

PROCHIP

Das Magazin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e. V.

NR. 19

girocard
Netzwerk
Zukunft
Networking
Technologie
Zusammenarbeit
Entwicklung
Chip-Technologien
Zahlungsverkehr
Payment-Markt
kontaktlos
Souveränität
sicher
bargeldlos
gesellschaftspolitische Relevanz
modernes Bezahlen
etabliert
Chancen
gemeinsam
digitale Bezahlösungen
Debitkarte
neue Impulse
Unabhängigkeit
hängigkeit
kundenzentriert
Handel
Bezahl-Apps
Wachstum
Deutsche Kreditwirtschaft
Deutschland
effizient
digital
erfolgreich
mobiles Bezahlen
nutzungsfreundlich
individuelle Anforderungen
Service
Bezahlverfahren
Herausforderungen





2-FAKTOR-AUTHENTISIERUNG REINER SCT AUTHENTICATOR

Der ultimative Schutz Ihrer Online-Accounts



Highlights:

- Höchste Sicherheitsstufe
- Alle 30 Sekunden ein neuer TOTP-Code
- Bis zu 60 Benutzerkonten
- Kamera für Import der TOTP-Schlüssel
- Einfach und schnell integrierbar



reiner-sct.com/authenticator

REINER SCT ^{EFF}
TECHNOLOGIE
AUS DEUTSCHLAND



Liebe Leser:innen

in normalen Zeiten hätte ich Ihnen an dieser Stelle einen kurzen Einblick in unsere Erfolge des vergangenen Jahres gegeben. Doch die Zeiten sind nicht normal. Während nach einem weiteren Jahr Pandemie die einstige Ausnahmesituation ein Stück weit Alltag geworden ist, stellt die Lage in Europa jede:n von uns persönlich vor neue Herausforderungen. Die gewohnte politische Stabilität gerät ins Wanken und wir müssen unsere europäischen Werte verteidigen: Menschenwürde, Freiheit, Demokratie, Gleichstellung, Rechtsstaatlichkeit und Menschenrechte.

Dennoch kann ich selbst in dieser Situation das Thema Bezahlen nicht aus den Augen lassen. Gerade hier zeigt sich aktuell, wie wichtig Unabhängigkeit in zentralen volkswirtschaftlichen Belangen ist – denn dazu gehört das Bezahlen. Mit der girocard haben wir ein starkes nationales System für den Zahlungsverkehr – und damit ein Stück weit Souveränität. Souveränität bedeutet dabei nicht, autark sein zu wollen. Auch beim Bezahlen brauchen wir starke Verbündete auf internationaler Ebene. Es bedeutet, das Steuer in die Hand zu nehmen und den eigenen Kurs selbst zu setzen. Aus beruflicher Sicht möchte ich Ihnen daher in diesem Zusammenhang besonders die Beiträge von Herrn Dr. Beyritz ab Seite 10 zur Souveränität im Zahlungsverkehr sowie von Herrn Hommel ab Seite 12 zur Zukunftsperspektive für die girocard empfehlen.

Persönlich möchte ich zudem ein großes Privileg unserer Gesellschaft nutzen – die Rede- und Pressefreiheit –, um Ihnen allen in dieser schwierigen Situation eine friedliche Zeit zu wünschen. Bleiben Sie offen gegenüber den Menschen, egal welcher Nationalität. Lassen Sie uns alle unseren Beitrag leisten, damit auch unsere Kinder in einem friedlichen Europa aufwachsen können.

Und: Bleiben Sie gesund!

Herzlichst

Ingo Limburg

Vorstandsvorsitzender der Initiative
Deutsche Zahlungssysteme e. V.

INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME E.V.

6
VORSTELLUNG IDZ / Gemeinsam für innovatives Bezahlen im Alltag

8
DIE GIROCARD / Alle Funktionen auf einen Blick

10
GASTBEITRAG / girocard stärken – für digitale Souveränität im Zahlungsverkehr
Dr. Ingo Beyritz

12
GASTBEITRAG / Gemeinsames Handeln für nachhaltigen Erfolg
Oliver Hommel

MOBILITÄT & BEZAHLEN

14
GASTBEITRAG / AFIR – die Zukunft für einen nachhaltigen Straßenverkehr in der EU
Ismail Ertug

16
STUDIE E-MOBILITÄT / Europa in Zahlen

18
KRAFTAKT VERKEHRSWENDE / Wie können Bezahlinnovationen die Mobilitätskonzepte von morgen attraktiver machen?

26
NOVELLIERUNG DER LADESÄULEN-VERORDNUNG / Von der Ladenkasse an die Ladesäule

ZAHLUNGSSYSTEME DER DEUTSCHEN KREDITWIRTSCHAFT



HANDEL IM WANDEL

28
EINE FRAGE, VIELE PERSPEKTIVEN / Wie können sich Geschäfte in den Innenstädten für die Zukunft attraktiv aufstellen?

30
HANDEL IM WANDEL / Potenzial einer neuen Ära

32
MODERNE AKZEPTANZ-KONZEPTE / Das Ende der Münzkassette

AUF DEN PUNKT: STATUS & ENTWICKLUNG

34
ALLENSBACH-STUDIE / Die geteilte „Bezahlrepublik“ Deutschland

36
GASTBEITRAG / Gesetze im Blick für 2022
Susanne Raupbach

38
DER KARTEN-BOOM / Ein Pandemie-Effekt?

40
MIT NETZ UND DOPPELTEM BODEN / Gefühlte und tatsächliche Sicherheit beim Bezahlen



PROJEKTE & AKTUELLES

42
WEGBEREITEND, ZUKUNFTSWEISEND, VISIONÄR / Adieu GeldKarte

46
DIE INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME E.V. / 82 Stimmen vereint für modernes Bezahlen in Deutschland

48
NEWS

52
MITGLIEDER-VERZEICHNIS



Gemeinsam für innovatives Bezahlen im Alltag

Sicher, verlässlich, einfach.

EINE GESELLSCHAFT, IN DER HEUTE UND IN ZUKUNFT DIE BEZAHLVERFAHREN DER DEUTSCHEN KREDITWIRTSCHAFT SO WAHRGENOMMEN WERDEN, DAFÜR SETZT SICH DIE INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME E. V. EIN.



Politischer Austausch und Wissenstransfer

Die Initiative informiert Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Medien über die Bezahlösungen der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) und fördert ihre Nutzung und Akzeptanz sowohl im Handel als auch unter Verbraucher:innen. Dazu gehört insbesondere die meistgenutzte elektronische Bezahlkarte in Deutschland, die girocard. Darüber hinaus engagiert sich die Initiative für Innovationen der girocard, wie etwa das kontaktlose Bezahlen mit Karte und Smartphone. Für die Arbeit des Vereins ist der Austausch mit Vertreter:innen der Politik von zentraler Bedeutung. Hierbei konzentriert sich die Initiative auf den Aufbau und die Pflege eines politischen Netzwerks und erarbeitet Strategien zum Umgang mit gesellschaftspolitischen und regulatorischen Herausforderungen. Die Identifikation und Beurteilung von relevanten Gesetzgebungsverfahren spielen eine wichtige Rolle. In enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Stakeholder:innen aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft hat sich die Initiative zum Ziel gesetzt, die Nutzung der girocard und ihrer vielfältigen Funktionen in möglichst vielen Bereichen des öffentlichen Lebens zu einem festen Bestandteil werden zu lassen. Gleichmaßen möchte sie auch aktiv Impulse für Innovationen innerhalb der Welt des bargeldlosen Bezahleens setzen und die Offenheit und Akzeptanz innerhalb der Gesellschaft vorantreiben.

Vereinte Vielfalt

Der Verein vertritt die Interessen von Unternehmen und Institutionen, welche die Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft akzeptieren oder eine technologische Infrastruktur dafür bereitstellen. Unter den Vereinsmitgliedern finden sich u. a. Unternehmen aus den Bereichen Terminalherstellung, Netzbetrieb und Software, Firmen aus den Bereichen Handel und Vending, Payment-Service-Provider sowie Bankenverbände und Kreditinstitute. Aktuell bündelt die Initiative die Interessen von 82 Mitgliedern und vertritt diese durch gezielte Kommunikationsarbeit gegenüber Politik und Medien. Weiterhin informiert und berät sie Verbraucher:innen, mittelbar durch Politik und Presse, in Bezug auf die angebotenen Dienstleistungen und Produkte der Vereinsmitglieder. Nach innen verkörpert die Initiative ein Netzwerk zum Austausch von Erfahrungswerten. Sie fördert den Dialog zwischen den Mitgliedsunternehmen, teilt branchenspezifische Informationen und leistet Unterstützung für jeweilige eigene Aktivitäten. Darüber hinaus initiiert und moderiert der Verein Projekte, recherchiert Einsatzmöglichkeiten für bargeldlose Bezahlssysteme und setzt sich für die Erschließung neuer Akzeptanzbereiche ein.

82

**AKTUELL BÜNDELT
DIE INITIATIVE DIE
INTERESSEN VON 82 MIT-
GLIEDERN UND VERTRITT DIESE
GEGENÜBER POLITIK, MEDIEN UND
WEITEREN STAKEHOLDER:INNEN.**

Die girocard

Alle Funktionen auf **EINEN BLICK**

DIE GIROCARD: KLEINER ALS EINE HANDFLÄCHE, ABER EIN ECHTES MULTITALENT. SIE IST NICHT NUR EINE BEZAHLKARTE, SONDERN DER SCHLÜSSEL ZUM GIROKONTO.

ZENTRALE AUFGABEN WIE DAS BEZAHLEN DIREKT VOM KONTO UND GELDABHEBEN WERDEN DABEI IM GIROCARD-SYSTEM UMGESETZT – DEM ÜBERGEORDNETEN UND NEUTRALEN RAHMEN DER DEUTSCHEN KREDITWIRTSCHAFT. DIE GIROCARD IST DAS ERFOLGREICHSTE ELEKTRONISCHE BEZAHLMITTEL IN DEUTSCHLAND. MEHR ALS 100 MILLIONEN GIROCARDS VON BANKEN UND SPARKASSEN BEFINDEN SICH IN DEN PORTEMONNAIES HIERZULANDE. AN DER LADENKASSE IST DIE GIROCARD DIE MEISTGENUTZTE ELEKTRONISCHE BEZAHLKARTE. VOR ALLEM KONTAKTLOSES BEZAHLEN SETZT SICH IMMER MEHR DURCH – UND DIES ZUNEHMEND AUCH MIT DER DIGITALEN GIROCARD IN SMARTPHONE ODER SMARTWATCH.

Bezahlen

An knapp einer Million Terminals (Stand Dezember 2021) wird im Handel deutschlandweit mit der girocard bezahlt – an den allermeisten ist dies auch kontaktlos möglich. Ende 2021 erfolgten so bereits rund drei Viertel aller girocard-Zahlungen durch Vorhalten. Bis 50 Euro funktioniert das mit der klassischen Karte in der Regel ohne eine zusätzliche Authentifizierung durch einfaches Vorhalten am Bezahlterminal. Beträge über 50 Euro müssen stets mit der PIN freigegeben werden.

Mit der digitalen girocard im Smartphone oder in der Smartwatch kann überall dort bequem und kontaktlos bezahlt werden, wo dies auch mit der physischen girocard möglich ist. Vorteil: Bei der digitalen girocard ist generell keine PIN-Eingabe erforderlich. Unabhängig vom Bezahlungsbetrag geben Kund:innen jede Bezahlung ab dem ersten Cent mit der gewohnten Entsperrfunktion ihres Geräts an der Kasse frei. Seit November 2021 können zudem alle Sparkassenkund:innen mit ihrer girocard über Apple Pay auch im E-Commerce bezahlen.¹ Über alle Möglichkeiten des Mobile Payments mit der digitalen girocard, die im Rahmen eines Kontomodells bestehen, informieren auch direkt die jeweiligen Banken und Sparkassen.

Geld abheben

Der Bargeldbezug direkt vom Konto ist im Deutschen Geldautomaten-System mittels PIN-Eingabe an deutschlandweit rund 60.000 Geldautomaten möglich. Zusätzlich bieten viele Geschäfte an ihren Kassen die Möglichkeit, direkt mit dem Einkauf Bargeld abzuheben.

Verwaltung

An den Terminals von Banken und Sparkassen sind mit der girocard zahlreiche Funktionen zur Selbstverwaltung verfügbar wie z. B. einmalige Überweisungen oder das Einrichten, Ändern und Kündigen von Daueraufträgen sowie das Ausdrucken der Kontoauszüge. Auch über das Onlinebanking können, unabhängig von Ort und Öffnungszeiten, transparent und zeitnah alle Transaktionen nachvollzogen werden – darunter z. B. alle Zahlungen und Abhebungen, die mit der girocard oder der digitalen girocard getätigt wurden.

Altersverifikation

girocards verfügen über ein Jugendschutzmerkmal, mit dessen Hilfe die Volljährigkeit etwa beim Zigarettenkauf auch am Automaten überprüft werden kann. Für die digitale girocard ist ebenfalls ein Jugendschutzmerkmal in Planung.

¹ Bei allen Onlineshops, die Apple Pay akzeptieren.

Über **100 Mio.** girocards



Bis **50 Euro** bezahlen ohne PIN durch Vorhalten am Bezahlterminal.

3 von 4 girocard-Zahlungen waren Ende 2021 kontaktlos

Fast **1 Mio.** Terminals



BEZAHLEN

An fast einer Million Terminals (Stand Ende 2021) ist das Bezahlen mit girocard möglich. Meistens auch kontaktlos.

5,9 Mrd. Transaktionen 2021

Bei der **digitalen girocard** ist generell keine PIN-Eingabe erforderlich.



ALTERSVERIFIKATION

Volljährigkeit ganz einfach überprüfbar.

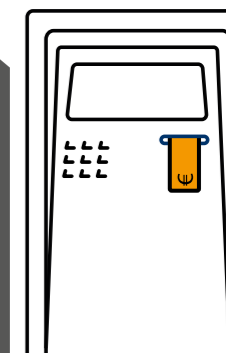


Stand Dezember 2021

Sechzigtausend Geldautomaten

ABHEBEN

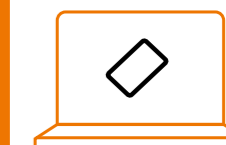
Bargeld abheben geht deutschlandweit an rund 60.000 Geldautomaten und direkt beim Einkauf an den Kassen vieler Supermärkte und Drogerien.



VERWALTEN

Die girocard ist der Schlüssel zum Girokonto. Mit ihr stehen auch zahlreiche Selbstverwaltungsfunktionen zur Verfügung, etwa die Verwaltung von Daueraufträgen oder der Druck von Kontoauszügen.

Verwaltung im **Onlinebanking**,



z. B. alle Zahlungen und Abhebungen, die mit der girocard oder der digitalen girocard getätigt wurden.

„Mit Karte“ heißt mit girocard



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

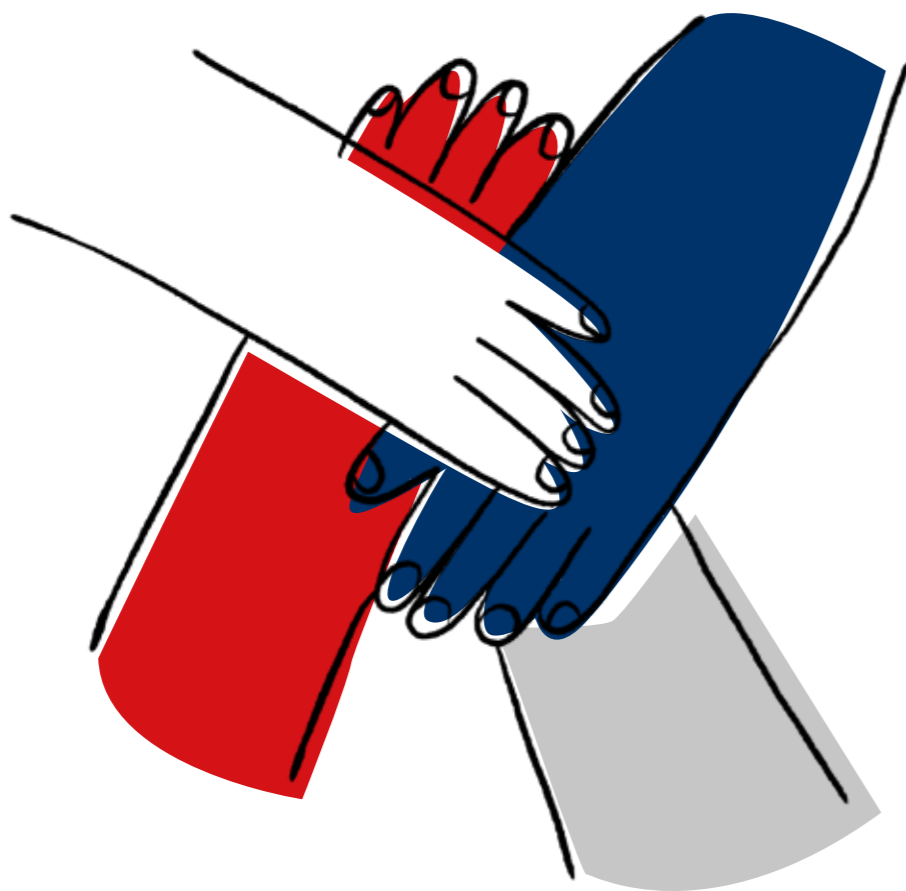
Dr. Ingo Beyritz ist seit März 2020 Leiter Zahlungsverkehr beim Bundesverband deutscher Banken. Beyritz studierte Betriebswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin und wurde dort auch promoviert. Seine berufliche Laufbahn startete er 1998 beim Bankenverband. Er ist Vertreter der privaten Banken 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.

Erfolgsformel für die Zukunft

Gemeinsames Handeln für nachhaltigen Erfolg



ALS BEKANNT WURDE, DASS ICH GESCHÄFTSFÜHRER DER EURO KARTENSYSTEME WERDE, WURDE ICH OFT GEFRAGT, OB EINE SOLCHE ROLLE INNERHALB DES DEUTSCHEN KREDITGEWERBES WIRKLICH EINE ZUKUNFTSPERSPEKTIVE SEIN KANN. ZAHLUNGSVERKEHR MÜSSE MAN DOCH INTERNATIONAL, MINDESTENS EUROPÄISCH DENKEN. AUCH HÄTTE DIE INTERNATIONALEN KARTENORGANISATIONEN SOWIE DIVERSE FINTECHS EINEN ENORMEN VORSPRUNG BEI INNOVATIONEN.

Von außen betrachtet mag dies so erscheinen. Und es zeigt auch, vor welchen Herausforderungen wir stehen. Doch es lässt ein wichtiges Asset außer Acht, das in meinen Augen den Unterschied machen kann: Gemeinschaftlichkeit. Netzwerkeffekte bestimmen immer noch maßgeblich über Erfolg und Misserfolg eines Zahlungssystems. Ohne die Fähigkeit, erfolgreich Partnerschaften zu schaffen und über lange Zeit zu pflegen, gibt es in diesem Geschäft keinen nachhaltigen Erfolg.

Wer könnte gemeinsames Handeln und partnerschaftliche Kooperation besser organisieren als die EURO Kartensysteme? Sie bündelt schon heute die Interessen aller drei Säulen des deutschen Kreditgewerbes über ihre Gesellschafter:innen und erbringt gemeinschaftlich wichtige Aufgaben für das girocard-System.

Die girocard und das dahinterstehende System bilden eine starke Grundlage für zukünftige Entwicklungen und Aktivitäten im Zahlungsverkehrsgeschäft in Deutschland. Sie sind bei Kund:innen und im Handel gleichermaßen beliebt – das beweisen fast 6 Mrd. abgewickelte Transaktionen im Jahr 2021 und in Bezug auf das Umsatzvolumen ein Marktanteil von über 70 Prozent an den bargeldlosen Zahlverfahren im stationären Handel. Eine starke Ausgangsbasis, die ihresgleichen sucht. Jetzt gilt es, diese konsequent zu nutzen, um die Bereiche zu adressieren, in denen die Zahlverfahren des deutschen Kreditgewerbes noch unterrepräsentiert sind.

Die EURO Kartensysteme wird ihren Anteil dazu beitragen, ein starkes, kanalübergreifendes Zahlverfahren zu schaffen, das nicht nur für Zahlungsvorgänge am stationären POS überzeugt, sondern auch im Bereich der Remote- und In-App-Zahlungen modern und zukunftsgerichtet ist.

Um auch in Zukunft mit der girocard ein wettbewerbsfähiges, attraktives Produkt zu bieten, treiben wir weitere Innovationen voran. Ein Beispiel dafür ist die Einführung der digitalen girocard in den vergangenen Jahren. Diese ist auch ein erster Schritt zu einer stärkeren Rolle im E-Commerce. Bei den Sparkassen werden bereits via Apple Pay Online- oder Remote-Zahlungen innerhalb des girocard-Systems abgewickelt – mit starken Wachstumsraten. Es ist der gemeinschaftliche Wille innerhalb des deutschen Kreditgewerbes, diese Funktionalität weiter auszubauen.

Wir werden aber auch Zusatzfunktionen entwickeln und in den Markt bringen, die die Nutzungsmöglichkeiten der girocard über den reinen Zahlvorgang hinaus erweitern. Dazu zählt etwa eine Altersverifikation mit der digitalen girocard, die sowohl eingebettet in eine Transaktion als auch unabhängig davon funktioniert. Damit können Altersgrenzen verbindlich geprüft werden, sei es beim Verkauf von altersbeschränkten Produkten an Vending-Automaten und im stationären Handel oder auch bei Anwendungsfällen im Internet.

Für die Zukunft sind dabei vor allem zwei Leitideen zentral: Zum einen gilt es, die Unabhängigkeit der girocard und damit die Souveränität eines Zahlungssystems für den deutschen Markt zu erhalten und zu stärken. Die girocard ist bereits heute das System im europäischen Markt, welches am unabhängigsten von externen Einflüssen und anderen Zahlungssystemen aufgestellt ist. Das ist unsere Stärke und wir sollten weiter darauf aufbauen.

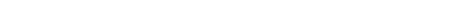
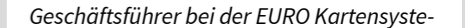
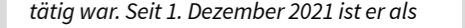
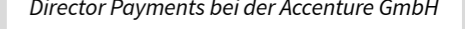
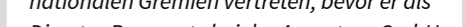
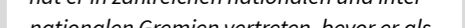
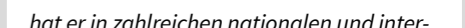
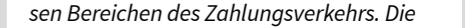
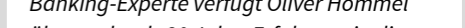
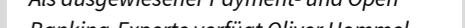
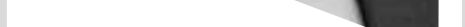
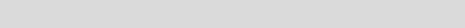
Zum anderen kann eine Weiterentwicklung nur partnerschaftlich gelingen. Hier haben Banken und Sparkassen in den vergangenen Jahren viel erreicht. Aus einem engen Schulterschluss mit den Akzeptanzpartner:innen ist ein fruchtbarer Dialog entstanden. Kombiniert mit dem großen Vertrauen der Kund:innen in das System bauen wir auf eine stabile Basis für alle weiteren Schritte.

Ich freue mich darauf, diese Veränderungen gemeinsam mit allen Mitarbeiter:innen der EURO Kartensysteme und unseren Partner:innen umzusetzen und die Zukunft des Bezahlers zu gestalten.



Oliver Hommel

Als ausgewiesener Payment- und Open Banking-Experte verfügt Oliver Hommel über mehr als 20 Jahre Erfahrung in diversen Bereichen des Zahlungsverkehrs. Die Interessen der Deutschen Kreditwirtschaft hat er in zahlreichen nationalen und internationalen Gremien vertreten, bevor er als Director Payments bei der Accenture GmbH tätig war. Seit 1. Dezember 2021 ist er als Geschäftsführer bei der EURO Kartensysteme GmbH tätig.





AFIR

DIE ZUKUNFT FÜR EINEN NACHHALTIGEN STRASSENVERKEHR IN DER EU

Verkehr und Mobilität sind wesentliche Bestandteile unseres täglichen Lebens, die das Wohlbefinden der europäischen Bürger:innen beeinflussen. Nachhaltige alternative Kraftstoffe und der Ausbau ihrer Infrastruktur, wie z. B. das elektrische Aufladen eines Pkws, spielen eine Schlüsselrolle beim Übergang zu einer erfolgreichen Dekarbonisierung des Verkehrssektors. Allerdings

kann die Transformation hin zu einem sauberen und nachhaltigen Straßenverkehr nur gelingen, wenn wir die Akzeptanz der Menschen dafür gewinnen. Mit der Verordnung über die Infrastruktur für alternative Kraftstoffe (AFIR) haben wir dazu die Chance. Sie regelt u. a. Aspekte zum Ausbau der Ladeinfrastruktur in Europa.

Im Sommer 2021 brachte die EU-Kommission einen Gesetzgebungsvorschlag auf den Weg, der im EU-Parlament aktuell diskutiert und voraussichtlich im Sommer 2022 umgesetzt wird.

Den Vorschlag der Europäischen Kommission, die Richtlinie in eine Verordnung umzuwandeln, begrüße ich daher ausdrücklich. Verordnungen überschreiben national geltendes Recht und müssen von Mitgliedstaaten umgesetzt werden. Rechtlich verbindliche Mindestanforderungen an die Mitgliedstaaten werden in der EU die bestmöglichen hohen Standards, u. a. auch beim Bezahlen, gewährleisten. Bis jetzt konnte jeder Mitgliedstaat selbst entscheiden, welche Möglichkeiten zur Bezahlförm beim Laden angeboten werden, da es keine einheitliche EU-Regelung dazu gab. Das wird sich nun ändern. In meinem Änderungsentwurf zum aktuellen Vorschlag der EU-Kommission fordere ich die Möglichkeit zur Kartenzahlung und möchte diese für alle Ladestationen verbindlich in der Gesetzgebung verankern – und zwar europaweit. Dies ist ein zentrales Thema für mich in der AFIR: die benutzungsfreundliche Harmonisierung der Ad-hoc-Zahlungen.

BÜRGER:INNEN SOLLTEN SO EINFACH WIE MÖGLICH AN EINER LADESTATION LADEN UND MIT DER EIGENEN KREDIT- ODER DEBITKARTE BEZAHLEN KÖNNEN.

Wir können nicht von allen Bürger:innen erwarten, sich mit Google oder Apple Pay, QR-Codes oder Zahlung per App auszukennen. Dies zeigt sich auch in aktuellen Umfragen der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.¹, des ADAC² sowie von Mastercard³. Demnach wünscht sich die Mehrheit der Befragten in Deutschland und ausgewählten europäischen Ländern eine einfache Kartenzahlung an der Ladestation. Auch Verbraucherverbände wie der Bundesverband Verbraucherzentrale (vzbv) machen sich für eine verpflichtende Kartenzahlung an E-Ladesäulen

stark. Wir dürfen das nicht ignorieren: Das Laden von Strom sollte so einfach sein wie das Tanken von Benzin!

Eine weitere Untersuchung der Nationalen Leitstelle Ladeinfrastruktur kommt zu dem Ergebnis, dass die Mehrkosten für den Einbau eines Kartenlesegeräts bei hoch ausgelasteten Schnellladern mit einer Betriebsdauer von acht Jahren bei etwa 0,002 Cent pro kWh lägen.⁴ Ich denke, dieser Mehrbetrag ist minimal und bezahlbar. Für mich zählt die Prämisse:

JE BENUTZUNGSFREUNDLICHER DAS LADEN, DESTO HÖHER DIE AKZEPTANZ FÜR DIE ELEKTROMOBILITÄT – UND SOMIT AUCH BESSER FÜR DAS KLIMA UND DIE VERKEHRSEMISSIONEN.

Alle öffentlich zugänglichen Lade- und Tankstellen sollten auch für Personen mit eingeschränkter Mobilität vollständig zugänglich sein. Darüber hinaus müssen die Betreiber:innen von Ladestationen verpflichtet werden, den Ad-hoc-Preis in „Preis pro kWh“ vor Beginn eines Ladevorgangs anzuzeigen. Um außerdem ein besseres Management des Stromnetzes zu ermöglichen und letztlich niedrigere Strompreise für die Verbraucher:innen zu bewirken, sollten alle Ladestationen in der Lage sein, intelligent zu laden. Mit intelligentem Laden kann sichergestellt werden, dass das Stromnetz bei Überlastung automatisch heruntergefahren werden kann, ohne zu überladen.

Schließlich bin ich davon überzeugt, dass es für die Verbraucher:innen wichtig ist, die Transparenz und die Qualität der Daten zu verbessern, die von Ladesäulen- und Tankstellen-Betreiber:innen zur Verfügung gestellt werden. Daher sollte die Kommission einen europäischen Zugangspunkt einrichten, der alle nationalen Zugangspunkte miteinander verbindet.



Ismail Ertug

Ismail Ertug ist seit 2009 Mitglied des Europäischen Parlaments. Dort arbeitet er im Verkehrs- sowie im Industrieausschuss an der grünen Transformation des Verkehrsbereichs. 2013 war er bereits Schattenberichterstatter für die Alternative Fuels Infrastructure Directive, die Vorgängerin der AFIR.

ZIEL IST ES, EINE EU-APP ODER SCHNITTSTELLE EINZURICHTEN, DIE ES DEN NUTZER:INNEN ERMÖGLICHT, AUF EINE UMFASSENDE EU-WEITE KARTE UND EINEN ROUTENPLANER ZUGREIFEN, IN DENEN ALLE ÖFFENTLICH ZUGÄNGLICHEN LADE- UND BETANKUNGSSTATIONEN MIT ALLEN WICHTIGEN INFORMATIONEN AUFGELISTET WERDEN.

¹ Online-repräsentative Befragung von infas quo im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme unter Kraftfahrzeug-Besitzer:innen ab 18 Jahren von November 2021 in Frankreich, Griechenland, den Niederlanden, Polen, Schweden und Slowenien. ² Online standardisierte Umfrage der puls Marktforschung GmbH im Auftrag des ADAC unter Fahrer:innen von E-Autos.

³ Quantitative Studie des Marktforschungsinstituts FTI Consulting im Auftrag von Mastercard unter Befragten aus Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich, Polen, Schweden und Spanien. ⁴ Erhebung der Nationalen Leitstelle Ladeinfrastruktur, Januar 2022; bisher unveröffentlicht.

Europa in Zahlen

STUDIE ZUR E-MOBILITÄT

MIT DEM AUTO IN DIE PROVENCE REISEN? VIELE MENSCHEN SIND VERGANGENES JAHR AM LIEBSTEN AUF VIER RÄDERN IN DEN URLAUB GEFAHREN. IST DER SPRIT AUS, KANN AN DER NÄCHSTEN TANKSTELLE BEQUEM MIT DER BANKKARTE BEZAHLT WERDEN. MIT DEM E-AUTO SIEHT DAS OFT ANDERS AUS: DAS BEZAHLEN AN LADESÄULEN IN EUROPA IST DURCH EIGENE, GESCHLOSSENE LÖSUNGEN VON ANSÄSSIGEN UNTERNEHMEN GEPRÄGT, DIE LADESÄULEN BETREIBEN UND STROM ANBIETEN.

EIN BLICK IN DIE PLÄNE DER JEWEILIGEN REGIERUNG SOWIE IN DIE ERGEBNISSE EINER REPRÄSENTATIVEN BEFRAGUNG¹ ZEIGT, WIE UNTERSCHIEDLICH ES UM DIE ELEKTROMOBILITÄT IN EUROPA STEHT.

Niederlande

Im europäischen Vergleich ist die Ladesäulen-Infrastruktur für Elektroautos in den Niederlanden mit am besten ausgebaut. Im Jahr 2019 kamen auf eine Ladestation vier Elektroautos. Das Land hat das Ziel, dass ab 2030 nur noch emissionsfreie Autos verkauft werden. Vor allem hier wollen die Menschen öffentliche Ladesäulen nutzen: 76 Prozent der zukünftigen niederländischen E-Autofahrer:innen planen, zumindest gelegentlich so ihren Strom zu beziehen.

Frankreich

In Frankreich wurden im Jahr 2020 194.000 Elektrofahrzeuge zugelassen (2019: 69.000). Bis zum Jahr 2040 plant das Land, den Verkauf von Autos mit Verbrennungsmotor vollständig zu stoppen. In Frankreich möchten nur etwas mehr als die Hälfte (55 Prozent) der zukünftigen E-Autofahrer:innen öffentliche Ladesäulen nutzen.

Die hier vorgestellten Ergebnisse stützen sich auf online-repräsentative Umfragen von infas quo im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme unter Kraftfahrzeug-Besitzer:innen ab 18 Jahren vom September 2021 in Deutschland (1.058 Personen) sowie November 2021 in Frankreich (538 Personen), Griechenland (535 Personen), den Niederlanden (514 Personen), Polen (529 Personen), Schweden (535 Personen) und Slowenien (538 Personen). Die Länder wurden exemplarisch ausgewählt. Sie unterscheiden sich etwa im aktuellen Stand der E-Mobilität, in ihrer geographischen Lage in Europa, ihrer Größe und Bevölkerungsdichte, den infrastrukturellen Voraussetzungen sowie der Bezahlkultur.

Ein Blick in die Pläne der jeweiligen Regierung sowie in die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung zeigt, wie unterschiedlich es um die **Elektromobilität in Europa** steht.

76%

in den Niederlanden planen, öffentliche Ladesäulen zu nutzen.

55%

in Frankreich planen, öffentliche Ladesäulen zu nutzen.

31%

in Schweden ist es egal, ob eine EU-weite Regelung zur Zahlung an E-Ladesäulen kommt.

76%

in Deutschland wünschen sich eine EU-weite Regelung zur Kartenzahlung an der E-Ladesäule.

77%

in Polen planen, ein E-Auto zu kaufen.

76%

in Slowenien wünschen sich eine EU-weite Regelung zur kontaktlosen Zahlung an der E-Ladesäule.

91%

in Griechenland möchten an der E-Ladesäule am liebsten mit Karte zahlen.

Schweden

Bürger:innen in Schweden erhalten steuerliche Zuschüsse, wenn sie ein CO₂-armes Fahrzeug fahren. Ab 2030 sollen in Schweden nur noch Autos neu zugelassen werden, die nicht mit fossilem Brennstoff fahren. Die Befragten in Schweden scheinen am ehesten zufrieden mit der Ladeinfrastruktur im Land zu sein. Hier ist der Anteil derer, denen es egal ist, ob eine EU-weite Regelung zur Zahlung an E-Ladesäulen kommt, mit immerhin 31 Prozent am größten.

Deutschland

Im Jahr 2030 soll Deutschland Leitmarkt für Elektromobilität mit mindestens 15 Millionen Elektro-Pkw sein. Im Jahr 2021 waren es eine Million. Mit 76 Prozent begrüßt eine überwiegende Mehrheit der Befragten aus Deutschland eine EU-weite Regelung zur Kartenzahlung an jeder neuen Ladesäule, z. B. kontaktlos mit Debit- oder Kreditkarte.

Polen

Polens Regierung fördert mit Prämien ebenfalls den Kauf von Elektroautos. Und das mit Erfolg: Die Anzahl der E-Autos auf polnischen Straßen hat sich im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr um fast 150 Prozent erhöht. Bis zum Jahr 2023 soll in Polen zudem eine Massenproduktion von Elektroautos beginnen. Die hohe Nachfrage nach E-Autos zeigt sich in der Umfrage: 77 Prozent der Befragten planen, sich in Zukunft ein neues oder gebrauchtes E-Auto anzuschaffen. Das ist mit der höchste in der Umfrage erfasste Wert.

Slowenien

Auch in Slowenien nimmt die Nachfrage nach alternativen Antriebstechniken weiter zu, sodass die Regierung die Elektromobilität weiter fördern möchte. Ab 2030 sollen nur noch Neuwagen zugelassen werden, die weniger als 50 Gramm CO₂ pro Kilometer emittieren. Der Zuspruch für eine EU-weite Regelung zur Kartenzahlung an jeder neuen E-Ladesäule ist auch in Slowenien mit 76 Prozent sehr hoch.

Griechenland

In Griechenland soll bis zum Jahr 2030 ein Drittel aller Autos elektrisch betrieben werden. Mit 91 Prozent sind die Befragten in Griechenland die größten Befürworter:innen der Kartenzahlung an der E-Ladesäule. Sehr interessant: Nur 24 Prozent der zukünftigen E-Autofahrer:innen geben an, öffentliche Ladesäulen nutzen zu wollen.





KRAFTAKT VERKEHRSWENDE

WIE KÖNNEN BEZAHL- INNOVATIONEN DIE MOBILITÄTSKONZEPTE VON MORGEN ATTRAKTIVER MACHEN?

Bezahlen in Bus, Bahn und Co.

Vor dem Hintergrund wachsender ökologischer Herausforderungen muss Mobilität gänzlich neu gedacht werden. Eine große Herausforderung, vor der Kommunen und Unternehmen im Bereich Mobilität stehen, genauso wie jede:r Einzelne. Der Wandel ist vielerorts bereits spürbar: Auf den Straßen rollen immer mehr E-Autos und eine Vielzahl der Menschen setzt vermehrt auf den ÖPNV oder Sharing-Angebote. Doch damit die Mobilitätswende langfristig von Erfolg gekrönt ist, braucht es innovative und überzeugende Konzepte mit intuitivem Bezahlprozess.

Wie kann es gelingen, dass die Mobilitätswende und der Bezahlwandel Hand in Hand gehen?

KRAFTAKT VERKEHRSWENDE

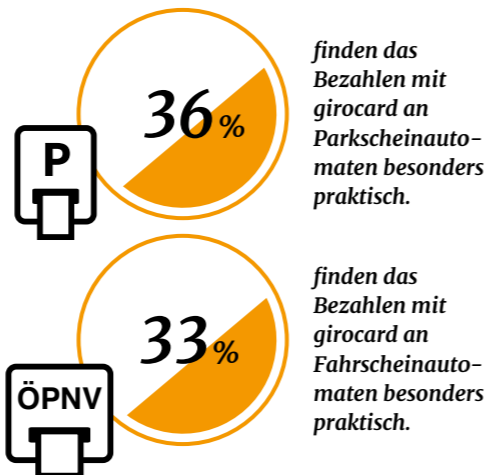
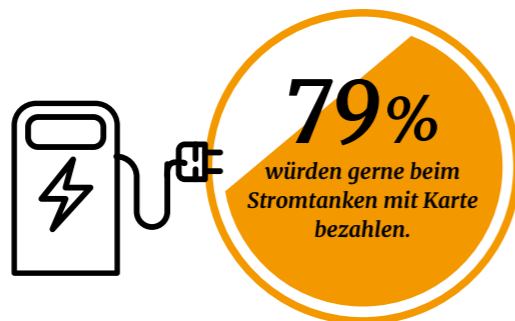
BEZAHLWANDEL AN DER LADENKASSE

DER BLICK AUF DEN HANDEL ZEIGT DEUTLICH, DASS DER BEZAHLWANDEL HIER BEREITS IN VOLLEM GANGE IST: IN DER ALLENSBACH-STUDIE 2021 IM AUFTRAG DER IDZ GAB MEHR ALS EIN DRITTEL DER BEFRAGTEN FÜR DIE BISHERIGE PANDEMIE-ZEIT AN, HÄUFIGER MIT KARTE GEZAHLT ZU HABEN. DASS BARGELD ALS BEZAHLMITTEL DER WAHL IN VIELEN LÄDEN SELTENER GEWORDEN IST, IST DEMNACH NICHT NUR EIN GEFÜHL.

Gerade die Transaktionszahlen der hierzulande beliebtesten und am häufigsten genutzten Debitkarte, der girocard, bestätigen dies: Allein im vergangenen Jahr wurden mehr als 5,9 Milliarden Transaktionen mit der girocard durchgeführt.¹ Ein Plus von acht Prozent im Vergleich zum Jahr 2020. Insbesondere das kontaktlose Bezahlen ist über die Jahre zum neuen Standard geworden: Mit 73 Prozent wurden Ende 2021 rund drei von vier girocard-Transaktionen kontaktlos getätigt. Der Wandel, der sich in den Portemonnaies in Deutschland vollzieht, nimmt nicht nur Akteur:innen im Bereich des Handels in die Pflicht, das Bezahlangesamt ständig neu zu denken – auch im Mobilitätsbereich sind neue Lösungen gefragt. Denn das Bezahlen mit der girocard ist auch dort gewünscht: Je rund ein Drittel der Befragten findet es besonders praktisch, an Parkschein- (36 Prozent) und Fahrscheinautomaten (33 Prozent) mit der girocard bezahlen zu können.²

Auch an der E-Ladesäule zeigt sich ein starker Wunsch nach Kartenakzeptanz: 79 Prozent der zukünftigen E-Mobilist:innen würden beim Stromtanken am liebsten mit einer physischen oder digitalen girocard oder Kreditkarte bezahlen.³ Das zeigt:

Verbraucher:innen wollen auch beim Bezahlen für E-Mobilität auf bewährte Bezahlmethoden aus ihrem Alltag setzen.



¹ girocard-Jahreszahlen der Deutschen Kreditwirtschaft, Stand Februar 2022. ² Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. im August 2021: 1.074 mündlich-persönliche Interviews mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahren. ³ Online-repräsentative Studie von infas quo im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. im September 2021 unter 1.058 Kfz-Besitzer:innen, hier n=589, Teilgruppe zukünftige E-Auto-Besitzer:innen.

INNOVATIONSTEMPO IM MOBILITÄTSBEREICH STELT KOMMUNEN VOR HERAUSFORDERUNG

ES STELLT SICH DIE FRAGE, WARUM SICH DER WUNSCH NACH MODERNEN UND EINFACH ZU NUTZENDEN BEZAHLVERFAHREN BISHER NOCH NICHT DEUTLICHER IM ANGEBOT VON MOBILITÄTS-UNTERNEHMEN WIDERSPIEGELT. GERADE IM BEREICH E-MOBILITÄT SETZTEN ANBIETER:INNEN BISHER HÄUFIG AUSSCHLIESSLICH AUF GESCHLOSSENE BEZAHLLÖSUNGEN, WIE Z. B. APPS, DIE EINE VORHERIGE REGISTRIERUNG ERFORDERN. IN BUSSEN, AN FAHRKARTEN- ODER PARKAUTOMATEN DOMINIERT VIELERORTS NOCH DIE MÜNZE. OB INDIVIDUALVERKEHR ODER ÖFFENTLICHER PERSONENNAHVERKEHR – KOMMUNEN SIND ZENTRALE UND WICHTIGE AKTEURINNEN FÜR DIE MOBILITÄTSWENDE UND NACHHALTIGE STADT-ENTWICKLUNG.

Jan Strehmann, Mobilitätsexperte beim Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB), beschreibt, wie wichtig die Rolle der Städte und Gemeinden etwa beim Ausbau der Ladeinfrastruktur ist:

„Die Zahl der Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen befindet sich in einem rasanten Wachstum. Somit wird die Verfügbarkeit von Ladeinfrastruktur zunehmend zum Standortfaktor, z. B. für Tourismusgemeinden im ländlichen Raum. Viele Kommunen sind mit ihren Stadtwerken bereits in Vorleistung gegangen und haben eine öffentliche Ladeinfrastruktur aufgebaut. Im Zuge des weiteren Hochlaufs braucht es nun flächendeckend deutlich mehr Schnelllade-möglichkeiten. Um bei dieser

Entwicklung Schritt halten zu können, müssen die Städte und Gemeinden in ihrer wichtigen Funktion der Koordinierung der Akteur:innen und für das Finden geeigneter Flächen vor Ort jetzt gestärkt werden. Einfaches Laden muss für alle Bevölkerungsgruppen zugänglich werden, unabhängig vom Wohnort. Im Sinne einer hohen Nutzungsfreundlichkeit sollte auch das Bezahlen so einfach wie möglich sein.“

Kommunale Spitzenverbände wie der DStGB machen deutlich, dass der flächendeckende Ausbau der Ladeinfrastruktur nur mit politischer Unterstützung funktionieren kann. Das hat auch die Bundesregierung erkannt.

Durch die verabschiedete Novelle der Ladesäulenverordnung wurde 2021 in der Bundesrepublik u. a. die Bezahlung mit Debit- oder Kreditkarte an Ladesäulen ab Mitte 2023 verpflichtend vorgeschrieben.



STROMTANKEN EINFACH GEMACHT



Beim Blick in die Praxis wird klar, dass in den Reihen der IDZ-Mitglieder schon heute innovative Lösungen existieren, die das Bezahlen an der E-Ladesäule so einfach und intuitiv wie möglich gestalten. Im Frühjahr 2021 eröffnete die SÜC Energie und H2O GmbH (SÜC) in Coburg eine neue Elektro-Tankstelle mit einem 300-kW-Hypercharger. Dank der hohen Überdachung des Ladeplatzes haben auch Lkw die Möglichkeit, die E-Ladesäule anzufahren.

Und das Schnellladen ist nicht die einzige Attraktion an der innovativen E-Tankstelle in Coburg: Während der Wartezeit gibt es vor Ort auch die Möglichkeit, sich an zwei Automaten des Initiative-Vorstands Peter Ehrl mit Snacks sowie Kalt- und Heißgetränken zu versorgen. Sowohl an der E-Ladesäule als auch an den Automaten kann bargeld- und kontaktlos mit girocard bezahlt werden. Auch die Toilettennutzung ist mit der Kartenzahlung vernetzt: Ein Terminal von FEIG sorgt für automatische Türöffnung nach Vorhalten der Karte. Wie wichtig Verbraucherfreundlichkeit für den Erfolg eines solchen Konzeptes ist, erklärt Dietmar Benkert, Prokurist bei den Stadtwerken Coburg:

„Als wir die Schnellladesäule in Coburg geplant haben, wollten wir das aus der Perspektive der Verbraucher:innen tun. Wer bei uns Strom tankt, soll so einfach tanken, wie er es bei Benzin und Diesel gewohnt ist. Deshalb haben wir ein Bezahlungssystem installiert, das die Kund:innen kennen: Die Säule akzeptiert die girocard und Kreditkarten ebenso wie andere etablierte Bezahlungssysteme. Ebenso wichtig für uns ist der Wettbewerb: Wer bei uns Strom tankt, erfährt auf den ersten Blick, was die Kilowattstunde kostet, und nur der Preis wird auch abgerechnet.“



Viele Initiative-Mitglieder haben bereits früh erkannt, dass der Umstieg auf alternative Kraftstoffe im Individualverkehr ausschlaggebend für die Verkehrswende ist: VR Payment etwa treibt bereits seit über sieben Jahren gemeinsam mit der DRWZ Mobile GmbH die Entwicklung eines breiten E-Mobility-Portfolios für die genossenschaftliche Finanz-Gruppe voran. Ob Normalladestation, Schnellladestation oder E-Bike-Station – die DRWZ Mobile und VR Payment bieten passende Modelle für verschiedene Bedarfe an. Im Fokus steht dabei immer das nutzungsfreundliche und barrierefreie Laden mit einem offenen Bezahlungssystem, wie z. B. der girocard. Immer mehr VR-Banken bieten auch ihren Mitarbeitenden Elektro- oder Hybrid-Firmenfahrzeuge an und installieren Ladesäulen auf den Filialparkplätzen.

Damit Verbraucher:innen an der E-Ladesäule auch kontaktlos mit Debit- und Kreditkarte bezahlen können, braucht es u. a. die richtige technische Ausstattung: Die Firmen FEIG (Terminalherstellung) und LAVEGO (Netzbetrieb) statten gemeinsam die Ladesäulen von WireLane mit der passenden Hardware aus der cVEND-Terminalfamilie aus. Damit können E-Mobilist:innen unkompliziert und kontaktlos mit der girocard als physische oder digitale Karte bezahlen.



BEZAHLEN MIT GIROCARD IN BUS & BAHN



FÜR WIRKLICH NACHHALTIGERE FORTBEWEGUNG IST ES ABER BESONDERS WICHTIG, DEN INDIVIDUALVERKEHR ZU REDUZIEREN UND STÄRKEREN FOKUS AUF DEN ÖPNV ZU LEGEN. IN BUS, BAHN & CO. ERFOLGT DIE ZAHLUNG DES FAHRSCHEINS HEUTE OFTMALS IMMER NOCH IN BAR. AUTOMATEN IN DEN FAHRZEUGEN NEHMEN TEILWEISE NUR PASSENDE BETRÄGE ENTGEGEN UND FAHRER:INNEN WERDEN MIT DEM KASSIEREN ZUSÄTZLICH BELASTET. IMMER MEHR MOBILITÄTSUNTERNEHMEN KOMMEN ABER DEM WUNSCH VIELER VERBRAUCHER:INNEN NACH UND BIETEN DIE MÖGLICHKEIT AN, DAS EIGENE TICKET BARGELDLOS ZU BEZAHLEN.

Im Sommer 2021 haben die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) beispielsweise in einem Pilotprojekt das kontaktlose Bezahlen in allen Bussen der Hauptstadt möglich gemacht. Die Firmen FEIG (Terminalherstellung) und First Data (Netzbetrieb) statten dafür gemeinsam mit weiteren Projektpartner:innen 1.500 Busse der BVG mit kontaktlosen Bezahlterminals aus.

Die Berliner:innen können nach der Wahl des Tickets bei den Busfahrer:innen kontaktlos mit der eigenen girocard oder Kreditkarte bezahlen und erhalten automatisch ein gedrucktes Ticket. Kund:innen können aber auch die BVG-Guthabekarte nutzen, die vorher an den BVG-Servicestellen und

über 1.000 weiteren Vertriebsstellen gekauft und aufgeladen werden kann. Die Guthabekarten-Lösung kommt insbesondere dem Bedürfnis von Kund:innen nach einer anonymen bargeldlosen Bezahlungsmöglichkeit nach und wurde vom Full-Service-Payment-Unternehmen und Initiative-Mitglied epay mit auf den Weg gebracht.

Nicht nur die Verkehrsbetriebe in den Großstädten Deutschlands setzen vermehrt auf kontaktlose Bezahlungsmöglichkeiten in Bus und Bahn, auch regional agierende Unternehmen gehen mit gutem Beispiel voran. Die Vetter Verkehrsbetriebe sind im Landkreis Anhalt-Bitterfeld für den Betrieb des öffentlichen Buslinienverkehrs zuständig und haben mehr

als 100 Linienbusse mit neuen und modernen Kassen- und Vertriebssystemen ausgestattet. In diesem Zuge wurden in Kooperation mit dem Initiative-Mitglied VR Payment die Kassen der Busse mit handlichen und platzsparenden Ingenico-Link/2500-Kartenterminals ausgestattet. Das Besondere: Um die Kommunikation zwischen Terminal und Kasse via Bluetooth zu ermöglichen, wurde gemeinsam mit dem für die Bordrechnersoftware zuständigen Unternehmen AMCON eine spezielle Schnittstelle entwickelt.

Somit können Tickets beim Einstieg bequem und bargeldlos mit der eigenen girocard oder Kreditkarte, dem Smartphone oder der Smartwatch bezahlt werden.

KRAFTAKT VERKEHRSWENDE



OB KLEIN- ODER GROSSSTADT, INDIVIDUELLES VORREITER-MODELL ODER BREIT ANGELEGTE MOBILITÄTSSTRATEGIE – DIE VERSCHIEDENEN ANWENDUNGSBEISPIELE DER INITIATIVE-MITGLIEDER ZEIGEN, DASS ES EINEN GEMEINSAMEN NENNER GIBT, DER DIE MOBILITÄTSWENDE FÜR VERBRAUCHER:INNEN AUF DER BEZAHLEBENE ATTRAKTIV MITGESTALTEN KANN: DIE GIROCARD. FÜR DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT HÄLT DIESE NOCH EINIGES AN INNOVATION BEREIT.



FAHRSCHEINE & PARKGEBÜHREN AM AUTOMATEN **BIS 100 EURO** **PIN-FREI BEZAHLEN**

Monatskarte auswählen, girocard vorhalten und fertig – so einfach wird es im Laufe des Jahres 2022 sein, auch ÖPNV-Tickets zu bezahlen, die mehr als 50 Euro kosten. Der Grund: Die Deutsche Kreditwirtschaft wird das Limit für PIN-freie kontaktlose und kontaktbehaftete Zahlungen mit girocard im Bereich Transport und Parken erhöhen. Bei Beträgen bis 100 Euro ist damit an dafür vorgesehenen Automaten sowohl eine kontaktlose als auch kontaktbehaftete Bezahlung in der Regel ohne PIN-Eingabe möglich. Zuvor lag das Limit für eine Kontaktloszahlung ohne PIN-Eingabe auch im Bereich Transport und Parken bei 50 Euro. Karteninhaber:innen kommen dadurch mit ihrer girocard noch schneller an hochpreisigere Fahrkarten oder Parktickets. Bis Mitte 2022 soll die Ausnahmeregelung umgesetzt werden.



PAPIERTICKET ADE? – GIROCARD ALS FAHRKARTENERSATZ

Die eigene Debit- oder Kreditkarte als Fahrkartenersatz nutzen und keinen separaten Ticketkauf mehr tätigen zu müssen, gehört in einigen Nachbarländern bereits zum Alltag. Damit dies in Zukunft auch bei uns möglich wird, arbeitet die Deutsche Kreditwirtschaft auch bei dieser Lösung daran, die nötigen Voraussetzungen für das sogenannte „Open Payment“ zu schaffen. Um die girocard als Fahrkartenersatz nutzen zu können, ist die Ausnahme von der Zwei-Faktor-Authentifizierung ebenfalls vorteilhaft. Schon bald könnten erste Pilotprojekte mit der girocard hierzulande starten.

MIT DEN PAYMENT-INNOVATIONEN DER SPARKASSEN SICHER UND BEQUEM IM ALLTAG BEZAHLEN

Ein Kommentar von Ellen Grunwald und Mirko Torgen Oesau, Deutscher Sparkassen- und Giroverband

Die letzten zwei Jahre haben deutlich gezeigt, dass die Menschen in Deutschland die Vorteile digitaler Bezahlmöglichkeiten immer häufiger nutzen wollen. Die Sparkassen sind bereit dafür. Sie bieten zum Girokonto eine komplette Produktpalette für digitales Bezahlen mit girocard, Kreditkarte und dem neuen giropay an – von kontaktlos und mobil mit Karte oder Smartphone über Online-Zahlverfahren bis hin zu In-App-Zahlungen. Mit der digital hinterlegten girocard oder Kreditkarte im Smartphone können Verbraucher:innen am Point of Sale schnell und hygienisch mobil bezahlen – mit Apple Pay und der Sparkassen-girocard seit kurzem auch in zahlreichen Apps und im E-Commerce. Einfaches Online-Payment direkt vom Girokonto wurde mit der Zusammenführung der Online-Zahlverfahren giropay und paydirekt unter der Marke giropay neu realisiert.

Die Sparkassen-Finanzgruppe bringt digitales Payment dahin, wo die Kund:innen im Alltag auf eine schnelle und unkomplizierte Abwicklung des Bezahlvorganges angewiesen sind, wie im Mobilitätsbereich etwa. Zum Beispiel mit der europaweit führenden Parking-App „EasyPark“, der PACE Drive App zum mobilen Bezahlen der Tankfüllung oder der App des Kraftstoffvergleichsportals clevertanken.de. Aber auch an kommunalen Stromtankstellen und beim Bezahlen von Fahrscheinen verschiedener regionaler Verkehrsbetriebe oder bei der Deutschen Bahn findet sich das Sparkassen-Bezahlangebot wieder.

Die Sparkassen werden die digitale Integration der eigenen Payment-Verfahren in die Bestell- und Check-out-Prozesse von Mobilitätsanwendungen im kommenden Jahr weiter vorantreiben. Denn Kund:innen der Sparkasse sollen im Alltag überall sicher und bequem „mit ihrer Sparkasse“ bzw. ihrer gewohnten girocard bezahlen können – und zwar auf allen stationären und digitalen Kanälen.

Novellierung der Ladesäulenverordnung

VON DER LADENKASSE AN DIE LADESÄULE

„ZUSAMMENKOMMEN IST EIN BEGINN, ZUSAMMENBLEIBEN EIN FORTSCHRITT, ZUSAMMENARBEITEN EIN ERFOLG.“ – EIN ZITAT VON HENRY FORD, DAS PASSENDER NICHT SEIN KÖNNTE FÜR DAS, WAS EIN STARKES NETZWERK AUS PARTNER:INNEN DER MOBILITÄTSBRANCHE UND KREDITWIRTSCHAFT, STÄDTEN, LANDKREISEN UND GEMEINDEN SOWIE VERBRAUCHERVERTRETER:INNEN UND DER INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME AUF POLITISCHER EBENE BEWEGT HAT: IN ZUKUNFT IST AUCH BEIM STROMTANKEN DIE AKZEPTANZ EINES GEWOHNTE UND UNKOMPLIZIERTEN BEZAHLMITTELS PFLICHT. WAS IM HANDEL LÄNGST GÄNGIGER STANDARD IST, IST BEI DER E-MOBILITÄT EINE ERRUNGENSCHAFT, DIE MIT DER NOVELLIERUNG DER LADESÄULENVERORDNUNG 2021 IHREN ANFANG NIMMT.

Alle Zeichen auf „E-volution“

Das Engagement der Initiative beginnt bereits auf dem Parlamentarischen Abend 2019 mit der Frage, ob mit Mobile Payment und Co. der Durchbruch der E-Mobilität gelingen kann. Schon damals war klar: Die E-Mobilität findet ihren Weg in die breite Gesellschaft nur, wenn der Ladeprozess und damit verbunden auch das Bezahlen möglichst einfach und intuitiv ist.

Diese Erkenntnis bestätigen auch die E-Autofahrer:innen von morgen: Denn 79 Prozent von ihnen geben an, beim Bezahlen an der

E-Ladesäule am liebsten mit ihrer girocard oder Kreditkarte (physisch oder digital) zu bezahlen, wenn sie frei wählen könnten.¹

Die damalige Bundesregierung hat diesen Handlungsbedarf erkannt und mit der Novellierung der Ladesäulenverordnung eine Regulierung der Bezahlmethoden an E-Ladesäulen angestoßen. Im Zuge dessen hat sich die Initiative im Dezember 2020 in einer ersten öffentlichen Positionierung gemeinsam mit anderen starken Partner:innen dafür eingesetzt, dass Verbraucherfreundlichkeit heißt, die Akzeptanz von kartenbasierten Bezahlmethoden als Mindeststandard an E-Ladesäulen zu etablieren. Im Mai 2021 brachte das Bundeskabinett schließlich einen Verordnungsentwurf auf den Weg, der die Ladesäulenbetreiber:innen dazu verpflichtet, beim Ad-hoc-Laden künftig kontaktlose Zahlung mit Debit- und Kreditkarte als Mindeststandard anzubieten. Ein Schritt, den 60 Prozent der zukünftigen E-Mobilist:innen in Deutschland gutheißen und auch erwartet haben.¹

Entscheidung im Bundesrat

Doch mit dem Kabinettsbeschluss war die Reise noch nicht beendet. Die finale Abstimmung der Länder stand im Bundesrat noch bevor. Einige Akteur:innen aus der Energiewirtschaft und Automobilbranche hielten weiter an der Bestrebung fest, die Kartenakzeptanz an der Ladesäule lediglich auf die Kreditkarte zu beschränken. Aus Sicht der Initiative ein Schritt in die falsche Richtung: Nicht alle Verbraucher:innen verfügen über eine Kreditkarte, zudem war für den Verband von Beginn an klar, dass eine Akzeptanz der



Kartenakzeptanz wird zum Standard an Deutschlands E-Ladesäulen

Debitkarte die Stärkung eines nationalen Zahlungsmittels darstellt und wichtig für die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber nichteuropäischen Unternehmen ist.

Im Juli 2021 organisierte die Initiative eine virtuelle Informationsveranstaltung für fachliche Ansprechpartner:innen im Bundesrat. In kleiner Runde konnten sich politische Vertreter:innen mit Referent:innen aus dem Mobilitätsbereich, dem Handel und der Finanzbranche austauschen. Dabei wurde klar: Nicht nur die Initiative macht sich für den Ausbau einer Ladeinfrastruktur mit offenen und verbraucherfreundlichen Bezahlmethoden stark, sondern eine Vielzahl weiterer Akteur:innen. Und das Netzwerk der Unterstützenden wuchs kontinuierlich. Gemeinsam mit zahlreichen Partner:innen aus der Kreditwirtschaft, der Mobilitätsbranche, der Ladesäulenherstellung und dem kommunalen Bereich entstand so eine Stellungnahme, die genau dies deutlich macht.²

Die gebündelte Kraft und Vielzahl an Stimmen, die auch auf Twitter unter #nachgefragt³ die öffentliche Diskussion prägten, zeigte Wirkung: In der letzten Plenarsitzung im September 2021 wurde der Novellierung der Ladesäulenverordnung unverändert zugestimmt und damit der Weg zu einem einheitlichen und verbraucherfreundlichen Bezahlen an der E-Ladesäule in Deutschland geebnet.

Nach dem nationalen Erfolg richtet sich der Blick der Initiative nach Europa: Denn auch in Brüssel ist mit Ausgestaltung der neuen „Alternative Fuels Infrastructure Regulation“ (AFIR) eine Regulierung der Bezahlmöglichkeiten an europäischen Ladesäulen angedacht. Mit ihrem Netzwerk macht sich die Initiative deshalb weiterhin dafür stark, die Akzeptanz von Debit- und Kreditkarten als verbraucherfreundliche Bezahlweise auch im europäischen Raum als Mindeststandard zu etablieren. Die Bundesregierung hat nun die Chance, mit dem erfolgreichen Beispiel der deutschen Ladesäulenverordnung für ganz Europa zukunftsweisend zu sein.

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

ADAC bankenverband

BVR BecN

VÖB die österreichischen Banken Finanzgruppe Deutscher Sparkassen- und Giroverband Deutscher Städtetag

DStGB Deutscher Städte- und Gemeindebund DEUTSCHER LANDKREISTAG wallbe Driving eMobility

² Mehr über die Beteiligten und Inhalte der Stellungnahme finden Sie hier:



³ Mehr zur Twitter-Aktion finden Sie hier:



¹ Repräsentative Onlineumfrage von infas quo im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme unter 1.058 Personen zwischen 18 und 69 Jahren, September 2021.



Bernd Dürstendick

Beigeordneter für Gemeinde- und Stadtentwicklung beim Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB)

Ziel aller Innenstadttakteur:innen muss es sein, Innenstädte als Orte der Nutzungsvielfalt, der Kommunikation und Lebensqualität zu erhalten und zu stärken. Hierbei gilt: Der Handel als wichtiger Frequenztreiber wird nur mit und nicht gegen das Internet funktionieren. Onlinehandel und die Vorteile des stationären Handels müssen daher sinnvoll miteinander kombiniert werden. Auch lokale Online-Plattformen können helfen, Handel und Kund:innen noch stärker zu vernetzen.



Stefan Genth

Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Deutschland (HDE)

Vitale Innenstädte sind nicht selbstverständlich. Die Politik auf allen Ebenen und alle Akteur:innen vor Ort müssen an einem Strang ziehen, um die Stadtzentren für die Zukunft fit zu machen. Corona hat die Lage verschärft. Für den Handel vor Ort geht es darum, die digitalen Möglichkeiten konsequent zu nutzen. Der Verkauf über Online-Marktplätze, der eigene Onlineshop sowie die Digitalisierung der stationären Geschäfte mit neuen Anwendungen und Services stehen da im Mittelpunkt.



Ralf Gladis

Mitgründer und Geschäftsführer des internationalen Payment-Service-Providers Computop

Die Fußgängerzone will Kund:innen vom abendlichen Einkaufsbummel auf der Couch zurück in den stationären Handel locken. Dafür muss der E-Commerce Teil des Shopperlebnisses vor Ort werden. Mit NFC- und Window-Shopping ist das möglich: Wer vor dem Schaufenster steht, muss nur das eigene Smartphone an das NFC-fähige Preisschild halten oder den QR-Code am Schaufenster scannen, schon landet man im Onlineshop des Geschäfts. So wird die vergriffene Bluse oder die nach Ladenschluss entdeckte Obstschale bequem nach Hause geliefert. Eine echte Chance für die Zukunft des Ladens um die Ecke.

WIE KÖNNEN SICH GESCHÄFTE IN DEN INNENSTÄDTEN FÜR DIE ZUKUNFT ATTRAKTIV AUFSTELLEN?



Matthias Lange

Associate Director beim Bundesverband deutscher Banken

Innenstädte sind das Herz des gesellschaftlichen Lebens einer ganzen Region – egal ob Metropole oder Mittelzentrum. Der digitale Wandel, den wir alle zurzeit erleben, verändert auch den Handel und mit ihm die Innenstädte: Sie stehen vor der Herausforderung, digitales und stationäres Einkaufen zu verbinden und für alle Bürger:innen attraktiv zu gestalten. Mit unserem Bezahlangebot – der girocard – sind wir ein Teil des Lebensumfelds unserer Kund:innen und arbeiten mit daran, dass sie auch in Zukunft bequem und sicher bezahlen können.



Ingo Limburg

Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Der Handel hat eine große Chance, die er nutzen muss: Die Deutschen haben erkannt, dass es zwar superleicht ist, von der Couch aus zu kaufen, aber das Retournieren teilweise supernervig. Wir haben genügend kluge und innovative Händler:innen mit tollen Konzepten und Mehrwerten für ihre Kundschaft. „Shop local“ darf nicht nur ein schnöder Hashtag gewesen sein. Gleichwohl muss der Einzelhandel die Möglichkeiten des Internets und des E-Commerce integrieren und voll ausnutzen. Seitens der Deutschen Kreditwirtschaft mit all ihren Instituten und Dienstleistungsunternehmen, die in der IDZ zahlreich vertreten sind, arbeiten alle daran, gerade beim Payment vollumfänglich zu unterstützen.



Karl-Heinz Möller

Wirtschaftsjournalist, Redaktion rotacion

Wir stehen am „Urban Peak“. Eine kluge „Road Diet“ verändert das Leitbild der Stadt als automobil basiertes Ziel hin zum Kulturmittelpunkt voller Lebensqualität und Genuss. Metropolen erfordern intelligente Lösungen mit sozialer Balance und neuen Interpretationen von Arbeit, Freizeit und Mobilität. Als Booster wirkt die digitale Vernetzung der Räume, des Handels und der Individuen. Convenience legt die Spur zur Customer-Journey – bargeldlos und fokussiert auf Nutzen und Erlebnis im stationären Handel. Mit der Vision einer systemisch vernetzten Mobilität entfaltet die Digitalisierung ihre ganze Kompetenz.



Carsten Pohl

Geschäftsführer Deutsche Tamoil GmbH

Machen, was das Internet nicht kann! Mit den Menschen im Geschäft Emotionen in Szene setzen, Bedürfnisse wecken und sofort erfüllen. Ein Kompliment vom „Chat-Bot“ ist nicht halb so schön wie ein „Das steht Ihnen aber gut“ von Mensch zu Mensch. Die klassischen Vorteile des Internets, wie z. B. eine 24/7-Erreichbarkeit und größere Auswahl, kann der stationäre Einzelhandel durch intelligente digitale Ergänzungen seines Auftritts – allein oder in Kooperation – ausgleichen.



Ria Schröder

Mitglied der FDP-Bundestagsfraktion und ehemalige Vorsitzende der Jungen Liberalen, bildungspolitische Sprecherin der FDP-Bundestagsfraktion

Der Einzelhandel sollte seine Stärken gegenüber E-Commerce-Riesen selbstbewusst nutzen. Kleine, individuelle Läden bieten Inspiration, man kann Neues entdecken, aus- und ausprobieren. Im Internet fehlt auch die Beratung: Welcher Wein passt zum Käsefondue? Steht mir diese Farbe? Nachteil ist oft die Flexibilität. Es nervt, wenn man nicht mit Karte zahlen kann, und das allgemeine Verkaufsverbot an Sonntagen ist ein immenser Wettbewerbsnachteil. Inhaber:innen sollten selbst entscheiden können, wann sie öffnen und wann nicht.

EINE FRAGE, VIELE PERSPEKTIVEN



Markus Solmsdorff

Leiter des Stabes Strategie bei VR Payment

Stationäre Geschäfte bleiben attraktiv, indem sie Einkaufserlebnisse bieten, die online nicht möglich sind. Individuelle Beratungs- und Serviceleistungen, das Erlebarmachen der Produkte und ihre sofortige Verfügbarkeit sind Alleinstellungsmerkmale, die stärker ausgespielt werden können. Zudem gilt es, die aus dem Onlinehandel gewohnten Annehmlichkeiten in den stationären Bereich zu übertragen. Payment ist dafür ein wichtiger Baustein. Integrierte Bezahlprozesse, die reibungslos über alle Kanäle hinweg funktionieren, bieten echten Mehrwert – und eine nahtlose Customer-Journey, die Kund:innen begeistert.



Claudia Jansend

Mitglied der SPD-Bundestagsfraktion

Die Corona-Pandemie verstärkt die Strukturveränderungen in unseren Innenstädten und Stadtteilzentren. Das betrifft u. a. auch den Einzelhandel, die Gastronomie und das Hotelgewerbe. Darauf brauchen wir auch politische Antworten. Ich freue mich daher sehr, dass sich die Ampelkoalition darauf geeinigt hat, die Städtebauförderung dauerhaft zu sichern und deutlich zu erhöhen. Sie unterstützt die Städte und Gemeinden dabei, baulichen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen nachhaltig zu begegnen.

Handel im Wandel

Potenzial einer NEUEN ÄRA

KONSUM – VOLKSWIRTSCHAFTLICH GESEHEN IST DAS GANZ WERTFREI DER KAUF VON GÜTERN. IN DER ALLGEMEINEN WAHRNEHMUNG SCHWINGT ALLERDINGS VIEL MEHR MIT: DER LUXUS, SICH ETWAS ZU GÖNNEN, ODER AUCH DER ÜBERMÄSSIGE KONSUM. SO ODER SO: DIE ART, WIE WIR KONSUMIEREN, DAS KONSUMVERHALTEN, HAT SICH IN DEN VERGANGENEN JAHREN STARK VERÄNDERT. EINERSEITS WIRD ALLES SCHNELLER, ANDERERSEITS GIBT ES DEN TREND HIN ZU BEWUSSTEREM KONSUM. FÜR DEN HANDEL BEDEUTET DAS VOR ALLEM STETIG NEUE HERAUSFORDERUNGEN – HEUTE SCHON ERKENNEN, WAS MORGEN TREND IST. UM SICH DEM WANDEL ANZUPASSEN, IHN MITZUGEHEN UND VIELLEICHT SOGAR MIT ANZUTREIBEN, SIND INNOVATIONEN NÖTIG. MEHR BEWUSSTSEIN MÜSSEN DAHER NICHT NUR DIE VERBRAUCHER:INNEN AUFBRINGEN, SONDERN AUCH DER HANDEL SELBST. DENN MIT DEM RICHTIGEN GESPÜR FÜR IHRE KUNDSCHAFT KÖNNEN GESCHÄFTE NEUE POTENZIALE SCHÖPFEN.

Online und stationär schließen sich nicht aus

Eine große Herausforderung für den stationären Handel ist die Konkurrenz durch den Onlinehandel. Gleichzeitig stellt genau dieser Aspekt auch eine Chance dar: „Um stationär und online miteinander zu verbinden, kann beispielsweise Window-Shopping genutzt werden“, erklärt Henning Brandt, Head of Communication beim Payment-Service-Provider Computop. Händler:innen platzieren dazu in ihren Schaufenstern neben den Produkten einen oder mehrere QR-Codes oder NFC-Signale. Werden diese beim Bummeln durch die Innenstadt mit dem Smartphone gescannt, gelangen Kund:innen entweder auf die Homepage des Geschäfts oder direkt zu dem ausgesetzten Produkt und können dies online bestellen. „Der Vorteil ist, dass der stationäre Handel seinen Kund:innen so ermöglicht, zu jeder Zeit, auch abends oder sonntags, einzukaufen“, erklärt Brandt weiter.

Und es gibt noch weitere Optionen: Falls das gewünschte Teil nicht in der passenden Größe im Laden ist, kann Kund:innen

angeboten werden, es direkt im Geschäft zu bestellen. Sie holen es dann entweder im Shop ab oder lassen es sich bequem nach Hause liefern. Beim Angebot „return in store“ hingegen können Onlinebestellungen einfach im Laden zurückgegeben werden. „Die Verbindung aus online und stationär können Händler:innen auch mit überschaubarem Aufwand für sich nutzen. Sie bietet eine Möglichkeit, auf das veränderte Einkaufsverhalten zu reagieren“, findet Brandt.

Digitalisierung als Chance nutzen

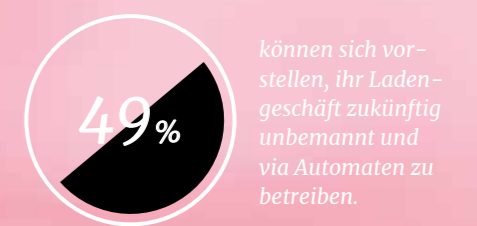
Eine weitere Möglichkeit für den Handel, den Wandel aktiv mitzugestalten, ist die Digitalisierung. Der Payment-Service-Provider Payone hat eine Befragung unter 340 seiner Handelskund:innen in Deutschland durchgeführt. Unter anderem ging das Unternehmen der Fragestellung nach, welche Veränderungen im Zuge der Digitalisierung in den nächsten zehn Jahren und darüber hinaus erwartet werden. Dabei wurde laut Aussage des Unternehmens deutlich, dass die Befragten zwar große Veränderungen erwarten, dabei aber sehr wohl von einem Fortbestand des lokalen

Handels ausgehen: So seien etwa 74 Prozent der Auffassung, dass das stationäre Geschäft auch in mehr als zehn Jahren weiter seine Daseinsberechtigung habe und nicht komplett vom Onlinehandel verdrängt würde. Die Hälfte (50 Prozent) der Befragten seien allerdings überzeugt, dass der klassische Kassentresen zukünftig nicht mehr zum gewohnten Erscheinungsbild eines Ladengeschäftes gehören würde. 49 Prozent könnten sich sogar vorstellen, ihr Ladengeschäft in Zukunft gänzlich unbemannt und allein via Automaten zu betreiben.

Auch beim Bezahlen ist der Wandel bereits im Gang und sichtbar. Schon heute beobachteten demnach 15 Prozent der Händler:innen, dass Vor-Ort-Käufe vermehrt mobil bzw. online im Geschäft bezahlt würden. 22 Prozent gingen davon aus, dass dieser Trend schon in den nächsten Jahren, bis 2025, zunehmen wird. Kryptowährungen allerdings seien für die meisten noch Zukunftsmusik: 24 Prozent räumten ihnen ab 2031 Chancen ein.



Deutlich wird: Um den Wandel im Handel mitzugehen, sind Offenheit und die Auseinandersetzung mit Innovationen nötig. Die Digitalisierung sowie eine Verbindung aus online und stationär kann sinnvoll eingesetzt werden, um Kund:innen mit ihrem sich verändernden Konsumverhalten auch weiterhin zu erreichen.



Moderne Akzeptanzkonzepte

DAS ENDE DER MÜNZKASSETTE

DIE METALLISCHE SCHWERE IN DER HAND, DER GERUCH ABGEGRIFFENER MÜNZEN ODER DAS GERÄUSCH, WENN EINE HANDVOLL KLEINGELD INS PORTEMONNAIE PRASSELT: BARGELD BERÜHRT DIE SINNE – DOCH DIE ASSOZIATIONEN, DIE DABEI ENTSTEHEN, SIND IMMER SELTENER POSITIV. NEUE KONZEPTE SIND DAHER GEFRAGT, UM KLASSISCHEN BARGELDDOMÄNEN DIE KARTENZAHLUNG ZU ERMÖGLICHEN UND DEN EINSTIEG ZU ERLEICHTERN. DIE DEUTSCHE KREDITWIRTSCHAFT ARBEITET DAFÜR STETIG AN NEUEN LÖSUNGEN. EINIGE SIND BEREITS UMGESETZT ODER STEHEN KURZ DAVOR.

Das Terminal ohne PIN-Pad

Bereits seit 2018 gibt es das Terminal ohne PIN-Pad (TOPP), mit dem die Deutsche Kreditwirtschaft die girocard-Akzeptanz insbesondere an unbedienten Endgeräten fördert, z. B. an Verkaufsautomaten und E-Ladesäulen. Am TOPP sind kontaktlose Zahlungen möglich, die keine Karteninhaber-Authentifikation über das Terminal erfordern, also kontaktlose Zahlungen mit physischer oder digitaler girocard bis 50 Euro. Dank kompakter Maße eignet es sich besonders gut für die Nachrüstung bestehender Automaten, in denen oft wenig Platz ist. Das TOPP ist ein Erfolg: Im Dezember 2021 – nur etwa drei Jahre nach Beginn der Pilotierung – waren bereits rund 52.000 TOPP im Feld.

Das digitale TOPP

Für viele Händler:innen bietet das TOPP bereits eine gute Lösung, um Zahlungen mit der girocard akzeptieren zu können. Doch insbesondere Lieferdienste, Taxiunternehmen, Foodtrucks sowie Händler:innen auf Wochen- und Flohmärkten möchten oft kein eigenes Terminal. Für sie bietet nun das digitale TOPP eine Lösung: eine App, die das eigene Smartphone zum Bezahlterminal macht – eine kostengünstige, sofort und mobil einsatzbereite Lösung. Das digitale TOPP wird seit Anfang 2021 pilotiert. Mit dabei ist seit Beginn Taxiunternehmer Udo Engelmann aus Saarbrücken. Sein Resümee:

„Für mich ist das digitale TOPP eine sehr gute Lösung. Ich kann Kartenzahlungen abwickeln, ohne ein zusätzliches Gerät im Auto haben zu müssen. Alles funktioniert einwandfrei, wann immer man die App nutzen will. Besonders wer geschäftlich unterwegs ist, zahlt gerne mit der girocard, z. B. bei Flughafenfahrten.“

UDO ENGELMANN
Taxiunternehmer

Neue Ausbaustufe: AppPOS

Im Laufe des Jahres 2022 soll zudem AppPOS pilotiert werden – die App erweitert das digitale TOPP um die Möglichkeit der PIN-Eingabe am Smartphone oder Tablet. Damit werden wie an einem herkömmlichen Terminal alle Zahlungen mit Karte am Smartphone oder Tablet als Akzeptanzterminal möglich – mit der Option, die eigene Geheimzahl eingeben zu können. Eine App als POS-Terminal.

ANZEIGE

Einfaches und reibungsloses Bezahlen für Ihre Kunden. Online, mobil und stationär.

Alle Verkaufskanäle, alle Länder, alle gängigen Zahlarten. Eine Plattform. So geht echtes Omnichannel Payment.

25
YEARS
COMPUTOP



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

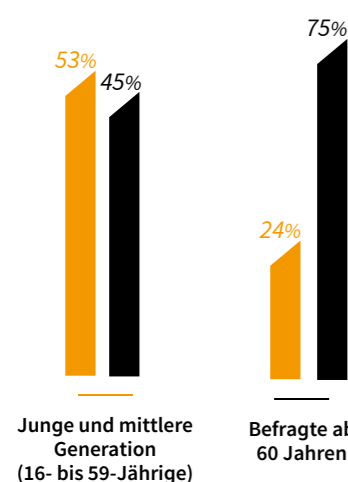
 **Computop**
the payment people

Allensbach-Studie zum Bezahlen in Deutschland

Die geteilte „Bezahlrepublik“ Deutschland

Die jüngeren Generationen haben sich vom Bargeld verabschiedet – die Älteren ziehen allmählich nach

„BARGELDLAND DEUTSCHLAND“ – EINE EINSCHÄTZUNG, DIE DER BUNDESREPUBLIK HARTNÄCKIG ANHAFTET. DOCH IST DIE MÄR NOCH REALITÄT UND GIBT ES UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN GENERATIONEN? GEMEINSAM MIT DEM INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH IST DIE INITIATIVE DIESEN FRAGEN NACHGEGANGEN – MIT SPANNENDEN ERGEBNISSEN.



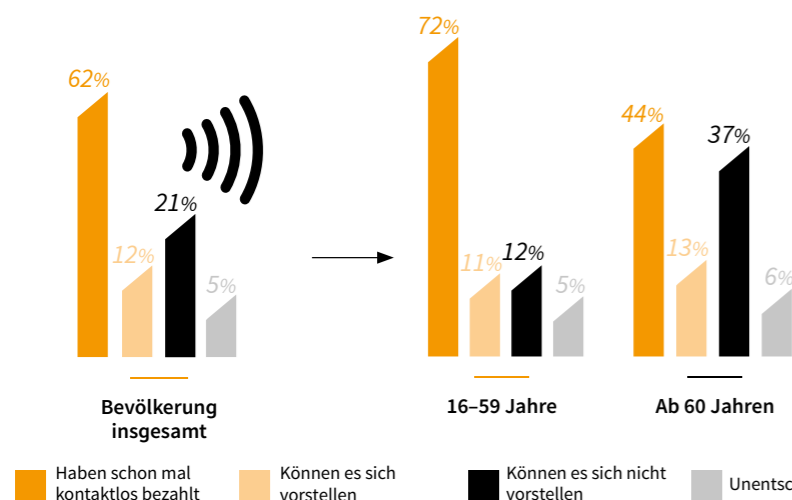
Generationsunterschied beim Bezahlen: Bargeld vs. bargeldloses Bezahlen

Auf den ersten Blick ist das Bargeld in Deutschland nach wie vor sehr beliebt. Zwischen den Altersgruppen offenbaren sich jedoch einige Unterschiede: Gerade Menschen ab 60 Jahren zahlen weiterhin präferiert mit Bargeld, während die Befragten zwischen 16 und 59 Jahren am liebsten bargeldlos mit Karte und/oder dem Smartphone zahlen.

Die girocard ist in allen Bevölkerungsgruppen sehr gut vertreten: Bei rund 97 Prozent findet sie sich im Portemonnaie.

Kontaktloses Bezahlen – der neue Standard

Ob mit der physischen oder der im Smartphone hinterlegten Karte – kontaktloses Bezahlen ist schnell, praktisch und hygienisch. 62 Prozent geben an, schon einmal kontaktlos mit girocard gezahlt zu haben – 12 Prozentpunkte mehr als noch ein Jahr zuvor. Auch hier zeigen sich deutliche Generationsunterschiede: 72 Prozent der unter 60-Jährigen haben die Kontaktlos-Funktion der girocard bereits genutzt. Bei den Befragten ab 60 sind es 44 Prozent.

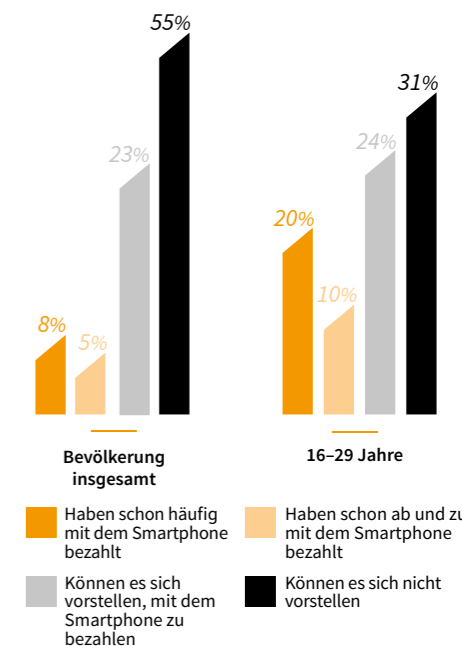


2020 hatten 31 Prozent der Befragten ab 60 bereits kontaktlos bezahlt. 2019 erst 14 Prozent.

Von den Jüngeren hat jede:r Dritte an der Kasse bereits mit Smartphone bezahlt.



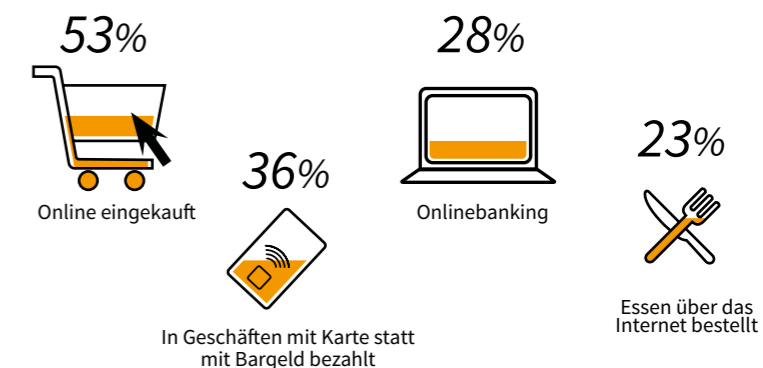
Die Jüngeren ebnen den Weg
Bei neuen Technologien sind vor allem die 16- bis 29-Jährigen innovationsbereit. Die Zahlung per Smartphone ist bei ihnen überdurchschnittlich beliebt. Knapp jede:r Sechste (15 Prozent) dieser Altersgruppe sagt, an der Kasse grundsätzlich am liebsten mit dem Smartphone zu zahlen und sogar rund jede:r Dritte (30 Prozent) gibt an, an der Kasse bereits mit der girocard auf dem Smartphone bezahlt zu haben. Über alle Altersgruppen hinweg haben erst 13 Prozent schon einmal mit dem Smartphone bezahlt.



Lerneffekte, wie sie bereits bei der Nutzung der Kontaktlos-Funktion der girocard sichtbar sind, können in den kommenden Jahren auch bei der Zahlung über das Smartphone verstärkt stattfinden. Schon in den letzten Jahren gaben bereits immer mehr Befragte an, mit der im Smartphone hinterlegten girocard bezahlt zu haben.

Corona-Pandemie als Verstärker der Bezahlrends

Noch immer verändert die Pandemie den Lebensalltag der Menschen und verlagert diesen vermehrt in digitale Sphären. Gerade in Bezug auf das Bezahverhalten zeigten sich die vergangenen Pandemie-Jahre als innovationstreibend: Mehr als jede:r dritte Befragte (36 Prozent) gibt an, durch die Corona-Pandemie häufiger mit Karte zu zahlen. Besonders häufig sagen das die Befragten unter 60 Jahren (43 Prozent). Befragte aller Altersgruppen haben zudem häufiger digitale Dienste wie Onlinebanking oder Online-shopping in Anspruch genommen:



Zwischen Tradition und Innovation – die Jüngeren weiter auf Kurs, die Älteren ziehen nach

Während sich die Generation ab 60 Jahren noch zurückhaltender gegenüber neuen Technologien verhält, sind es vor allem Jüngere, die sich schon heute vom Bargeld verabschiedet haben. Sie zeigen, in welche Richtung sich das Bezahlen in Deutschland in den kommenden Jahren entwickeln wird. Doch auch bei den über 60-Jährigen ist der Wandel hin zur Karte bereits zu erkennen. Durch den Innovationswillen der jüngeren Altersgruppen und die allmähliche Annäherung der älteren Generation wird die Zweiteilung beim Bezahlen in Zukunft nach und nach aufweichen.

Die Studie: Die Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme stützt sich auf insgesamt 1.074 Interviews mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahren. Die Interviews wurden im August 2021 mündlich-persönlich durchgeführt.

Gesetze im Blick für 2022



Instant Payments, kontaktloses und mobiles Zahlen – um mit allen Entwicklungen Schritt zu halten, müssen gesetzliche Rahmenbedingungen permanent angepasst werden. Nicht zuletzt, um Verbraucher:innen zu schützen und ihr Vertrauen in neue Zahlungsdienste und deren Betreiber:innen zu stärken. Da diese Änderungen insbesondere den Handel, Zahlungsdienstleistungsfirmen und Interessensvertreter:innen betreffen, hat Susanne Raupbach wichtige Neuerungen näher betrachtet.

1. Neuer Standard bei digitalen Zahlverfahren in Europa

Für die Gestaltung eines gesamteuropäischen digitalen Finanzwesens hat die EU-Kommission das „Digital Finance Package“ auf den Weg gebracht, das u. a. eine Strategie für den Massenzahlungsverkehr vorsieht. Potenzial für eine (kosten-)effiziente und praktische Zahlungslösung sieht die Kommission in der Nutzung von Echtzeitzahlungen (Instant Payments) in Kombination mit mobilen Zahlungen. Echtzeitzahlungen sollen zu einer flächendeckenden Lösung werden, mit ähnlicher Preisgestaltung und gleichen Rechten für Verbraucher:innen (Stichwort: Chargeback) wie bei vergleichbaren Zahlungsinstrumenten. Aktuell akzeptieren viele Institute Instant Payments noch nicht oder erheben separate Entgelte. Um dem entgegenzuwirken hat die EU-Kommission ein Gesetzgebungsverfahren angestoßen, das Institute zur Unterstützung von Echtzeitzahlungen verpflichten soll.

2. Mehr Sicherheit im Zahlungsverkehr

Durch die Verpflichtung zur Zwei-Faktor-Authentifizierung und die Öffnung der Zahlungskonten für Dritte („Open Banking“) im Rahmen der Zahlungsdienstrichtlinie (PSD2) wurden Innovationen angeregt und die Angebotspalette von Banken, Sparkassen und Drittanbietern wurde erweitert. Seit Ende 2021 überprüft die EU-Kommission die Anwendung und Auswirkungen der PSD2 in enger Abstimmung mit der Europäischen Bankenaufsichtsbehörde. Dabei sollen u. a. die Auswirkungen der Zwei-Faktor-Authentifizierung und deren Ausnahmen bewertet sowie analysiert werden und es soll überprüft werden, ob Änderungsbedarf bei Aufsichts-, Betriebs- und Verbraucherschutzanforderungen besteht. Die Kommission fordert vor allem die Einführung globaler Standards für den Zugang Dritter zu Zahlungskonten. Eine

besondere Herausforderung stellen die unterschiedlichen Standards für die Anwendungsprogrammierschnittstellen (Application Programming Interfaces, API) dar, die zentral für einen sicheren Zugang zu Zahlungskontodaten sind. Die EU-Kommission plant, bis Mitte 2022 einen Legislativvorschlag für ein „Offenes Finanzwesen“ vorzulegen. Fachleute sprechen in diesem Zusammenhang bereits von der „PSD3“, mit der wohl frühestens 2023 zu rechnen ist.

3. Stärkung des barrierefreien Zugangs zu Informationen und Kommunikationsdienstleistungen

Auch Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen sollen künftig leichter alltägliche Dinge digital erledigen und barrierefrei nutzen können. Produkte und Dienstleistungen wie Geldautomaten, Zahlungsterminals oder Banking-Apps sollen daher nach Beschluss des Bundestags im Mai 2021 barrierefrei gestaltet werden. Nach dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz müssen Bankdienstleistungen sowie Selbstbedienungs- und Zahlungsterminals, die nach dem 28. Juni 2025 in Verkehr gebracht werden, Informationen über mehr als nur einen Sinneskanal darstellen – nicht nur visuell, sondern auch über akustische oder haptische Signale. Es gilt eine Übergangsfrist von 15 Jahren. Entsprechende Lösungen sind nun von den Hersteller:innen von Terminals und Geldautomaten sowie von Banken und Sparkassen gefordert.

4. Mehr Transparenz im Prozess der politischen Einflussnahme

Im März 2021 hat der Bundestag die Einführung eines Lobbyregisters beschlossen, um Einflussnahme durch Lobbyarbeit in Bundestag und Bundesregierung transparent zu machen. Interessensvertreter:innen müssen sich seit dem 1. Januar 2022 mit Angaben zu ihren Arbeitgeber:innen in ein digitales Register eintragen, wenn sie im demokratischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozess des Deutschen Bundestages oder bei der Bundesregierung mitwirken wollen. Bei Verstößen droht ein Bußgeld von bis zu 50.000 Euro.



Susanne Raupbach

Als Justitiarin betreut Susanne Raupbach bei der EURO Kartensysteme GmbH unter anderem die rechtlichen Fragestellungen rund um den kartengestützten Zahlungsverkehr.

DER KARTEN



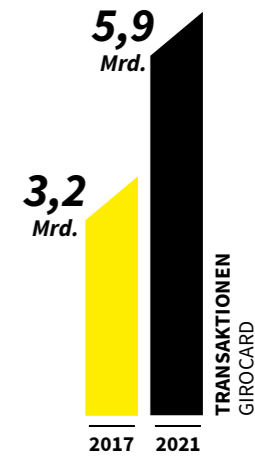
EINIGE TRENDS KOMMEN UND GEHEN – ANDERE WIEDERUM BLEIBEN ÜBER EINEN SEHR LANGEN ZEITRAUM UND STOSSEN WEITERE AN. TRENDS GEBEN EINE RICHTUNG EINER ENTWICKLUNG VOR UND ERLAUBEN SO EINEN BLICK IN DIE ZUKUNFT. NEW WORK, NEOÖKOLOGIE, INDIVIDUALISIERUNG ODER SILVER SOCIETY – DAS SIND NUR EIN PAAR DER ZWÖLF MEGATRENDS, DIE DAS ZUKUNFTSINSTITUT VERGANGENES JAHR ERMITTELT HAT. UND SIE BEGLEITEN UNS AUCH NOCH IM JAHR 2022.

Neoökologie beispielsweise: Nachhaltigkeit beeinflusst Kaufentscheidungen so stark wie nie zuvor und richtet dadurch wiederum die Strategien von Unternehmen neu aus. Ein Großteil der Megatrends hat dabei eines gemeinsam: Die Pandemie hat sie nochmal ordentlich angetrieben. Sie gilt in fast allen Bereichen des Lebens als klarer Trendbeschleuniger. So auch bei der Kartenzahlung, die seither einen regelrechten Boom erfährt. Mit Blick auf die Transaktionszahlen der girocard ist jedoch klar: Der Trend zur Karte wurde von der Pandemie beschleunigt, aber nicht geschaffen. Allein von 2017 bis 2021 hat sich die Zahl der girocard-Transaktionen fast verdoppelt (2017: 3,2 Milliarden/2021: 5,9 Milliarden). Das zeigt auch: Die Entwicklung ist nachhaltig, eine Rückkehr zum Bargeld post Corona ist nicht zu erwarten.

**BEIM KARTENBOOM
HANDELT ES SICH UM EINEN
TREND, DER BLEIBEN WIRD!**



Allein von 2017 bis 2021 hat sich die Zahl der girocard-Transaktionen fast verdoppelt



Während sich die Menschen langsam an einen neuen Alltag mit Masken und Abstand gewöhnt haben und eigentlich eher hoffen, dass sie wieder zum Zustand vor Corona zurückkönnen, geht der Trend zur Karte weiter: Auch 2021 verzeichnete die Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft erneut ein Plus bei Transaktions- und Umsatzzahlen. Insgesamt zahlten die Menschen 2021 rund 5,9 Milliarden Mal mit ihr – ein Zuwachs von rund 8,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Umsätze stiegen im gleichen Zeitraum um rund 7,2 Prozent auf 253 Milliarden Euro.

Dass der Trend zur Karte uns weiter begleiten wird, bestätigt auch die EHI-Studie „Zahlungssysteme im Einzelhandel 2021“. Während die Verbraucher:innen in Deutschland im Jahr 2020 56,3 Prozent des stationären Einzelhandelsumsatzes mit Karte beglichen, zahlten sie nur noch 40,9 Prozent mit Bargeld. Die girocard liegt mit 40,1 Prozent Umsatzanteil klar an erster Stelle der Karten und ist gleichzeitig der Haupttreiber hin zu elektronischen Verfahren: Sie konnte ihren Umsatzanteil gegenüber dem Vorjahr um 6,5 Prozentpunkte steigern. Der Bar-Umsatzanteil verringerte sich im gleichen Zeitraum um 5,6 Prozentpunkte. Und auch für 2021 sehen die Fachleute des EHI die girocard klar vorn. Ersten Prognosen zufolge hat die girocard erneut erhebliche Marktanteile gewonnen – deutlich vor den Kreditkarten.

Kontaktloses Zahlen beschleunigt den Trend

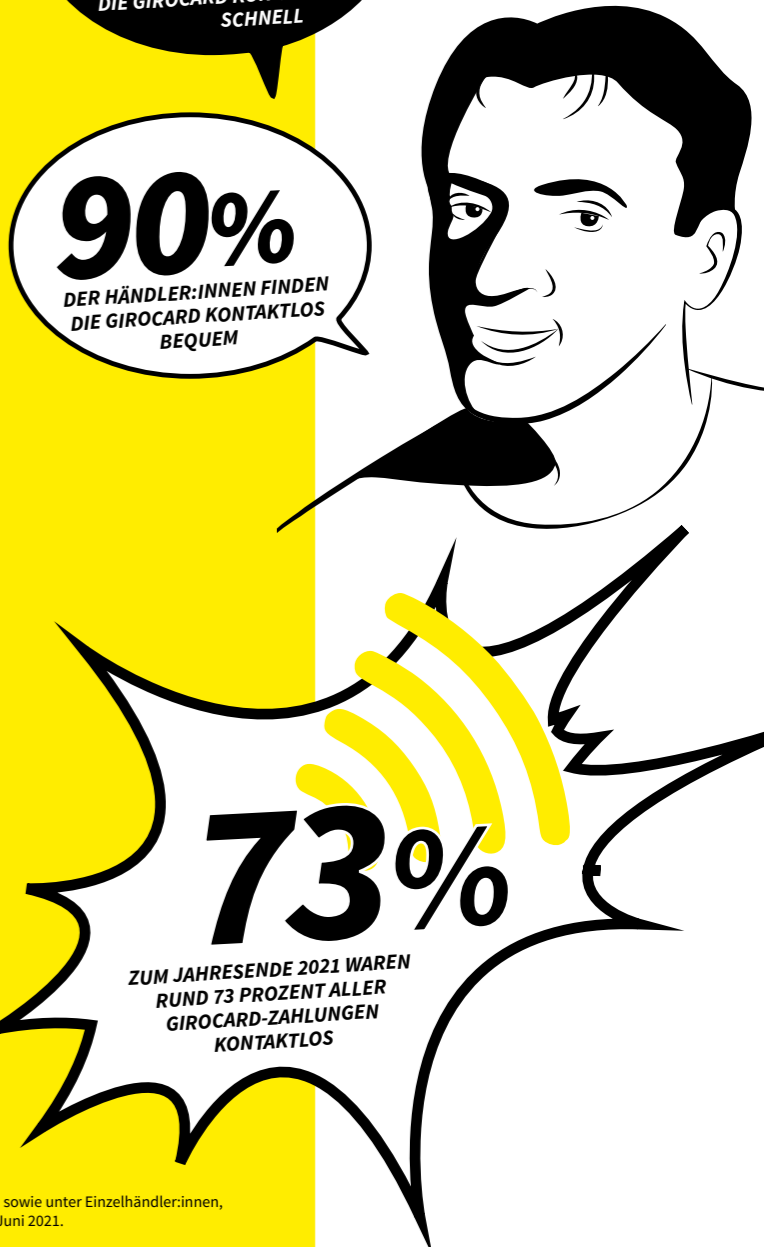
Neben der Pandemie lässt sich aber noch ein weiterer Motor dieser Entwicklung erkennen: die kontaktlose Zahlung. Im Dezember 2021 waren bereits rund 73 Prozent aller girocard-Zahlungen kontaktlos. Die Karte oder das Smartphone zum Bezahlen einfach an das Terminal zu halten ist inzwischen die Norm. 71 Prozent der Kund:innen sind mit der girocard kontaktlos sehr vertraut. Aus ihrer Sicht geht es mit ihr vor allem schnell (85 Prozent) und einfach (87 Prozent). Aber auch im Handel sind die Vorteile der kontaktlosen girocard bekannt. Die überwiegende Mehrheit von 90 Prozent bezeichnet sie als bequem. Das zeigt eine repräsentative Befragung von Kund:innen sowie dem Handel im Auftrag der EURO Kartensysteme.¹

Die dargestellte Entwicklung zeigt: Beim Kartenboom handelt es sich um einen Trend, der bleiben wird. Mobile Payment gewinnt dabei immer mehr an Bedeutung. Diese Technologie überzeugt nicht nur durch zusätzlichen Komfort, sondern bietet auch neue technische Möglichkeiten, z. B. über In-App-Payment, also Zahlungen für Käufe, die direkt in einer App, z. B. im Smartphone, getätigt werden. So hat Mobile Payment das Potenzial, nicht nur die elektronische Bezahlung weiter voranzutreiben, sondern kann auch selbst neue Trends schaffen.

85%
DER KUND:INNEN FINDEN DIE GIROCARD KONTAKTLOS SCHNELL

90%
DER HÄNDLER:INNEN FINDEN DIE GIROCARD KONTAKTLOS BEQUEM

71%
DER KUND:INNEN SIND MIT DER GIROCARD KONTAKTLOS VERTRAUT



¹ Repräsentative telefonische Befragung von infas quo unter Endkund:innen (16 bis 69 Jahre; n = 1.200) sowie unter Einzelhändler:innen, Kassierer:innen und Geschäftsführer:innen in kleinen und mittelständischen Unternehmen (n = 350); Juni 2021.

Mit Netz und doppeltem Boden

Gefühle und tatsächliche Sicherheit beim Bezahlen



IN DER FÜNFSTUFIGEN BEDÜRFNISPYRAMIDE DES US-AMERIKANISCHEN PSYCHOLOGEN ABRAHAM MASLOW IST SICHERHEIT BEREITS DIE ZWEITE STUFE. DAS HEISST: SICHERHEIT IST NACH MEINUNG DES PSYCHOLOGEN EIN MENSCHLICHES BASIS-BEDÜRFNIS. GRUNDLEGENDER SIND NUR EXISTENZIELLE BEDÜRFNISSE WIE ETWA ATMUNG, NAHRUNG ODER SCHLAF.

Doch was bedeutet das eigentlich? Für manche mag ein festes Arbeitsverhältnis für ein sicheres Gefühl im Alltag besonders wichtig sein, während andere gern frei arbeiten, aber beim Autokauf Sicherheitsinnovationen als oberste Priorität betrachten. „Sicherheit ist ein Gefühl, nichts Absolutes. Jede Person empfindet sie individuell“, sagt auch Andreas Staiger, Geschäftsführer von REINER SCT, Spezialist für Sicherheit in der digitalen Welt.

Beim Bezahlen spielt das Bedürfnis nach Sicherheit ebenfalls eine entscheidende Rolle. „Sicherheit wird bei der Nutzung als Selbstverständlichkeit erwartet. Die Systeme müssen sie daher ermöglichen und können die Verantwortung nicht an andere abgeben. Dabei muss immer auch auf das Individuum eingegangen werden“, erklärt Staiger weiter.

Technisch gewährleistet das girocard-System diese beispielsweise dadurch, dass alle Transaktionen ausschließlich über den fälschungssicheren EMV-Chip abgewickelt werden. Auch die stetige Weiterentwicklung des Systems sorgt dafür, dass im gesamten girocard-System kein einziger Schadensfall mit ge- oder verfälschten Karten zu verzeichnen ist.

Neue Möglichkeiten, neue Herausforderungen

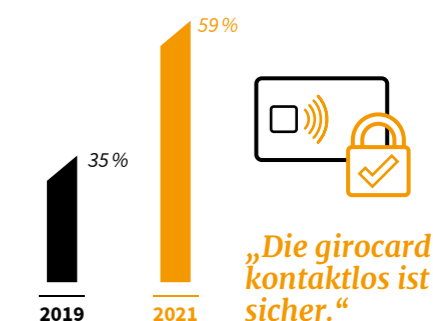
Kontaktloses Bezahlen bedeutet mehr Komfort, stellt aber auch neue Anforderungen an die Sicherheit. Seit der Einführung des kontaktlosen Bezahls mit der girocard ist die Technologie aus Perspektive der Verbraucher:innen augenscheinlich unverändert – und damit auch die Sicherheit. Dennoch hat das Sicherheitsempfinden mit der Zeit deutlich zugenommen. Das zeigen repräsentative Befragungen von Kund:innen im Auftrag der EURO Kartensysteme der vergangenen zwei Jahre. So gaben im Dezember 2019 35 Prozent der Befragten an, die girocard kontaktlos als sicher zu empfinden. Zwei Jahre später ist der Anteil deutlich gestiegen, auf 59 Prozent. „Bei Einführung der Kontaktlos-Funktion der girocard war die Skepsis in weiten Teilen der Bevölkerung, vor allem bei den älteren Zielgruppen ab 50 Jahren, noch relativ stark ausgeprägt. Fragen wie: ‚Können meine Daten abgegriffen werden?‘ und ‚Was passiert bei unbefugten Abbuchungen?‘ waren hier die Themen. Ein paar Jahre später ist von dieser Zurückhaltung nur noch wenig spürbar. Die neue Art des Bezahls wurde kennen und auch lieben gelernt – vor allem in der ehemals skeptischen Zielgruppe. Kontaktloses Bezahlen wird heute sehr positiv wahrgenommen. Es geht schnell, ist hygienisch und eben auch sicher“, erkennt auch Markus Schmidt, Senior Project Director bei infas quo. Innerhalb von zwei Jahren konnte für die kontaktlose girocard das Sicherheitsempfinden unter Kund:innen somit fast verdoppelt werden. Die zunehmende Gewöhnung zeigt sich in der Entwicklung der Transaktionszahlen der kontaktlosen girocard in diesem Zeitraum. Während diese im Dezember 2019 nur knapp 36 Prozent aller girocard-Zahlungen ausmachten, hat sich dieser Wert zwei Jahre später, im Dezember 2021, auf rund 73 Prozent etwa verdoppelt.

Damit das Sicherheitsempfinden gegenüber neuen Technologien steigt, ist die Vertrautheit mit ihnen entscheidend: Kontaktlos zu zahlen – ob mit klassischer oder digitaler girocard, beispielsweise im Smartphone –, das ist heute schon normal. Kund:innen bezeichneten auch die digitale girocard in den letzten zwei Jahren zunehmend als sicher: Im Dezember 2019 waren es noch 25 Prozent. Zwei Jahre später hat sich dieser Wert auf 57 Prozent mehr als verdoppelt.

Daraus wird eines klar: Die Bürger:innen sind beim Thema Bezahlen offen für Neues – und die Nutzung eines Bezahlsystems und damit verbundene positive Erfahrungen sorgen immer auch für ein gutes, sicheres Gefühl.

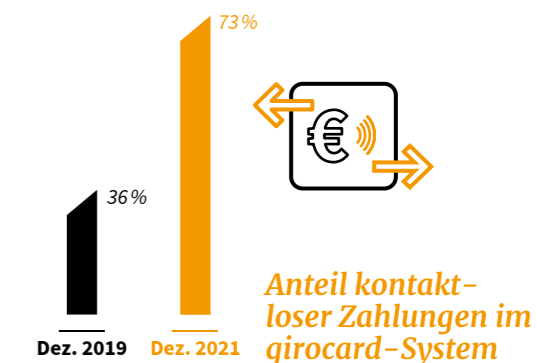
SICHERHEITSEMPFINDEN GIROCARD KONTAKTLOS

Das Sicherheitsempfinden hat mit der Zeit deutlich zugenommen.



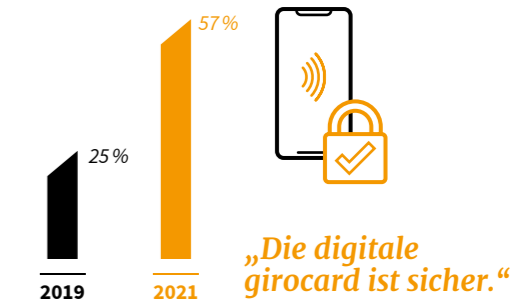
KONTAKTLOS-ZAHLUNGEN (IN BEZUG AUF GESAMTTRANSAKTIONEN)

Die zunehmende Gewöhnung zeigt sich in der verstärkten Nutzung von girocard kontaktlos.



SICHERHEITSEMPFINDEN GIROCARD DIGITAL

Das Sicherheitsempfinden wächst mit der Nutzung der digitalen girocard.



Wegbereitend, zukunftsweisend, visionär

Adieu GELDKARTE



ZEITZEUGE PROCHIP

Das Vereinsmagazin drehte sich anfangs noch ganz um die GeldKarte. Werfen Sie einen Blick in die erste Ausgabe.



Der Staffellauf ist eine ganz besondere Disziplin: Er macht aus einer Sportart, in der jede:r für sich das Beste herauszuholen versucht, einen Teamwettbewerb. Jedes Teammitglied, das den Staffelstab übernimmt, baut auf der Leistung des vorherigen auf. Wenn der oder die Schlussläufer:in die Ziellinie überschreitet, ist das Ergebnis ein Teamerfolg. Beim elektronischen Bezahlen geben nun die Prepaid-Funktionen GeldKarte und girogo den metaphorischen Staffelstab für das Bezahlen von Kleinbeträgen an die girocard weiter. Denn die Zahlung kleiner Summen mit girocard gehört insbesondere dank der Kontaktlos-Technologie in Deutschland bereits seit einiger Zeit zum Alltag der Bürger:innen.

Seit 1996 war die GeldKarte fester Bestandteil des Bank- und Sparkassenkartenangebots. Als Prepaid-Funktion für das Kleingeldsegment ebnete die „elektronische Geldbörse“ den Weg für viele Entwicklungen, die heute selbstverständlich sind. Die Brezel in der Bäckerei mit Karte zahlen? Heute meist selbstverständlich, Mitte der Neunziger hingegen unvorstellbar. Insbesondere an Verkaufsstellen mit begrenzter Infrastruktur, wie z. B. an Automaten im Außenbereich, war das zuvor nicht nur eine kulturelle Frage, sondern auch eine technische. Dank des Prepaid-Systems war auch hier, selbst ganz ohne Internetanbindung, erstmals eine kostengünstige und garantierte elektronische Zahlung möglich. Die kontaktlose Variante girogo machte besonders als offenes und faires Bezahlssystem, z. B. in Stadien und Eventstätten, auf sich aufmerksam.

Heute kann das girocard-System alle Funktionen von GeldKarte und girogo abdecken und Kund:innen benötigen die Prepaid-Funktionen nicht mehr. Daher heißt es nun Abschied nehmen. Stellvertretend für die gesamte Initiative Deutsche Zahlungssysteme machen das hier drei Mitglieder und langjährige Begleiter der GeldKarte.



2001

Goldrichtig parken

Liebe GeldKarte,

„Ich habe Kleingeld geliebt! O.K., da war ich sechs Jahre alt und fasziniert, wie am Weltpartag die Münzen zu kleinen Türmchen aufgestapelt wurden. Während meiner Bank-Ausbildung ist diese Liebe allerdings schnell abgekühlt: Kleingeld war auf der anderen Seite des Schalters nur lästig. Und die Aussage ‚Moment, ich hab’s passend‘ hat mich an jeder Supermarktkasse erschauern lassen.“

Deshalb habe ich mich 1996 sehr gefreut, als du als echte Innovation geboren wurdest. Überall unkompliziert und ohne PIN Kleinbeträge bargeldlos bezahlen: Darauf hatte ich gewartet.

Leider hat nicht jede gute Idee den Erfolg, den sie verdient. Ob es bei dir an der Angst, dass du nicht gut genug gefüllt bist, oder an der deutschen Liebe zum Bargeld lag, bleibt ungeklärt. Die Spezialanwendungen wie Automaten, Schulkantinen oder Stadien, die dir auf den Leib geschneidert waren, kamen wohl zu spät. Dein Aus ist besiegelt, aber deine große Schwester girocard übernimmt – auch schon ab dem ersten Cent und kontaktlos.

Trotzdem warst du wegbereitend für Kartenzahlungen in Deutschland, liebe GeldKarte. Dafür gebührt dir zum Abschied ein herzliches Dankeschön!

Dein

Andreas Staiger

REINER SCT war bereits Gründungsmitglied der Initiative GeldKarte. Als Geschäftsführer hat Andreas Staiger die Gründungsurkunde des Vereins mitunterzeichnet.



1996

GeldKarte wird geboren.

Peter Ehrh



Die ERNST KÜHNER e. K. engagierte sich vom ersten Feldtest des BDTA an für die GeldKarte. Peter Ehrh unterstützt die Initiative bereits seit 2007 als Vorstandsmitglied.



Der Verkaufsautomat begleitet mein berufliches Wirken seit 1983 und so war ich 1996 zum GeldKarte-Start schon ein Fan der ersten Kartenzahlung am Automaten. Während die Terminals etwa in Bäckereien schnell wieder verschwanden, glänzten sie im Zigarettenautomaten – zuverlässig auch bei Kälte, Hitze, Nässe und Frost. Hier sorgten Nutzer:innen schnell für fünf bis zehn Prozent Umsatzanteil, was bei uns zum weiteren Ausbau im Automatenpark führte.



Mit der Altersverifikation erlebte die GeldKarte 2007 ein Comeback, stellte vorher jedoch die Branche vor Herausforderungen, denn viele Automaten im Bestand waren technisch schlicht nicht vorbereitet. Leider konnte sich der Umsatz am Zigarettenautomaten nicht mehr auf das Level vor der Altersprüfungspflicht einpendeln. Dennoch hat der ‚goldene Chip‘ wesentlich dazu beigetragen, den Zigarettenautomaten zu erhalten.

AB 2004

GeldKarte on tour: Roadshow zur GeldKarte in verschiedenen Städten Deutschlands.



AB 2007

GeldKarte-Fahrspaß mit motorisierten Bobby-Cars.

Mit girogo erhielt die Kontaktlos-Funktion 2012 sogar einen eigenen Markennamen. Auch wenn Prepaid immer DIE Hürde blieb, zeigte sich im Stadion, wie das mit ‚immer passend, schnell und sicher‘ gemeint war. Aber trotz verbesserter Ladeverfahren war die große Schwester girocard kontaktlos dann besser und setzte sich schnell durch. Ich mag besonders die digitale Variante und kann mir nichts Angenehmeres zum Bezahlen – auch am Automaten – vorstellen.

Persönlich habe ich die Vielfalt der GeldKarte und der Zusatzfunktionen gerne mitgestaltet: von der Gastrokarte ZIGGI bis zur SÜCard als City-card inkl. Bonusprogramm für die Coburger:innen – umgesetzt sogar in der damals südlichsten Außenstelle der ERNST KÜHNER e. K. in Form eines ‚Kaffeewürfels‘ in der Mercedes-Benz-Arena in Stuttgart. Mein besonderer Dank gilt allen Innovator:innen, welche die Lösungen mit auf den Weg gebracht haben – viele begleiten mich und meine Ideen noch heute!

Derzeit wird in Politik und Wirtschaft über Qualität und Fortschritt der Digitalisierung geredet. Dabei ist das Gute so nah: Zertifikate sicher und kontrolliert ausstellen und prüfen, erneuern oder verfallen lassen – ging schon mit dem goldenen Chip. Der Marktplatz, das Couponing oder das Altersmerkmal sind noch immer in Funktion. Die Technik ist im Feld und funktioniert – 100-millionenfach. Vielleicht muss man bei der Digitalisierung gar nicht immer so weit schauen. Oft genügt ein Blick genau auf das, was man täglich zum schnellen und komfortablen Bezahlen in der Hand hat.

Liebe GeldKarte, schön, dass du uns begleitet hast. Manch eine:n hast du vielleicht genervt, viele haben dich und deine Möglichkeiten geschätzt und den Zigarettenautomaten hast du am Leben erhalten. Ich behalte dich gerne in bester Erinnerung und freue mich über den Einsatz und die weitere Entwicklung deiner Nachfolgerin!

2009

GeldKarte kontaktlos startet bei Fußball-Bundesligist Bayer 04 Leverkusen als Stadionkarte und Bezahlsystem.



kontaktlos

2014

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

AB 2012

Ab sofort können kleine Beträge unter dem Markennamen girogo bezahlt werden – auch in vielen Stadien kommt das offene, faire System gut an.



AB 2008

„Zukunft geht durch den Magen“

In der Schulverpflegung konnten Schüler:innen mit GeldKarte und später mit girogo schnell, bequem und sicher bezahlen.



AUCH DIE INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME WÄRE OHNE DIE GELDKARTE HEUTE NICHT DAS NETZWERK, DAS IHRE MITGLIEDER UND PARTNER:INNEN KENNEN. 2005 STARTETE SIE MIT SIEBEN GRÜNDUNGS-MITGLIEDERN ALS INITIATIVE GELDKARTE E. V. MIT DEM ZIEL, DAS POTENZIAL DES GOLDENEN CHIPS DEUTSCHLANDWEIT BEI VERTRETER:INNEN AUS POLITIK, GESELLSCHAFT, WIRTSCHAFT UND MEDIEN BEKANNT ZU MACHEN. VERÄNDERTE RAHMENBEDINGUNGEN UND ANFORDERUNGEN VON KUND:INNEN UND HANDEL FÜHRTEN NACH FAST ZEHN JAHREN VEREINSGESCHICHTE AUCH ZU EINER NEUAUSRICHTUNG DER INITIATIVE: 2014 BESCHLIESSEN DIE MITGLIEDER EINSTIMMIG DIE UMWANDLUNG IN DIE HEUTIGE INITIATIVE DEUTSCHE ZAHLUNGSSYSTEME.

Ich habe die GeldKarte aus einer ganz besonderen Perspektive erlebt: Aus der Promotion-Sicht. Bei zahllosen Aktionen und Events in den letzten zwei Jahrzehnten hat sich immer wieder gezeigt: Wer die Vorteile der GeldKarte für sich entdeckt, ist begeistert! Das gilt für den Handel und Kund:innen gleichermaßen.

Zum Ausklang möchte ich an die für mich schönsten Aktionen erinnern, die ich mit der GeldKarte erleben durfte.

‚Goldrichtig parken‘ war der Startschuss im Jahr 2001. In Parkhäusern war die GeldKarte ein willkommenes Umrechnungsmittel bei der Euro-Umstellung. Ab 2004 ging die ‚GeldKarte on tour‘. Wir sorgten dafür, dass Städte die Vorteile der kontounabhängigen GeldKarte für ihr City-Marketing entdeckten. Bezahlung und Bonusprogramm gepaart auf einer individualisierten und verlässlichen Karte. Dann kam in 2007 der ‚GeldKarte-Fahrspaß‘ hinzu. Nachdem kleine und große Kinder mit Elektro-Bobby-Cars ihre Runden auf unserem Geschicklichkeits-Parcours gedreht hatten, waren sie überzeugt: ‚Klein, aber oho!‘ 2009 wurde die GeldKarte kontaktlos – und ab 2012 zeigte die Marke girogo: ‚So gut kann bezahlen aussehen‘. Kleinbeträge konnten erst im Einzelhandel, dann auch in Stadien schnell und bequem durch ‚Dranhalten‘ bezahlt werden.

Viele unvergleichliche Momente aus mehr als 20 Jahren Bezahlgeschichte werden dafür sorgen, dass die GeldKarte bei mir nie in Vergessenheit gerät.



Friedrich Dammann

Dammann Services war von Beginn an für die Promotions zur GeldKarte zuständig und begleitete den ‚goldenen Chip‘ persönlich landauf und landab.

girocard
Netzwerk
Zukunft
Networking
Austausch
Webinare
PR
politischer Kommunikation
Pressemitteilungen
Twitter
Unterstützung
ProChip
breites Unterstützernetzwerk
Bezahlverfahren

Zusammenarbeit
Informationen
82 Stimmen
Vernetzung
Neuigkeiten
aktiv
sichtbar
gemeinsame Botschaft
neue Impulse
Website
Studien
Veranstaltungen
Gesellschaft
Wirtschaft
Koordination

Chip-Technologien
Entwicklung
Plattform zum Austausch
Synergieeffekte
gesellschaftspolitische Relevanz
News
Beratung
Social Media
Politik
Service



82

Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Stimmen vereint für modernes Bezahlen in Deutschland

Die Vielzahl an Themen und Interessen der Mitgliedsunternehmen macht die Initiative Deutsche Zahlungssysteme zu dem, was sie ist: einem vereinten Netzwerk aus 82 Stimmen mit einer gemeinsamen Botschaft – der Förderung moderner Bezahlverfahren in Deutschland. Dabei ist die enge Zusammenarbeit mit Partner:innen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft ein zentrales Element der Vereinsarbeit. Damit die Initiative ihre Interessen bestmöglich vertreten kann, findet Kommunikation auf verschiedenen Ebenen statt: durch den direkten Dialog mit ihren Mitgliedern und das Anregen eines fachlichen Austauschs zwischen den Mitgliedsunternehmen, anderen Marktteilnehmenden sowie Akteur:innen aus Politik und Gesellschaft.

So kreiert der Verein Synergieeffekte und treibt die Entwicklung gemeinsamer Projekte aktiv voran. Die Initiative ist als Verein für Politik und Verbände sichtbar und ansprechbar. Über ein breites Netzwerk von Unterstützer:innen im wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Raum wird die vereinseigene Position formuliert und nach außen hin vertreten. Ziel ist es, einen festen Wiedererkennungswert für sich und die eigenen Inhalte zu etablieren sowie Diskussionen von gesellschaftspolitischer Relevanz anzustoßen und so einen Beitrag zur Gestaltung moderner Bezahlverfahren der Zukunft zu leisten.

Social Media & Website
Pflege von Website und Twitter; Vernetzung der Mitgliedsunternehmen; Informationen zu vereinsrelevanten Projekten; Aufgreifen relevanter Inhalte zur girocard, aus dem Vereinsmagazin ProChip und Highlights der eigenen Pressearbeit.

Vereinsmagazin ProChip
Einmal im Jahr erscheinende vereins-eigene Publikation mit Inhalten zum Bezahlen in Deutschland, zu bargeldlosen Chip-Technologien sowie Neuigkeiten aus den Reihen der Mitglieder und zu relevanten Veranstaltungen.

Information & Austausch
Internes Wissensmanagement und zielgruppenspezifische Aufklärungsangebote sowie Wissenstransfer für externe Zielgruppen (Handel, Verbraucher:innen), z. B. in Form von Webinaren.

Veranstaltungsmanagement
Durchführung von parlamentarischen Abenden und Informationsveranstaltungen zum Networking, Bündeln von Interessen und Sammeln von Impulsen – sowohl vor Ort als auch digital.

Politische Kommunikation
Aufbau und Pflege von Arbeitsbeziehungen zu politischen Entscheidungsträger:innen; Einbringen von Interessen; Plattform zum Austausch für Vertreter:innen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Medien.

Interne Kommunikation
Erstellung von Newslettern, Mailings und regelmäßigen Monitoringberichten zu branchenspezifischen bundes- und europapolitischen Entwicklungen sowie vereinseigenen Aktivitäten.

Presse- & Öffentlichkeitsarbeit
Erstellung von Meldungen und Pressemitteilungen; Abstimmung von Gastbeiträgen in Fachmedien sowie Konzeption und Vermarktung von Studien.

Koordination & Vernetzung
Unterstützung bestehender und neuer Aktivitäten der Mitgliedsunternehmen und Koordination von Pilotprojekten für die Erschließung neuer Anwendungsgebiete. Information, Service und Beratung der Mitgliedsunternehmen.

Am 28. September 2022 findet der parlamentarische Abend der IDZ in Berlin statt.

NEWS

BdB übernimmt Federführung bei der Deutschen Kreditwirtschaft

Mit jedem neuen Jahr wird auch die Federführung der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) wieder neu vergeben. 2022 liegt diese beim Bundesverband deutscher Banken (BdB). Ein Kernthema auf der Agenda 2022 ist die Entwicklung von nachhaltigen und digitalen Geschäftsmodellen. Dabei spielen die Rahmenbedingungen eine zentrale Rolle, um die Banken und Sparkassen in ihrer Arbeit nicht zu stark einzuschränken und gleichzeitig die Transformation anzukurbeln.



„ALLES, WAS ZAHLT“ – ein Hörerlebnis zum Thema Geld und Bezahlen

Der ZEIT Studio ZX Podcast im Auftrag der girocard geht in die nächste Runde: Nach sechs Folgen 2021 können sich Hörer:innen 2022 auf die zweite Staffel freuen. Welche Bedeutung besitzt Geld in unserem Leben? Wird das Bargeld bald der Vergangenheit angehören? Diese und weitere Fragen werden darin diskutiert. Dazu laden sich die beiden Moderator:innen für jede Folge Fachleute ein, um anhand wissenschaftlicher Daten über die Themen Finanzen, Handel oder den Umgang mit Geld zu sprechen. Auch die girocard und das kontaktlose Bezahlen spielen dabei immer wieder eine Rolle. Jede Folge bietet Wissenswertes in kompakten 20 bis 30 Minuten.

Reinhören lohnt sich!



VENDCULT wird neues IDZ-Mitglied



Die IDZ darf ein neues Mitglied in ihren Reihen vorstellen. Mit VENDCULT gewinnt die Initiative ein Unternehmen, das schon 35 Jahre erfolgreich im Vending-Markt agiert und sich als seriöser Partner für Bargeld- und bargeldlose Zahlungssysteme, Telemetrie und Abrechnungssysteme positioniert hat. VENDCULT operiert in ganz Europa mit über 600 Kund:innen und bietet individuelle Lösungen und Beratung etwa für Mobile Payment, Smart-Vending-Lösungen für Operator bis hin zu Münzwechsel-Automaten. Das Produktportfolio von VENDCULT umfasst neben Abrechnungssystemen für girocard, Kreditkarte etc. auch Bargeld- und Bargeldlossysteme für Automaten, Komplettsysteme und Kassensysteme.

Garz & Fricke wird Teil der SECO-Gruppe



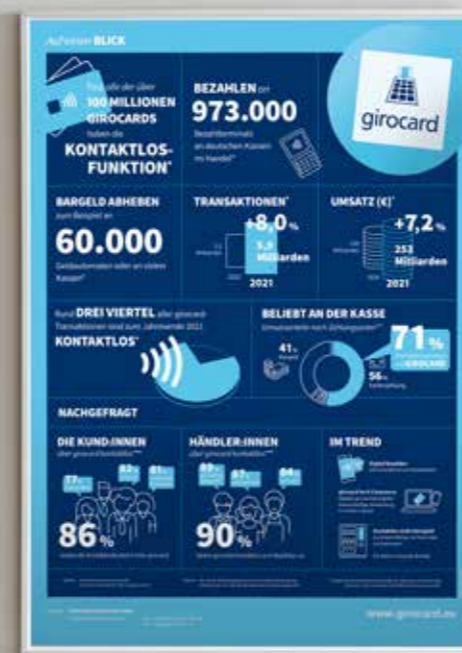
Der langjährige Premiumpartner der Initiative Garz & Fricke, ein ausgewiesener Spezialist auf dem Gebiet der Automatentechnik, arbeitet seit Beginn 2022 unter dem Namen SECO Northern Europe. Damit betreut der Betrieb als Teil der SECO-Gruppe große Teile Nord- und Mitteleuropas. Die beiden Unternehmen ergänzen sich optimal, da SECO auf hochmoderne technologische Lösungen fokussiert ist und Garz & Fricke u. a. das Know-how für kontaktlose Zahlungssysteme mitbringt. Diese Zusammenarbeit kommt beispielsweise in Verkaufsautomaten, Sicherheitstechnik und Gastronomietechnik erfolgreich zum Einsatz.

ProChip 19 wird nachhaltiger

Die begrenzten Ressourcen auf der Erde erfordern einen verantwortungsvollen Umgang mit ihnen. Die ProChip trägt ihren Teil dazu bei und wird ab dieser Ausgabe nachhaltiger produziert. Ein wichtiger Bestandteil der Veränderung ist die Nutzung von FSC-zertifiziertem Papier. Dieses Zertifikat stellt sicher, dass von der Holzbeschaffung bis zur Verarbeitung alle Stationen den internationalen FSC-Standards entsprechen. So stammt etwa das Papier aus einer verantwortungsvollen, nachhaltigen Waldbewirtschaftung. Zusätzlich setzt die ProChip nun auf einen klimaneutralen Druck. Die beim Drucken entstehenden Emissionen werden durch den Kauf von Emissionszertifikaten kompensiert.

„girocard auf einen Blick“ – Poster verfügbar

Wie viele girocards haben die Kontaktlos-Funktion? Wie oft wird diese an der Kasse genutzt? Und wie findet das eigentlich der Handel? Diese und weitere Fragen sind übersichtlich und kompakt auf dem girocard-Poster illustriert. Quellen sind dabei repräsentative Studien aus der Marktforschung sowie die offizielle Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft. Interessierte können das Poster digital downloaden (QR-Code). Wer das Poster lieber physisch vor sich hat, erhält es direkt über die Initiative oder über das girocard-Team (info@girocard.eu).

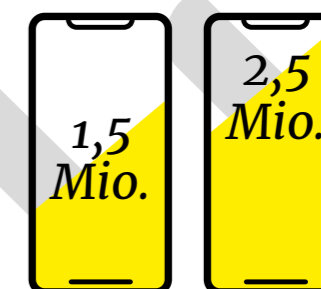


Sparkassen ermöglichen Online-bezahlen mit girocard in Apple Pay

Sparkassenkund:innen können die girocard mit Apple Pay auch für Käufe in Apps und im Web nutzen. Damit werden Bezahlungen auch beim Onlineshopping einfach und sicher, denn eine Abfrage von Karten- oder Adressdaten ist nicht mehr nötig. Apple Pay ist unter den Kund:innen sehr beliebt, wie auch die Entwicklung der Nutzungszahlen zeigt: 2020 nutzten 1,5 Millionen Menschen Apple Pay mit einer Karte ihrer Sparkasse, 2021 sogar 2,5 Millionen.

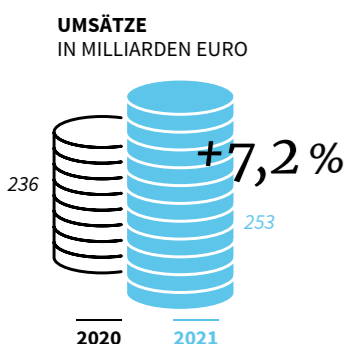
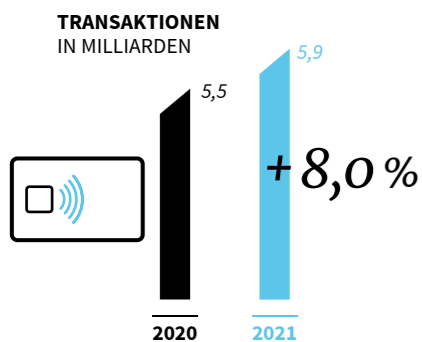
Bereits viele Handelsunternehmen akzeptieren Apple Pay mit girocard und das Repertoire erweitert sich kontinuierlich.

NUTZUNGSZAHLEN APPLE PAY MIT DER SPARKASSENKARTE



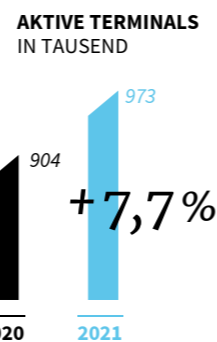
2020

2021



girocard-Jahreszahlen 2021:
Wachstum in allen Dimensionen

Die girocard bleibt weiterhin auf Erfolgskurs. Das belegt die Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft für 2021. Mit 5,9 Milliarden Transaktionen stieg die Kartennutzung um rund 8,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr an. Auch der Umsatz entwickelte sich positiv und lag bei 253 Milliarden Euro (+7,2 Prozent gegenüber 2020). Das kontaktlose Bezahlen hat sich bei Kund:innen endgültig etabliert: Im Dezember 2021 wurden bereits rund 73 Prozent aller Zahlungen kontaktlos per Karte, Smartphone oder Smartwatch durchgeführt. Auch der Handel spürt die Beliebtheit der elektronischen Zahlung und rüstet seine Infrastruktur auf: Mit monatlich bis zu 973.000 aktiven girocard-Terminals und einem Plus von rund 7,7 Prozent verzeichnet das girocard-System den prozentual größten Zuwachs an Bezahlpunkten seit mehr als zehn Jahren.



73%
ALLER GIROCARD-ZAHLUNGEN SIND
KONTAKTLOS (DEZ. 2021)

DIE BEDEUTUNG DES WELTWEITEN CHIPMANGELS FÜR DIE GIROCARDS

Was ist das wichtigste Element einer girocard? Genau, der Halbleiter-Chip. Der globale Chipmangel hat nicht nur die Automobilindustrie und die Branche der Unterhaltungselektronik sehr stark getroffen, sondern auch die Herstellung von Bezahlkarten. Das Initiative-Mitglied Giesecke + Devrient, Experte auf dem Gebiet der Sicherheitstechnik, rechnet mit einem andauernden Chipmangel auch bis in das Jahr 2023. Es ist demnach umso wichtiger, Halbleiter-Chips auch für die girocard und ihre Kartensysteme sicherzustellen. Die modernen Zahlungskarten enthalten Speicherchips und Mikroprozessoren, damit sie an Geldautomaten und Kartenlesegeräten aktiv werden.



DIE DIGITALE DK INFO 2021: DAS SOMMERINTERVIEW IN NEUEM LOOK

Die Informationsveranstaltung der Deutschen Kreditwirtschaft (DK Info) präsentierte sich 2021 wieder digital. Digitalisierungsexpertin Christiane Stein interviewte dafür Dr. Joachim Schmalzl, geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes. Begleitet wird das Interview durch zahlreiche Stimmen von relevanten Fachleuten. Thematisiert werden etwa die Herausforderungen der Corona-Pandemie für die Branche, Neuerungen im girocard-System, die European Payments Initiative (EPI) und vieles mehr.

Wer neugierig geworden ist, kann auf www.dkinfo-digital.de einzelne Beiträge oder das gesamte Interview abrufen. **Zum Video**



Die neuesten Infos rund um das Bezahlen in Deutschland bietet die DK Info 2022 am 27. September.

ANZEIGE

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

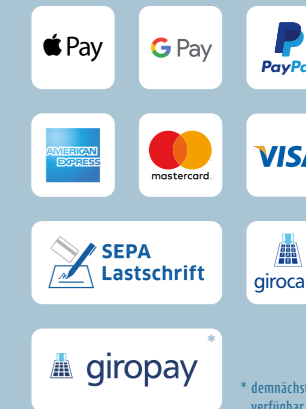


Machen auch Sie Ihren Automaten zum conomoPOINT

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!



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.
Berrenrather Straße 482
50937 Köln
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-gmbh.de
Jürgen Göbel
juergen.goebel@ingenico.com

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

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@garz-fricke.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
Gabriele Aubert-Siegers
gabriele.aubert-siegers@tobaccoland.com

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

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

Partner:

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

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
Uwe Kley, u.kley@exceet-card.com

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

Partner (Fortsetzung):

Giesecke + Devrient Mobile Security GmbH
Prinzregentenstr. 159, 81677 München
www.gi-de.com
Daniela Smirnow
daniela.smirnow@gi-de.com

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

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

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

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

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

Mitglieder:

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

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

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

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

BE Bezahlexperten GmbH
Bachemstr. 8, 50676 Köln
www.bezahlexperten.de
kontakt@bezahlexperten.de

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

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

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

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

CPI Crane Payment Innovations International Ltd.
Coin House
New Coin Street, Royton
Oldham, OL2 6JZ
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.dgverlag.de
Gregor Marx, gmarx@dgverlag.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
Philipp Trautmann
philipp.trautmann@haspa.de

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

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

Kreissparkasse Köln
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

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

performance Medien & Datensysteme GmbH
Kruppstr. 46, 47475 Kamp-Lintfort
www.performance.de
Paul Kowalczyk, kowalczyk@performance.de

Mitglieder (Fortsetzung):

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
Steffen Sauer, steffen.sauer@spk-hef.de

Sparkasse KölnBonn
Adolf-Grimme-Allee 2, 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
Schieferstein 8, 65439 Flörsheim 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

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

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, Lisa Werner, Nina Kuffer, Alexandra Hain,
Elen Anka, Larissa Bodsch, Anja Silbe

Gastautoren
Dr. Ingo Beyritz, Bundesverband Deutscher Banken (S.11)
Oliver Hommel, EURO Kartensysteme GmbH (S.13)
Ismail Ertug, Mitglied des Europäischen Parlaments (S.15)
Ellen Grundwald, Mirko Torgren Oesau, Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V. (S.25)

Anzeigen
REINER SCT (U2)
Computop (S.33)
conomo (S.51)
girocard (U3)

Konzeption und Design
2m Advertising GmbH
www.2m-advertising.de

Produktion/Druck
W.B. Druckerei GmbH, www.wb-druckerei.de

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

Bildnachweis
EURO Kartensysteme GmbH (S. 3, S. 28: Fotos von Alex Habermehl; S. 4-5, S. 10, S. 18, S. 20, S. 24, S. 26-27, S. 30-31, S. 32, S. 34-35: Fotos von Mumbächer Fotografie; S. 13: Foto von Nicole Matschoss; S. 37: Foto von Jose Poblete), istock/SimonSkafar (S. 4, S. 14), gettyimages (S. 5, S. 40), istock/SeanPavone Photo (S. 7), Bundesverband deutscher Banken e. V. (S. 11, S. 28), Ismail Ertug (S. 15), SÜC Energie und H2O GmbH (SÜC) (S. 21, S. 22), Joachim Blobel (S. 23, S. 24), Deutscher Städte- und Gemeindebund (S. 28), HDE/Hoffotografen (S. 28), Computop Paygate GmbH (S. 28), Reflex Verlag (S. 29), Deutsche Tamoil GmbH (S. 29), Ria Schröder (S. 29), Claudia Tausend (S. 29), VR Payment (S. 29), freepik (S. 34), istock/jacoblund (S. 42), Dammann Marketing (S. 43-45), REINER SCT (S. 43), Peter Ehrl (S. 44)



MIT KARTE
heißt mit
GIROCARD

Die **GIROCARD** der Banken und Sparkassen



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

