eigenen Beinen stehen zu können“. Es bedeutet nicht: Abgrenzung und Protektionismus. Globale Wirtschaftsbeziehungen sind und werden weiterhin wesentlich für das Wirtschaftswachstum in Deutschland und Europa sein. Wenn bedarfsgerechte Anwendungen auch von europäischen Akteuren im Wettbewerb bestehen, schafft dies resiliente Strukturen und macht unseren europäischen Wirtschaftsraum zukunftsfähig. //

November
30
2021

IDZ veröffentlicht Umfrage unter europäischen Verbraucher:innen: Mehr als zwei Drittel der Befragten wollen an öffentlichen Ladesäulen mit der eigenen Bankkarte bezahlen. Die Mehrheit hält eine europaweite Regelung für sinnvoll.

Juli
14
2021

Verordnungsvorschlag der EU-Kommission: Ab 2027 sollen alle öffentlich zugänglichen Ladestationen mit einer Leistung von 50 kW oder mehr mit einem in der EU verbreiteten Zahlungsinstrument ausgestattet sein. Bei Ladestationen mit einer Leistung von unter 50 kW reiche es aus, wenn Betreibende Zahlungen über eine Internetverbindung (z. B. QR-Code) akzeptieren. Eine verbraucherfreundliche Bezahlung mit Debit- oder Kreditkarte wäre damit nicht überall möglich.

Dezember
09
2021

Gemeinsames Positionspapier der IDZ mit den DK-Verbänden, dem Bundesverband der electronic cash-Netzbetreiber, dem ADAC sowie den Ladesäulenherstellern Wallbe und Wirelane: Das Bündnis fordert eine Anpassung des Verordnungsvorschlags der EU-Kommission. Nur mit einer EU-weiten Kartenakzeptanz kann Verbraucher:innen garantiert werden, überall spontan zu laden.

Januar
11
2022

Beteiligung am Mini-Hearing:

Der Berichterstatter der AFIR und EU-Abgeordnete Ismail Ertug veranstaltet sogenannte Mini-Hearings, um sich mit wichtigen Stakeholder:innen auszutauschen – auch die IDZ beteiligt sich.

Juni
03
2022

Der EU-Rat spricht sich für den Verordnungsvorschlag der EU-Kommission vom Juli 2021 aus. Demnach wäre eine Zahlung mit Debit- oder Kreditkarte nicht einheitlich an allen Ladesäulen möglich.

Februar
14
2022

Ismail Ertug stellt seinen Entwurfsbericht vor: Dieser enthält eine umfassende Kartenakzeptanz an E-Ladesäulen – unabhängig von ihrer Ladeleistung.

August
31
2022

IDZ veröffentlicht Fallstudie zu Kartenakzeptanz in Europa: In mehr als neun von zehn Fällen ist das Bezahlen mit der eigenen Debit- oder Kreditkarte an Ladesäulen unmöglich. Verbraucher:innen müssen überwiegend auf geschlossene Bezahlssysteme (z. B. separate Ladekarten oder Apps) zurückgreifen.

Oktober
03
2022

Abstimmung im Ausschuss für Verkehr und Tourismus (TRAN) zum Entwurfsbericht von Ismail Ertug: Der federführende Ausschuss TRAN stimmt über den Entwurfsbericht von Ismail Ertug ab und nimmt diesen formal an – ein weiterer wichtiger Schritt.

Oktober
19
2022

EU-Parlament stimmt Entwurfsbericht von Ismail Ertug zu. Damit haben alle gesetzgebenden Organe der EU ihre Positionen für die anschließende Verhandlung festgelegt.

Oktober
20
2022

Gemeinsame Pressemitteilung der IDZ mit der DK und dem ADAC: Im Rahmen der anstehenden Trilog-Verhandlung appellieren die Akteure an EU-Kommission, EU-Rat und EU-Parlament, diese Entscheidung mitzutragen und eine AFIR im Sinne der Verbraucher:innen umzusetzen.

IDZ-Maßnahmen

Politische Entwicklungen



PROCHIP-SONDERVERÖFFENTLICHUNG „E-MOBILITÄT“:

Die Initiative zeigt auf, warum die umgesetzte LSV in Deutschland wegweisend für eine verbraucherfreundliche Gesetzgebung in Europa sein kann. Die Sonderausgabe wurde für die Ansprache von EU-Abgeordneten vor der anstehenden Abstimmung im EU-Parlament genutzt und ist sowohl in deutscher als auch in englischer und französischer Sprache erhältlich.



Gesetzgebung zur E-Mobilität

WEG FREI

FÜR EINHEITLICHE BEZAHLSYSTEME AN EUROPAS LADESÄULEN

2021 WURDE DIE LADESÄULENVERORDNUNG (LSV) IN DEUTSCHLAND BESCHLOSSEN. DIE IDZ HAT GEMEINSAM MIT IHREN PARTNERN ERREICHT, DASS AB 2023 DIE KARTENAKZEPTANZ ZUM STANDARD AN DEUTSCHLANDS E-LADESÄULEN WIRD. AUCH AUF EU-EBENE SOLLEN MIT DER „ALTERNATIVE FUELS INFRASTRUCTURE REGULATION“ (AFIR) DIE BEZAHLMÖGLICHKEITEN AN LADESÄULEN REGULIERT WERDEN. DIE INITIATIVE MACHT SICH MIT IHREM NETZWERK ERNEUT DAFÜR STARK, DIE AKZEPTANZ VON DEBIT- UND KREDITKARTEN ALS MINDESTSTANDARD ZU ETABLIEREN. EIN BLICK AUF DIE VERGANGENEN MONATE ZEIGT DIE WICHTIGSTEN MEILENSTEINE:



November
09
2022

Gemeinsames Radiointerview mit Bundesverband für eMobilität (BEM): Pünktlich zum Auftakt der Trilog-Verhandlungen klären IDZ-Vorstandsvorsitzender Ingo Limburg und Markus Emmert, Vorstandsmitglied beim BEM, darüber auf, warum eine europaweite Kartenakzeptanz an der Ladesäule zum Gelingen der Verkehrswende beiträgt.

Hier geht's zum Interview:



Oktober
27
2022

Start der Trilog-Verhandlungen zwischen EU-Kommission, EU-Rat und EU-Parlament.

Seit Ende Oktober 2022 finden nun die Trilog-Verhandlungen statt. Jetzt kommt es darauf an, dass EU-Kommission, EU-Parlament und EU-Rat eine AFIR im Sinne der Verbraucher:innen auf den Weg bringen. Über weitere Entwicklungen im AFIR-Verfahren informiert die IDZ auf ihrer Website: initiative-dz.de

Fallstudie zu den Hürden beim Stromtanken

Vom Bezahl- CHAOS an Europas E-Ladesäulen

DEFEKTE LADEKABEL, DAS BEDIENFELD LEDIGLICH IN LANDESSPRACHE, BEZAHLEN NUR MIT BETREIBER-EIGENER LADEKARTE – DAS STROMTANKEN IN EUROPA GESTALTET SICH ALS ABSOLUTES GLÜCKSSPIEL. UND GERADE DAS BEZAHLEN IST DABEI VIELERORTS ABENTEUERLICH. IN MEHR ALS NEUN VON ZEHN FÄLLEN IST EINFACHES ZAHLEN MIT DER EIGENEN DEBIT- ODER KREDITKARTE AN E-LADESÄULEN UNMÖGLICH. DAS ZEIGT EINE FALLSTUDIE VON KANTAR IM AUFTRAG DER INITIATIVE AUS DEM JAHR 2022.

OBWOHL MEHR ALS ZWEI DRITTEL DER ZUKÜNFTIGEN E-AUTOFÄHRER:INNEN LAUT EINER BEFRAGUNG IN AUSGEWÄHLTEN EUROPÄISCHEN LÄNDERN DEN GETANKTEN STROM AM LIEBSTEN SPONTAN UND OHNE DATENERFASSUNG MIT DER EIGENEN BANKKARTE BEZAHLEN MÖCHTEN,¹ SIND VERBRAUCHER:INNEN AN ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHEN E-LADESÄULEN IN EUROPA IN DER PRAXIS AUF SOGENANNTEN GESCHLOSSENE BEZAHLSYSTEME ANGEWIESEN: BETREIBEREIGENE LADEKARTEN, APPS ODER WEBSITES MIT VORHERIGER REGISTRIERUNG.

¹ Online-repräsentative Umfrage von infas quo im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme unter Kraftfahrzeug-Besitzer:innen von September und November 2021 in Deutschland, Frankreich, Griechenland, den Niederlanden, Polen, Schweden und Slowenien.

In mehr als 9 von 10 Fällen ist das gewohnte Zahlen mit der eigenen Debit- oder Kreditkarte an E-Ladesäulen unmöglich.

Geschlossene Bezahlssysteme dominieren in Europa

Von 61 untersuchten Ladesäulenbetreibern mit insgesamt knapp 30.000 öffentlich zugänglichen Ladesäulen in zwölf europäischen Ländern setzen 55 ausschließlich auf geschlossene Bezahlmethoden. Die Nutzung dieser ist im Normalfall mit vorherigem Aufwand verbunden. Denn um z. B. eine Ladekarte zu erhalten, muss in der Regel vorher ein Vertrag beim Ladesäulenbetreiber abgeschlossen werden. Von den 59 Ladesäulenbetreibern, die das Bezahlen

mittels betreibereigener Ladekarte oder der eines Roamingpartners anbieten, statten 32 ihre Ladesäulen

zusätzlich mit einem statischen QR-Code aus, der das Smartphone auf eine Website führt und eine Zahlung erst nach Eingabe der eigenen Zahlungsdaten ermöglicht. 50 Ladesäulenbetreiber haben eine eigene Lade-App im Repertoire, die zum Starten des Lade- und Bezahlvorgangs erforderlich sind, aber teilweise ebenfalls eine Registrierung bzw. einen entsprechenden Login voraussetzen. Ob über eine App oder eine Website, beide Bezahlvorgänge benötigen in allen Fällen ein Smartphone und eine stabile Internetverbindung.

Darüber hinaus fiel auf, dass die angebotenen Apps oder Websites oftmals lediglich in der Landessprache und nur selten zusätzlich auf Englisch zur Verfügung stehen, sodass der Zugang für Verbraucher:innen weiter erschwert wird. Deutlich wurde auch, dass in den allermeisten Fällen der Preis pro Kilowattstunde oder Ladevorgang beim Bezahlen mit der Debit- oder Kreditkarte über Apps oder Websites deutlich teurer ist als beim Stromtanken mit der betreibereigenen Ladekarte.

Lediglich sechs der untersuchten Ladesäulen und Betreiber (zwei in Frankreich sowie je eine in Deutschland, Österreich, Schweden und Polen) boten die Möglichkeit an, spontan mit der eigenen Debit- oder Kreditkarte über ein Kartenterminal zu bezahlen.

Doch für die breite Akzeptanz der E-Mobilität in der Gesellschaft und das Gelingen der Verkehrswende sind einheitliche und einfache Bezahlösungen an E-Ladesäulen notwendig. Verbraucher:innen sollten sich beim Stromtanken auf eine ebenso gut ausgebaute Ladeinfrastruktur mit gängigen Bezahlmöglichkeiten verlassen können, wie sie es vom Tanken an einer herkömmlichen Tankstelle gewohnt sind. //

Mehr zu den Besonderheiten der untersuchten europäischen Länder gibt es in der ProChip-Sonderausgabe zur E-Mobilität.



Zur Fallstudie

Die Ergebnisse stützen sich auf eine Erhebung von KANTAR im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. im Mai und Juni 2022. Zu den erfassten Ländern gehören Deutschland (10 Ladesäulenbetreiber), Österreich (9), Frankreich (8), Italien (6), Schweden (5), Niederlande (4), Portugal (4), Spanien (4), Polen (4), Slowenien (3), Tschechien (2) sowie Griechenland (2). Die Ladesäulen wurden sowohl in Städten (40) als auch in ländlichen Regionen (21) untersucht. Insgesamt bilden die 61 erfassten Ladesäulenbetreiber eine Anzahl von etwa 30.000 Ladesäulen in Europa ab, die in den meisten Fällen über zwei bis drei Ladepunkte pro Ladesäule verfügen. Bei vier der erfassten Ladesäulenbetreiber konnten keine Angaben zur Gesamtanzahl der Ladesäulen erhoben werden.

Welchen Weg schlägt Europa ein?

DIE AKTUELLEN WELTPOLITISCHEN ENTWICKLUNGEN RÜCKEN ÜBERLEGUNGEN ZUR UNABHÄNGIGKEIT VOLKSWIRTSCHAFTLICHER BELANGE IN DAS ZENTRUM DER DEBATTEN. DIES TRIFFT AUCH AUF DIE WELT DES BEZAHLENS ZU: WIRD EUROPA DER MARKTMACHT US-AMERIKANISCHER ANBIETER VON ZAHLUNGSLÖSUNGEN KÜNFTIG ETWAS ENTGEGENSETZEN KÖNNEN? WELCHE ROLLE WERDEN VORHABEN WIE DIE EUROPEAN PAYMENT INITIATIVE (EPI), DER DIGITALE EURO ODER NATIONALE BEZAHLSYSTEME WIE DIE GIROCARD SPIELEN? ÜBER DIESE UND WEITERE FRAGEN DISKUTIERTEN DIE INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME MIT DEN TEILNEHMER:INNEN DES PARLAMENTARISCHEN ABENDS AM 29. SEPTEMBER 2022 IN BERLIN.

JAHRESVERANSTALTUNG 2022 DER INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME E.V.

Zeitenwende und Umbruch – auch das Bezahlen der Zukunft steht vor neuen Chancen und Anforderungen. Darüber diskutierte die Initiative Deutsche Zahlungssysteme mit den Teilnehmer:innen des Parlamentarischen Abends Ende September 2022 in Berlin. Aktuell wickeln US-amerikanische Akteure den Großteil des Zahlungsverkehrs auf dem europäischen Markt ab. Auf europäischer Ebene gibt es Vorhaben, um sich davon zu lösen.

„Unsere Bürgerinnen und Bürger erwarten innovative und sichere Zahlungslösungen – die möglichst überall akzeptiert werden. Deswegen setzen wir uns für einen fairen Wettbewerb ein, der es auch europäischen Anbietern ermöglicht, mit neuen Produkten im digitalen Zahlungsverkehr bestehen zu können“,

betont Dr. Florian Toncar, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister der Finanzen und Keynote-Speaker des Abends.

Eine wichtige Rolle hierbei könnte die European Payment Initiative (EPI) spielen – ein Vorstoß der europäischen Finanzbranche. Die Etablierung eines gesamtheitlichen Systems bringt in der Umsetzung ihre Tücken mit sich. Matthias Lange, Associate Director beim Bundesverband deutscher Banken, stellt fest:



Dr. Florian Toncar, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister der Finanzen

Mehr Impressionen des Abends gibt es in der Bildergalerie.



Horst Rüter, Dorothea Mohn, Sabine Grützmaker, Matthias Lange, Dr. Florian Toncar, Ingo Limburg (v. l. n. r.)

Zahlungssystem. Durch die Komplexität verliert er an Zuspruch durch die Bürger:innen. Welcher digitale Euro ermöglicht eine anonyme Zahlung und welcher nicht? Vielmehr sollte der digitale Euro eine digitale Ergänzung zum Bargeld mit vergleichbaren Eigenschaften darstellen und ein Türöffner für mehr Kompatibilität im europäischen Zahlungsverkehr sein.“

Zur Stärkung nationaler Bezahlverfahren hat insbesondere der Handel Forderungen. Zentral dabei ist für Horst Rüter, Mitglied der Geschäftsleitung des EHI Retail Institute, vor allem das Thema Sicherheit:

„Für Händler stellen einige Bezahlmittel der US-amerikanischen Anbieter eine digitale Blackbox dar. Das girocard-System hierzulande hat hingegen bewährte Sicherheitsmechanismen, auf die sich Händler verlassen können.“

Hierbei sieht Oliver Hommel, Geschäftsführer der EURO Kartensysteme, großes Innovationspotenzial im girocard-System: „Die neue Produktstrategie der girocard steht zum einen für den Ausbau bestehender Funktionsfelder und zum anderen für den Aufbau neuer Funktionen. Dabei sollen die Akzeptanz im stationären Einzelhandel weiter gefördert, In-App-Zahlungen ermöglicht und die girocard in Zukunft Omnichannel-fähig gemacht werden.“

Die Diskussionen des Abends haben deutlich gemacht: Der Ausbau von europäischen Kooperationen muss Hand in Hand mit der Förderung nationaler Bezahlmittel gehen. Auf dem Weg zu mehr europäischer Souveränität im Zahlungsverkehr muss die Kompatibilität von nationalen Bezahlverfahren gestärkt werden, um große Vorhaben wie EPI oder den digitalen Euro sinnvoll ergänzen zu können. //

„Voraussetzung für mehr europäische Souveränität im Zahlungsverkehr ist, dass Europas starke nationale Bezahlverfahren besser interagieren. Etwas Bestehendes, das gut funktioniert und eine große Akzeptanz hat, weiterzuentwickeln ist einfacher, als etwas neu aufzubauen.“

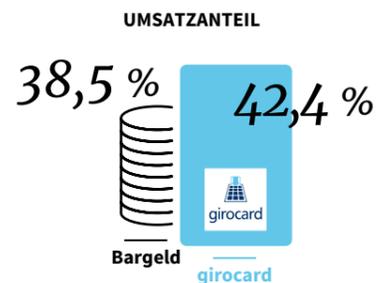
Der Verbraucherschutz sieht zudem im digitalen Euro eine Chance. „Die EZB muss sich trauen, einen digitalen Euro zu entwickeln, der in Konkurrenz zu privaten Lösungen tritt, die zu teuer sind oder ihre Nutzer:innen ausschnüffeln. Endet der digitale Euro hingegen als Schmalspurlösung, droht dem Projekt die Irrelevanz“, erklärt Dorothea Mohn, Leiterin des Finanzmarkt-Teams beim Verbraucherzentrale Bundesverband. Dies unterstützt auch Sabine Grützmaker, MdB und Experte für digitale Finanzthemen der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen, und ergänzt:

„Der digitale Euro schafft in Europa etwas Verlässliches, das dem aktuellen Umfeld von Kryptowährungen in der digitalen Welt entgegentreten kann.“

Beim aktuellen Planungsstand der EZB sieht Jens Holeczek, Gruppenleiter Digitale Zahlungssysteme beim Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), jedoch Verbesserungspotenzial: „Aktuell wirkt die Ausgestaltung des digitalen Euros wie eine Mischung aus Geld, Konto und staatlichem

NEWS

EHI: GIROCARD ÜBERHOLT ERSTMALS BARGELD



Die girocard bleibt auf der Überholspur. Laut der aktuellen EHI-Studie zu Zahlungsarten im Einzelhandel hat sie das Bargeld beim Umsatz 2021 erstmals von der Spitze verdrängt. Mit einem Umsatzanteil von 42,4 Prozent kletterte die girocard am Bargeld (38,5 Prozent) vorbei auf den ersten Platz aller Zahlungsarten. Schnell, einfach, hygienisch: Der Trend geht inzwischen nicht nur weg vom Bargeld hin zur Kartenzahlung, sondern insbesondere zur Zahlung mit der girocard als aktuell beliebtester Bezahlkarte – ein weiteres Kapitel in der Erfolgsgeschichte der girocard. Dass sich die Menschen insgesamt an die Zahlung mit Karte gewöhnt haben, zeigt der Anteil der Kartenzahlungen von 58,8 Prozent im Umsatz des stationären Einzelhandels. Kund:innen zahlten damit im Jahr 2021 noch häufiger elektronisch als 2020 (56,3 Prozent Kartenanteil).

Hinweis: Die aktuellen Zahlen für 2022 gibt es im Mai auf dem EHI Payment Kongress.

Studie: kontaktlose und mobile Bezahlung am schnellsten

Die kontaktlose Kartenzahlung ohne PIN-Eingabe zählt mit durchschnittlich rund 12 Sekunden von Nennung der Rechnungssumme bis Ausdruck des Kassensbons zu den schnellsten Bezahlarten. Sie wird lediglich durch das Mobile Payment mit im Schnitt 11 Sekunden unterboten. Das Stecken

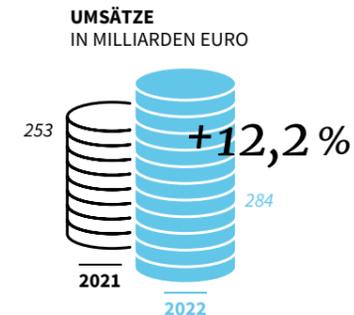
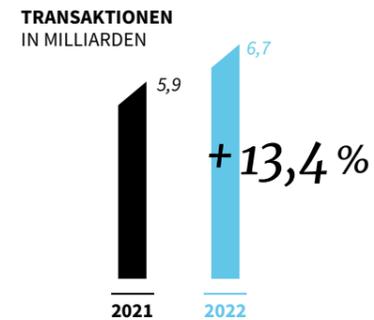
der Karte sowie die Barzahlung dauern dagegen jeweils 19 Sekunden. Das ergab eine Studie von infas quo im Auftrag der girocard. Hierfür wurde bei 1.359 Einkäufen im Discounter die Bezahlgeschwindigkeit gemessen und nach Bezahlart ausgewertet. Relevant werden diese vermeintlich kleinen Unterschiede, wenn es darum geht, besonders zu Stoßzeiten lange Kassenschlangen zu vermeiden. Weitere Informationen finden Sie im Exposé.



12 Sek.
KONTAKTLOS
OHNE PIN

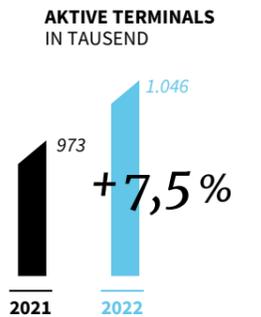
19 Sek.
BARGELD/
KARTE STECKEN

11 Sek.
DIGITAL MIT
SMARTPHONE ODER
SMARTWATCH



Jahreszahlen 2022: girocard erneut mit starken Gewinnen

Die girocard setzte ihren Erfolgskurs auch 2022 fort. Laut Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft stieg die Zahl der Transaktionen auf über 6,7 Milliarden. Das entspricht einem Plus von 13,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (5,9 Milliarden Transaktionen). Die Umsätze stiegen im gleichen Zeitraum um 12,2 Prozent auf mehr als 284 Milliarden Euro (2021: 253 Milliarden Euro). Dieser Entwicklung liegt neben der wachsenden Nutzung durch die Kund:innen vor allem das große Vertrauen des Handels zugrunde, der 2022 erneut stark in die technische Ausstattung investierte: Mit monatlich bis zu 1.046.000 aktiven Terminals gab es bei den Bezahlpunkten einen Zuwachs von 7,5 Prozent gegenüber 2021 (973.000 aktive Terminals).



Live aus Berlin: Comeback der DK Info!

Nach pandemiebedingter Zwangspause hat sich die Informationsveranstaltung der Deutschen Kreditwirtschaft (DK Info) am 27. September 2022 erstmals wieder vor Ort in Berlin zurückgemeldet.

Nach dem Startschuss durch Moderator Ingo Limburg (EURO Kartensysteme) in der beliebten Berliner Event-Location „Von Greifswald“ wartete auf die Teilnehmenden eine prall gefüllte Agenda. Wie gewohnt beleuchteten wichtige Köpfe aus Branche, Politik und Wirtschaft in Diskussionsrunden und Impulsvorträgen zentrale Zukunftsthemen. Im Mittelpunkt standen dabei neben gegenwärtigen Entwicklungen rund um die girocard auch Fragen der aktuellen Gesetzgebung sowie der Stand wichtiger Zukunftstechnologien. Aussichten des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes oder gesetzgeberische Ideen im Zahlungsverkehr zählten ebenso zu den Themen wie die girocard im E-Commerce oder die API-Technologie.

Aktuelle Infos
aus der Welt des
Bezahlens bietet
die DK Info wieder
am 27. Juni 2023.



Generation Z: Die Jugend mag es elektronisch

Jugendliche und junge Erwachsene der Generation Z zahlen an der Ladenkasse besonders gerne elektronisch, beispielsweise mit der girocard. Dies hat eine Online-Umfrage von infas quo im Auftrag der girocard ergeben. Bei der Untersuchung des Umgangs mit Geld bei 201 Personen zwischen 16 und 25 Jahren zeigte sich, dass beim Start in die Finanzwelt vor allem der Einfluss der Eltern prägend ist, etwa bei der Kontoeröffnung. Beim Einkaufen allerdings hat die Jugend klare eigene Vorstellungen – sie mag es elektronisch. So setzt mit 47 Prozent fast jeder Zweite der Befragten auf die girocard. 50 Prozent dieser Gruppe wiederum haben bereits die digitale girocard im Smartphone in einer Banking-App oder Wallet hinterlegt.



S-POS: kontaktlose girocard-Zahlung nun auch für Beträge über 50 Euro

Mehr Bezahlkomfort bei gleichzeitig höchstem Sicherheitsstandard – das bietet das Update der App Sparkasse POS (S-POS). Die App ermöglicht Unternehmen ab sofort auch girocard-Zahlungen über 50 Euro zu akzeptieren. Die Zahlung erfolgt über die App kontaktlos mit der girocard an einem handelsüblichen Android-Smartphone durch Eingabe der persönlichen Kundengeheimzahl – ganz ohne zusätzliche Akzeptanz-Hardware. Wie immer im girocard-System müssen Unternehmen als Akzeptanzpartner registriert sein. Die App eignet sich beispielsweise für Taxi-Unternehmen, Kioske, Marktstände oder Hofladenbesitzer:innen. Für sie wird damit das Kassieren über die App noch flexibler. S-POS ist die erste Akzeptanz-App im deutschen Markt, über die auch Zahlungen mit der girocard möglich sind, dem hierzulande erfolgreichsten und beliebtesten Zahlverfahren.

Die Initiative begrüßt eine Reihe von neuen Mitgliedern

Adson AS 

Die Initiative freut sich über weiteren Zuwachs: Adson ist neues Mitglied. Der europäische Zahlungsdienstleister stattet kleine und mittelgroße Händler:innen in Deutschland und Österreich mit bargeldlosen Bezahlungen aus. Die Bezahlterminals von Adson werden mit flexiblen und günstigen Flatrates angeboten, die sämtliche Kosten einschließlich aller Transaktions- und Kartengebühren abdecken. Dabei erhalten die Kund:innen alles aus einer Hand: ein modernes, benutzerfreundliches, mobiles Kartenterminal mit integrierter 4G-Multi-SIM, die sich in ganz Europa in das stärkste Netz einwählt, und einen verlässlichen, auf sie zugeschnittenen Service. Die Terminals akzeptieren alle gängigen Debit- und Kreditkarten, darunter auch die girocard.

Handelsverband Deutschland (HDE) 

Die IDZ darf den Handelsverband Deutschland (HDE) als neues Partnermitglied in ihren Reihen begrüßen. Als Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels ist der Verband das Sprachrohr der Branche. Er ist in allen Bereichen der Wirtschafts-, Sozial-, Verbraucher-, Standort- und Verkehrs- sowie Europa-Politik und zu entsprechenden rechtlichen Belangen für seine Mitglieder tätig. Die Themen Verbraucher- und Umweltschutz genießen dabei einen besonderen Stellenwert. Als Repräsentant der drittgrößten Wirtschaftsbranche nach Industrie und Handwerk vertritt der HDE im engen Dialog mit Hersteller:innen, der Politik und der Öffentlichkeit die Interessen einer stark mittelständisch geprägten Branche auf Bundes- und EU-Ebene.

KlarVerwaltung GmbH 

Mit der KlarVerwaltung GmbH wächst die Initiative um ein Unternehmen mit Fokus auf der Weiterführung von Digitalisierung und Fiskalisierung von vorrangig kleineren Kassensystemen. Sie sorgt mit ihrem Angebot dafür, dass alle gesetzlichen Voraussetzungen zum Betreiben einer Taxonomie-konformen Kasse erfüllt werden. Geschäftsvorgänge werden durch die Anschlüsse von Bezahlterminals und die Einbindung einer optionalen Software für die Kassenbuchpflege (DATEV) erleichtert.

Tschüss Münzen, jetzt kommt conomo!



Coins, No More.
Pay via App – überall da, wo früher Bargeld nötig war.

Auch Ihr Verkaufs- oder Serviceautomat wird jetzt zum attraktiven, digitalen Point of Sale, an dem mit dem Smartphone bezahlt wird: der **conomoPOINT**. Mit der conomo App auf dem Smartphone Ihrer Kunden ist Schluss mit Kramen nach passenden Münzen am Kaffee- oder Snackautomaten, im Waschsalon, im Solarium, im Parkhaus oder am Tankautomaten – egal wie alt, oder welcher Automaten-Hersteller: **conomo kann sie alle!**

Ein conomoPOINT bedeutet für Sie:

- ✓ mehr Umsatz durch digitalen Zahlungskomfort
- ✓ mehr Spontankäufe
- ✓ weniger Bargeld im System
- ✓ neue Werbemöglichkeiten und Rabattaktionen
- ✓ Anbindung an Ihr Warenwirtschaftssystem
- ✓ einfacher gefunden zu werden



Machen auch Sie Ihren Automaten zum **conomoPOINT**

Alles was Sie dazu benötigen: die kostengünstige conomo Hardware, die im Handumdrehen ohne bauliche Anpassungen installiert und konfiguriert ist. Und dass die conomo App natürlich alle **conomoPOINTS** im Umkreis anzeigt, versteht sich quasi von selbst. **Also, worauf noch warten?**

Jetzt Ihr conomo Demokit unverbindlich und gratis anfordern unter:
sales@conomo.de

Akzeptierte Zahlungssysteme:



* demnächst verfügbar



Haben Sie die conomo App immer noch nicht heruntergeladen? Na, dann aber los!

Laden im App Store | Google Play

 conomo

Vereint für modernes Bezahlen in Deutschland



Gegründet im Jahr 2005, vertritt die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. als Verein bereits seit fast zwei Jahrzehnten die Interessen von Unternehmen und Institutionen, welche die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft akzeptieren oder eine technologische Infrastruktur dafür bereitstellen. Unter den Vereinsmitgliedern finden sich Unternehmen und Organisationen aus den Bereichen Terminalherstellung, Netzbetrieb und Software, Firmen aus den Bereichen Handel und Vending, Payment-Service-Provider sowie Bankenverbände und Kreditinstitute. Die Vielzahl an Themen und Interessen der Mitglieder macht die Initiative zu dem, was sie ist: einem vielfältigen Netzwerk aus 83 Stimmen mit einer gemeinsamen Botschaft – vereint für die Förderung moderner Bezahlverfahren in Deutschland.

Zu diesen Bezahlverfahren gehört insbesondere die meistgenutzte Debitkarte Deutschlands, die girocard, mit all ihren wachsenden Einsatzbereichen – ob als physische Plastikkarte oder digital im Smartphone oder der Smartwatch. Der enge Austausch mit Vertreter:innen aus Politik, Wirtschaft, Medien und Gesellschaft ist zentral, um die Nutzung der

girocard in all ihren Ausführungen zu fördern und die Karte zu einem festen Bestandteil des Alltags werden zu lassen. Darüber hinaus setzt die Initiative als Verein aktiv Impulse für Innovationen innerhalb der Welt des bargeldlosen Bezahlers, fördert die Erschließung neuer relevanter Themenbereiche und treibt die Offenheit gegenüber bargeldlosen Bezahlverfahren innerhalb der Gesellschaft stetig voran.

Damit dies gelingen kann, sind eine zielgruppengerechte Kommunikation und der ständige gesellschaftliche Austausch besonders wichtig. Dies kann über eine Vielzahl von Wegen und Mitteln geschehen:



Politischer Austausch

Einmal jährlich findet der Parlamentarische Abend der Initiative im Herzen Berlins statt. Dort diskutieren rund 80 bis 100 Vertreter:innen aus Bundes- und Landespolitik und der Wirtschaft über aktuelle Fragen rund um das bargeldlose Bezahlen in Deutschland und Europa. Zudem besteht ganzjährig ein kontinuierlicher Austausch mit politischen Entscheidungsträger:innen zu relevanten Entwicklungen und Gesetzgebungsverfahren auf Bundes- wie auch auf Europaebene.



ProChip – das Vereinsmagazin

Das vereinseigene Magazin ProChip erscheint einmal jährlich mit einer Vielzahl an Artikeln zu aktuellen Bezahlrends, bargeldlosen Chip-Technologien sowie Neuigkeiten aus den Reihen der Mitglieder. Neben den eigenen Mitgliedsunternehmen werden mit dem Vereinsmagazin auch eine Vielzahl an Stakeholder:innen aus Politik und Wirtschaft erreicht. Im Jahr 2022 erschien erstmals eine Sonderausgabe des Vereinsmagazins zum Thema E-Mobilität, die sowohl ins Englische als auch ins Französische übersetzt wurde. Die Sonderausgabe sowie die regulären ProChip-Ausgaben der vergangenen Jahre gibt es unter initiative-dz.de/magazin.



Wissenstransfer & Forschung

Die Initiative publiziert für ihre Mitglieder halbjährliche Monitoringberichte zu branchenspezifischen bundes- und europapolitischen Entwicklungen. Eine weitere wichtige Säule der Vereinsarbeit ist die Erforschung aktueller und zukünftiger Bezahlrends. Hierfür arbeitet die Initiative mit verschiedenen Forschungsinstituten zusammen. Jährlich erfolgt die Publikation einer umfangreichen Studie rund um das Bezahlen in Deutschland.



Öffentlichkeitsarbeit & Mitgliederkommunikation

Über die Social-Media-Kanäle Twitter und LinkedIn hält die Initiative Mitglieder und Interessierte über aktuelle Branchenentwicklungen, die politische Arbeit des Vereins und neue Projekte aus den Reihen der Mitglieder auf dem Laufenden. Darüber hinaus finden sich Neuigkeiten und aktuelle Pressemitteilungen auch auf der Website der Initiative. Ein vierteljährlicher Newsletter informiert zudem noch einmal in gebündelter Form über die wichtigsten Ereignisse des Vereins und die zentralen Branchentermine. Wer nichts verpassen möchte, kann sich unter initiative-dz.de/verein/newsletter für den Newsletter anmelden.

Noch kein Mitglied?



**DIE INITIATIVE AUF
SOCIAL MEDIA – IMMER
AUF DEM NEUESTEN
STAND BLEIBEN**



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
Oliver Hommel
oliver.hommel@eurokartensysteme.de

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

Premiumpartner:

Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e. V.
Konrad-Zuse-Ring 4
41179 Mönchengladbach
www.bdta.de
Claus Obholzer
obholzer@bdta.de

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

Computop Paygate GmbH
Schwarzenbergstraße 4, 96050 Bamberg
www.computop.com/de
Henning Brandt
henning.brandt@computop.com

FHDS Solutions & Services GmbH
Jacobsenweg 51–59, 13509 Berlin
www.fhds-gmbh.de
Franz Schraml
franz.schraml@fhds-gmbh.de

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

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

PAYMENTEXPERTS GmbH
Rupert-Mayer-Str. 44, Gebäude 6407
81379 München
www.paymentexperts.de
Thomas Binzer
tom@paymentexperts.de

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

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

SECO Northern Europe GmbH
Schachthofstr. 20, 21079 Hamburg
north.seco.com
Stefan Eich
stefan.eich@seco.com

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

tobaccoland Automatengesellschaft mbH & Co. KG
Krahnendonk 121 a + b
41066 Mönchengladbach
www.tobaccoland.de
Alexandra Meister
alexandra.meister@tobaccoland.com

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

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

Partner:

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

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

Bundesverband deutscher Banken e. V.
Burgstr. 28, 10178 Berlin
www.bankenverband.de
Matthias Lange
matthias.lange@bdb.de

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

Compleo Connect GmbH
Paderborner Straße 76, 33189 Schlangen
www.compleo-cs.de
Dr. Dominik Freund
dominik.freund@compleo-cs.com

Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V.
Charlottenstr. 47, 10117 Berlin
www.dsgv.de
Mirko Torgen Oesau
mirko.torgen.oesau@dsgv.de
Ellen Grunwald
ellen.grunwald@dsgv.de

Elavon Financial Services DAC
Lyoner Str. 36, 60528 Frankfurt (Main)
www.elavon.de
Udo Schwerber
udo.schwerber@elavon.com

epay | transact Elektronische Zahlungssysteme GmbH
Fraunhoferstr. 10, 82152 Martinsried
www.epay.de
Sebastian Anslinger
s.anslinger@epay.de

equensWorldline SE
Pascalstr. 19, 52076 Aachen
www.de.worldline.com
Michel Bastin
michel.bastin@worldline.com

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

exceet Card AG
Edisonstr. 3, 85716 Unterschleißheim
www.exceet-card-group.com
info@exceet-card.com

Partner (Fortsetzung):

FEIG ELECTRONIC GmbH
Industriestraße 1 a, 35781 Weilburg
www.feig.de
Klaus Orthofer
klaus.orthofer@feig.de

Giesecke + Devrient Mobile Security GmbH
Prinzregentenstr. 161, 81677 München
www.gi-de.com
Daniela Smirnow
daniela.smirnow@gi-de.com

Handelsverband Deutschland – HDE e. V.
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
www.einzelhandel.de
Ulrich Binnebösel
binneboessel@hde.de

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

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

Macopo UG (haftungsbeschränkt)
Bahnhofstr. 40, 63500 Seligenstadt
Albert Mager
albert.mager@macopo.eu

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

Schulz Marketing & Sales
Boden 5, 6376 Emmetten, Schweiz
www.schulz.swiss
Csaba Schulz
csaba@schulz.swiss

Thales DIS Deutschland GmbH
Werinherstr. 81, 81541 München
www.thalesgroup.com/de/europe/deutschland
Andreas Schremmer
andreas.schremmer@thalesgroup.com

Mitglieder:

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

Adson AS
Rotermanni tn 6, 10111 Tallinn
www.adson.eu
Markus Hövekamp
mh@adson.eu

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

Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH
Bismarckstr. 122–124, 51373 Leverkusen
www.bayer04.de
Michael Blümer
michael.bluemmer@bayer04.de

BE Bezahlxperten GmbH
Bachemstr. 8, 50676 Köln
www.bezahlxperten.de
Milan Klesper
kontakt@bezahlxperten.de

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

Card4Vend GmbH
Wilhelmshöher Allee 157–159, 34121 Kassel
www.card4vend.de
Arne Meil
info@card4vend.de

conomo GmbH
Dieselstr. 3, 64807 Dieburg
www.conomo.de
Maximilian Zehfuss
m.zehfuss@conomo.de

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

CPI Crane Payment Innovations International Ltd.
Coin House
New Coin Street, Royton
Oldham, OL2 6JZ, UK
www.cranepi.com
Günter Maas
guenter.maas@cranepi.com

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

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

DG Nexolution eG
Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden
www.dg-nexolution.de
Gregor Marx
gregor.marx@dg-nexolution.de

EDV-Service Schaupp GmbH
Gansäcker 25, 74321 Bietigheim-Bissingen
www.edv-schaupp.de
Andreas Gordes
andreas.gordes@pairsolutions.de

ENGEL Automaten + Technik
Siemensstraße 21
74343 Sachsenheim
www.engeltec.de
Ulli Engel
info@engeltec.de

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

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

Hamburger Sparkasse AG
Wikingerweg 1, 20537 Hamburg
www.haspa.de
Anna Fender
anna.fender@haspa.de

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

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

KlarVerwaltung GmbH
Karl-Liebnecht-Str. 126, 14482 Potsdam
www.kassen-gobd.de
Frank Liebisch
liebisch@klarverwaltung.de

Kreissparkasse Köln
Neumarkt 18–24, 50667 Köln
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

MCS MICRONIC Computer Systeme GmbH
Geneststr. 5, 10829 Berlin
www.mcsberlin.de
Carsten Krebs
carsten.krebs@mcsberlin.de

OPC® cardsystems GmbH
Diedenhofener Str. 22, 54294 Trier
www.opc.de
Klaus Dieter Schömer
kdschoemer@opc.de

Mitglieder (Fortsetzung):**Pagateq**

Alemannenstraße 1, 53175 Bonn
www.pagateq.com
Antonio da Silva
antonio.dasilva@pagateq.com

palmLife products UG

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

performance Medien & Datensysteme GmbH

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

Professional Services GmbH Datentechnik

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

relatio PR GmbH

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

REMONDIS Recycling GmbH & Co. KG

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

SCHMIDT GmbH Maschinen & Gerätebau

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

SCHWARZ Computer Systeme GmbH

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

Sielaff GmbH & Co. KG

Automatenbau Herrieden
Münchener Str. 20, 91567 Herrieden
www.sielaff.de
Thomas Zottmann
t.zottmann@sielaff.de

Sparkasse Aachen

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

Sparkasse Bad Hersfeld-Rotenburg

Dudenstr. 15, 36251 Bad Hersfeld
www.spk-hef.de
Heiko Bodenbender
heiko.bodenbender@spk-hef.de

Sparkasse KölnBonn

Rudi-Conin-Str. 1, 50829 Köln
www.sparkasse-koelnbonn.de
Michael Schedletzky
michael.schedletzky@sparkasse-koelnbonn.de

stadtraum GmbH

Rissenkamp 30, 58739 Wickede (Ruhr)
www.stadtraum.com
Thomas Fischer
thomas.fischer@stadtraum.com

Stadtsparkasse München

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

Städtische Werke Überlandwerke

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

S&Z Elektronik GmbH

Im Gotthelf 7
65795 Hattersheim am Main
www.suz-elektronik.de
Peter Polak
p.polak@suz.elektronik.de

Vendcult GmbH & Co. KG

Alter Teichweg 63, 22049 Hamburg
www.vendcult.com
Norbert Schreiert
norbert.schreiert@vendcult.com

Volksbank Mittelhessen eG

Schiffenberger Weg 110, 35394 Gießen
www.vb-mittelhessen.de
Marcus Sann
marcus.sann@vb-mittelhessen.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, www.x-key.info
Bernd Pfeiffer
info@xfach.de

ZIIB Zahlungssysteme GmbH

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

Impressum

Herausgeber

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e. V.

V. i. S. d. P.

Ingo Limburg

Kontakt

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

Redaktion

Sandra Schubert, Nina Kuffer, Alexandra Hain,
Elen Anka, Larissa Bodsch, Felizia Hoffmann

Gastautor:innen

Dr. Andreas Martin, Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e. V. (S.6)
Oliver Hommel, EURO Kartensysteme GmbH (S.8)
Peter Blasche, EURO Kartensysteme GmbH (S.10)
Mirko Torgen Oesau, Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V. (S.17)
Katharina Paust-Bokrezi, Deutsche Bank AG (S.34)
Dr. Florian Toncar, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister der Finanzen & MdB (S.36)

Auflage

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

Anzeigen

REINER SCT (U2)
Computop (S.18)
CCV (S.23)
conomo (S.47)
girocard (U3)

Konzeption und Design

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

Produktion/Druck

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

Bildnachweis

EURO Kartensysteme GmbH: (Alex Habermehl Fotografie (S.3, U3), S.4, Nicole Matschoss Photography (S.9), Jose Poblete (S.11), S.12-13, 15), Mumbächer Fotografie: (S.4-5, 6, 14-15, 16-17, 22, 25, 26, 28, 32, 34-35, 40-41, 46), Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (S.7), Lang Onlinehandel GmbH (S.17), Deutscher Sparkassen- und Giroverband (S.17), First Data GmbH (S.20), VR Payment/payfree (S.21), Jeroen Noordzij/CCV (S.21), Ludwig Stocker Hopffisterei GmbH (S.23), Peter Ehrl, BSI, Computop Paygate GmbH, PAYONE GmbH, Adson AS (S.30), Pay with Charlie, Grüne im Bundestag/S. Kaminski, Isabella Raupold, VORN Strategy Consulting, Verifone (S.31), Bundesministerium der Finanzen/Photothek (S.37), Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.: (Axel Gaube (S.42-43)), S-Payment GmbH (S.46), iStock: rambo182 (S.3), photobank kiev (S.8), imaginima (S.36), staycool_de(S.38-39)

www.girocard.eu



Die NUMMER 1 im Handel!

Bar oder mit Karte? Auf diese Frage wird immer häufiger die girocard gezückt. Ein Trend, der sich auch in der Entwicklung am POS zeigt: Mit monatlich über einer Million Bezahlerterminals wurde das girocard-Akzeptanznetz 2022 erneut stark ausgebaut – ein deutliches Vertrauenssignal des Handels in

die Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft und ihre Zukunft. Neue, wettbewerbsdifferenzierende Innovationen werden den Trend zur girocard in den kommenden Jahren weiter stärken, sodass sich Kund:innen bei noch mehr Gelegenheiten auf die Sicherheit und den Komfort der beliebtesten Debitkarte Deutschlands verlassen können.



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. | c/o Advicepartners GmbH | Behrenstraße 27 | 10117 Berlin
Ansprechpartnerin: Heike Lange | Tel.: 0 30 2 12 34 22-71 | E-Mail: heike.lange@initiative-dz.de

