



# girocard stärken - für digitale Souveränität im Zahlungsverkehr



**SEIT GERAUMER ZEIT SCHON BEKENNT SICH DIE EUROPÄISCHE UNION ZUM ZIEL DER DIGITALEN SOUVERÄNITÄT, OHNE DASS SIE DIESE BEGRIFFLICHKEIT EN DÉTAIL AUSBUCHSTABIERT HÄTTE. IM KERN ALLERDINGS IST GEMEINT, DASS EUROPA SPEZIELL IN KRITISCHEN DIGITALEN TECHNOLOGIEBEREICHEN UNABHÄNGIGER VON ANDEREN LÄNDERN WERDEN SOLLE. FÜR DEN ZAHLUNGSVERKEHR ERGIBT SICH HIERAUS DIE FRAGE, WELCHE ROLLE NATIONALE BEZAHLVERFAHREN HIERBEI SPIELEN.**

Wer heute mit dem Smartphone bezahlt, greift auf Lösungen internationaler, zumeist US-amerikanischer Firmen zurück: Die großen Tech-Unternehmen haben den Payment-Markt für sich entdeckt und bieten digitale Bezahlösungen auf Basis einer Kreditkarte an. Und auch auf dem Debitkarten-Markt wird der Wettbewerb zusehends schärfer, seitdem die großen Kreditkartenfirmen verstärkt eigene Debitkarten-Produkte auf den Markt bringen. Die europäischen Banken und Zahlungsdienstleistungsunternehmen, so scheint es, stehen gehörig unter Druck.

Dennoch muss sich Deutschlands Zahlungsverkehr nicht verstecken. Ganz im Gegenteil: Er ist höchst belastbar, sicher und effizient – dies wurde in der Finanzkrise von 2008/09 ebenso deutlich wie nach Beginn der Corona-Pandemie. Und mit der girocard verfügen wir über ein etabliertes und erfolgreiches eigenes Zahlungssystem, das mit der Verbindung aus Debitkarten- und Geldautomatensystem perfekt auf die Bedürfnisse des deutschen Marktes abgestimmt ist.

## POSITIVE ENTWICKLUNG DER GIROCARD

Die aktuelle Entwicklung der girocard ist mehr als nur zufriedenstellend, verzeichnet sie doch ein deutliches Wachstum in allen Bereichen: 2021 sind die Transaktionen um acht und die Umsätze um gut sieben Prozent gestiegen, die Zahl der aktiven Terminals im Handel hat um rund acht Prozent zugelegt. Das Verfahren hat sich in der Pandemie nicht nur als zuverlässig erwiesen, sondern ist obendrein zum Treiber des kontaktlosen Bezahls in Deutschland geworden: Inzwischen erfolgen mehr als drei Viertel der Zahlungen mit der girocard kontaktlos, während es vor der Pandemie noch weniger als die Hälfte waren.

Und auch wirtschaftlich betrachtet ist die girocard attraktiv. Einerseits für den Handel, da sich die girocard im Portemonnaie nahezu aller erwachsenen Bundesbürger:innen befindet und die Entgelte der Issuer niedriger sind als in anderen Systemen. Andererseits für die Banken, die von günstigen Abwicklungskosten profitieren, da bestehende Zahlungsverkehrsprozesse für die Verrechnung der girocard-Transaktionen genutzt werden und die Scheme-Fees deutlich unter denen des Wettbewerbs liegen. Von dieser Kosteneffizienz profitieren Banken und Händler:innen gleichermaßen – und nicht zuletzt die Verbraucher:innen, die in den allermeisten Geschäften bargeldlos mit der girocard bezahlen können.

Wenngleich die Entwicklung insgesamt sehr positiv ist, so ist doch eines unbestritten: Auch das etablierte und über lange Jahre bewährte girocard-System musste und muss sich weiterentwickeln. Insbesondere die Digitalisierung hat den Innovationsdruck erkennbar erhöht und dazu geführt, dass die technischen Möglichkeiten deutlich erweitert wurden: Inzwischen können viele Kund:innen mit der digitalen girocard über die Bezahl-Apps der Banken mobil bezahlen; die ersten girocard-Transaktionen im Onlinehandel wurden bereits im vergangenen Jahr durchgeführt. Im Verlauf dieses Jahres wird es in diesem Bereich weitere Investitionen geben, ist doch das Wachstum des Onlinehandels immens.

## DIGITALISIERUNG FÜR INDIVIDUELLE INNOVATIONEN NUTZEN

Heutzutage kann sich ein Zahlungsverfahren allerdings nicht allein darauf beschränken, Zahlungen sicher und zuverlässig abzuwickeln. Die Digitalisierung ermöglicht mehr und die Kund:innen verlangen auch mehr: Produkte, die auf sie zugeschnitten sind und einen individuellen Mehrwert bieten. Um aber auch dauerhaft erfolgreich zu sein, muss sich ein Verfahren in seinen Funktionalitäten und vor allem hinsichtlich der Nutzungsfreundlichkeit deutlich vom Wettbewerb absetzen. Es wird in Zukunft also noch stärker darauf ankommen, die Attraktivität der girocard zu steigern. Ziel ist es, auf individuelle Anforderungen und Wünsche von Banken, Händler:innen und Verbraucher:innen schnell reagieren zu können.

Ein Blick auf den Wettbewerb am Markt zeigt, dass dies von den internationalen Unternehmen genauso gehandhabt wird. Neu eingeführte Funktionen werden zunächst nur von einzelnen Issuern weltweit umgesetzt. Ähnlich gehen die Big Techs bzw. Plattform-Anbieter:innen vor: Sie offerieren (als eine Art Baukasten) ein gemeinsames Zahlungssystem mit verschiedenen Optionen für die teilnehmenden Banken, die daraus wiederum individuelle Produktangebote für ihre Kund:innen generieren können. Das ist auch ein Weg für Banken, ihren Kund:innen innovative Angebote zur Verfügung zu stellen.

Trotz der großen Marktmacht internationaler Unternehmen gibt es noch immer individuelle Bezahlssysteme in verschiedenen europäischen Ländern, neben der girocard beispielsweise iDeal oder Swish. Aber können diese nationalen Systeme im globalen Wettbewerb mit den großen internationalen Unternehmen langfristig überhaupt bestehen? Sicher nicht, wenn sie sich darauf verlassen, dass die Verbraucher:innen nationale Produkte schon allein deswegen nutzen, weil diese national beziehungsweise europäisch und ihnen schon lange bekannt sind. Mit den heranwachsenden Generationen werden digitale Bezahlmethoden – ob mit Smartphone, Fitness-Tracker oder Smartwatch – den



**Dr. Ingo Beyritz**

*Dr. Ingo Beyritz ist seit März 2020 Leiter Zahlungsverkehr beim Bundesverband deutscher Banken. Beyritz studierte Betriebswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin und wurde dort auch promoviert. Seine berufliche Laufbahn startete er 1998 beim Bankenverband. Er ist Vertreter der privaten Banken in nationalen und internationalen Gremien, darunter im Vorstand des European Payments Council.*

Durchbruch erleben. Dieser Herausforderung müssen sich alle Bezahlverfahren stellen, um ihre Kund:innen auch künftig an sich zu binden – egal ob national, europäisch oder global.

Das große Ziel, digitale Souveränität im Zahlungsverkehr zu erhalten oder gar auszubauen, sollten wir nicht aus den Augen verlieren und schon gar nicht von vornherein aufgeben. Im Lichte großer Entwicklungen wie der möglichen Herausgabe eines digitalen Euro und der allgemein wachsenden Bedeutung von Kryptowährungen kann zwar niemand mit Sicherheit vorhersagen, wie die Zahlungswelt in fünf oder zehn Jahren aussehen wird. Die Hände in den Schoß zu legen ist aber nicht die richtige Reaktion. Wir arbeiten daher an einer starken girocard.