



ProChip

Das Magazin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

16



**Terminal
ohne PIN-Pad**

Innovation mit
System

**Revolution an
der Ladesäule**

Bezahlösungen an
Stromtankstellen

**Die digitale
girocard**

Zukunft Bezahlen

-volution in Deutschland!

E-MOBILITÄT, MOBILE PAYMENT & CO.



REINER PROFI. REINER SCHUTZ.



Überall Kartenzahlungen mit girocards annehmen! Mit dem Kartenzahlterminal cyberJack® POS.

reiner-sct.com



Sehr geehrte Damen und Herren,

was ist eigentlich normal? Für immer mehr Menschen gehört dazu das kontaktlose Bezahlen mit ihrer girocard. Im vergangenen Jahr konnten wir beobachten, wie Kunden dieses neue Erlebnis schnell und einfach in ihren Alltag integrieren. Das zeigt sich beim Blick an die Ladenkassen, aber natürlich auch in den Transaktionszahlen.

Ich bin nun seit bald 19 Jahren in der Branche tätig und ich kann mich an kaum ein Jahr erinnern, in dem irgendein Scheme ein Transaktionsplus von einem Fünftel erzielen konnte. Die girocard hat dies 2018 mit 19,2 Prozent geschafft. Und Kontaktlos hat einen signifikanten Anteil dazu beigetragen.



Dieses neue Normal beim Bezahlen schafft ganz nebenbei etwas Außergewöhnliches: Traditionelle Bargelddomänen entdecken die Karte für sich – etwa das Bäckerhandwerk, von dem wir bereits in der ProChip 15 berichtet hatten und bei dem wir nun Bilanz ziehen.

Ein Grund dafür sind sicher die vielen Vorteile für Kunden und Händler: Komfort, Schnelligkeit und intuitive Nutzung. Hinzu kommen die Arbeit und das Herzblut, das alle Beteiligten in Lösungen für neue Akzeptanzbereiche investieren. Dazu gehört z. B. das Terminal ohne PIN-Pad, das kontaktloses Bezahlen an unbediente Akzeptanzstellen

bringt. Am Pilotprojekt der Deutschen Kreditwirtschaft waren 2018 auch viele Mitglieder der Initiative Deutsche Zahlungssysteme beteiligt. Über Ergebnisse, Einsatzbereiche, Engagement und Kreativität aller Teilnehmer berichten wir ab Seite 22.

Normal – das zeigte sich im vergangenen Jahr – ist auch der Wandel. Der Schritt der girocard ins Smartphone legt die Basis für viele weitere, spannende Möglichkeiten, für deren Umsetzung wir als Verein uns auch in Zukunft stark machen. So kann die girocard über In-App-Zahlungen in der digitalen Welt weiter Einzug halten. Mobile Payment kann somit der Schlüssel, teilweise auch der Motor für vieles, bisher nicht Gedachtes sein. So bin ich persönlich überzeugt, dass E-Mobilität in Deutschland nur dann zum Fliegen kommt, wenn das Tanken von Strom so einfach ist, wie bei Benzin – und zu diesem Prozess gehört für mich das Bezahlen einfach dazu. Es geht darum, aus den technischen Möglichkeiten zur richtigen Zeit das Beste für die Masse der Bevölkerung zu machen.

Ich möchte Sie einladen, diese Reise mit uns zu unternehmen und mit der vorliegenden ProChip auch einen Vorgeschmack auf die nahe Zukunft zu erleben. Langweilig wird uns sicherlich auch 2019 nicht.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Ingo Limburg

Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.



9

→ 03 Editorial

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

→ 06-07 Gemeinsam für den Chip im Alltag

Zahlungssysteme der DK

→ 08-09 Die girocard
Alle Funktionen auf einen Blick→ 10-11 girocard kontaktlos
Bestseller an der Ladenkasse

→ 12-13 Technik optimiert die Tankstelle

→ 14-15 Zukunft Bezahlen
Mobile Payment in Deutschland→ 16-17 Blickpunkt Handel
Innovatives Bezahlen im Mittelstand

→ 18-19 Bargeldlos beim Bäcker

→ 20-21 GfK-Befragung: wie Kunden und Händler
die girocard sehen

Terminal ohne PIN-Pad

→ 22-23 TOPP und die Zukunft des Bezahlers

→ 24-26 Projektabschluss & Neubeginn

→ 27 Projektergebnisse im Detail

→ 28-29 Lernprozesse im Projekt
Ein Blick hinter die Kulissen

16

22 TOPP

Blickwinkel Bezahlen

→ 30-31 Interview: Ein Blick in die
Vending-Branche→ 32-33 Kooperation als Erfolgsfaktor
Eine Frage, viele Perspektiven

→ 34-35 Technik im Wandel der Zeit

Projekte & Aktuelles

→ 36-37 Gastbeitrag: Nicht die Innovationen
fehlen, sondern der politische Wille

→ 38-39 Bezahlösungen an Stromtankstellen

→ 40-41 Umfrage zur E-Mobilität

→ 42 Ladesäuleninfrastruktur
Die Zukunft ist vernetzt→ 44-45 Gastbeitrag: Nutzung vereinfachen,
Nachfrage stärken→ 46-47 Allensbach-Umfrage
Kontaktlos ist keine Frage des Alters

→ 48-49 Jahresveranstaltung 2018

→ 50-51 Vernetzt für modernes Bezahlen
in Deutschland

→ 52-53 Neuigkeiten

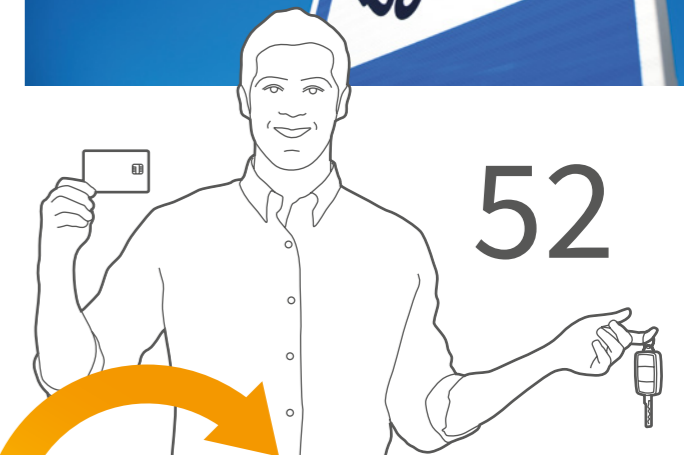
Mitglieder

→ 54 Vorstellung neuer Mitglieder

→ 56-58 Mitgliederverzeichnis



36



52

Neuigkeiten

GEMEINSAM FÜR DEN CHIP IM ALLTAG

Eine Gesellschaft, in der die Bezahlverfahren der deutschen Kreditwirtschaft als sichere, verlässliche und einfache Alternativen zu Bargeld und zu anderen Zahlungssystemen auf dem Markt wahrgenommen werden, ist Zielsetzung und Anspruch aller Aktivitäten der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. Die Erfolgsgeschichte des Vereins begann bereits vor 14 Jahren.



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Das ist die Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Der Verein informiert Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Medien über die Bezahlösungen der deutschen Kreditwirtschaft und fördert ihre Nutzung und Akzeptanz bei Händlern und Verbrauchern in Deutschland. Sein Portfolio umfasst die girocard mitsamt allen Zusatzfunktionen, darunter die Prepaid-Verfahren GeldKarte und girogo, die Möglichkeit der elektronischen Zeiterfassung oder das Jugendschutz-Merkmal. Gleichermäßen begleitet die Initiative die Innovationsthemen im Umfeld der Deutschen Kreditwirtschaft wie girocard kontaktlos und die digitale girocard im Smartphone bzw. zukünftig auch in Wearables oder Apps (In-App-Payment).

Zentrale Pfeiler des Vereins sind die politische Kommunikation und das aktive Politikmanagement. In diesen Bereichen konzentriert sich die Arbeit der Initiative darauf, Arbeitsbeziehungen zu politischen Entscheidungsträgern aufzubauen und zu pflegen, gesellschaftspolitischen und regulatorischen Herausforderungen zu begegnen sowie die relevanten Gesetzgebungsverfahren zu identifizieren und zu beurteilen.

*Ein starkes
Netzwerk für
modernes Bezahlen
in Deutschland.*

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

Der Verein – viel mehr als nur die Summe seiner Mitglieds- unternehmen

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

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

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

Die girocard

Alle Funktionen auf einen Blick

Die Deutschen tragen mehr als 100 Millionen girocards in ihren Geldbörsen. Diese können deutschlandweit an rund 840.000 Bezahlterminals zum Bezahlen eingesetzt werden und an etwa 58.000 Geldautomaten sowie an vielen Terminals im Einzelhandel zum Geldabheben verwendet werden. Doch man kann mit der girocard noch mehr. Viele Zusatzfunktionen machen sie zu einem Allroundtalent.

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

Klassisches Bezahlen vom Konto

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

Kontaktloses Bezahlen

Knapp drei Viertel aller girocard Terminals können aktuell (Stand Februar 2019) Zahlungen auch kontaktlos durchführen. Dazu gehören große Handelsketten und Tankstellen, aber auch Familienbetriebe wie etwa Bäckereien. Kunden führen ihre girocard dabei nah (mindestens 4 cm) an das Bezahlterminal, statt die Karte zu stecken. Bei Beträgen bis 25 Euro ist dafür in der Regel keine PIN-Eingabe nötig. Der gesamte kontaktlose Zahlvorgang dauert so im Schnitt nur 11 Sekunden. Bis Ende 2019 soll es nach aktuellem Stand rund 70 Millionen girocards mit Kontaktlos-Funktion in Deutschland geben. Seit Sommer 2018 geben zudem immer mehr Banken und Sparkassen auch digitale girocards aus. Um Mobile Payment mit der digitalen girocard zu nutzen, benötigen Kunden ein NFC-fähiges Android-Smartphone und die entsprechende App ihres Instituts.

Prepaid-Bezahlen mit GeldKarte und girogo

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

Geld abheben

An rund 58.000 Geldautomaten in Deutschland können Kunden mittels PIN-Eingabe Bargeld direkt vom Konto abheben. Mittlerweile kann auch an vielen Einzelhandelskassen direkt beim Einkauf zusätzlich Bargeld abgehoben werden.

Onlinebanking

Das Onlinebanking ist die direkte Verbindung zur Hausbank oder Sparkasse, unabhängig von den Öffnungszeiten. Dort können Kunden transparent und zeitnah alle Transaktionen nachvollziehen, die ihr Konto betreffen – darunter z. B. alle Zahlungen und Abhebungen, die sie mit ihrer girocard getätigt haben.

Selbstverwaltung am Terminal

Zahlreiche Selbstverwaltungsfunktionen stehen an Terminals von Banken und Sparkassen zur Verfügung und können mit der girocard genutzt werden. Darunter z. B. einmalige Überweisungen oder das Einrichten, Ändern und Kündigen von Daueraufträgen. Außerdem erhalten Kunden am Terminal jederzeit über einen gedruckten Kontoauszug Übersicht über alle Ein- und Ausgänge auf ihrem Konto.

Bezahlen im Ausland

Bislang wird in Deutschland nahezu jede girocard zusätzlich mit einem Co-Brand, beispielsweise VPay, Maestro oder JCB, ausgestattet. Deutsche Karteninhaber können, selbst wenn keine girocard Akzeptanz besteht, so auch im Ausland mit ihrer Karte zahlen. ■

Der Aufwärtstrend der girocard setzt sich fort. Mehr zu den Jahreszahlen 2018 der girocard lesen Sie in den Neuigkeiten auf Seite 53

HAUPTFUNKTIONEN



ZUSATZFUNKTIONEN

GIROCARD KONTAKTLOS

BESTSELLER AN DER LADENKASSE

Die Near Field Communication, kurz NFC, ist das Schlüsselthema, wenn es um modernes Bezahlen geht. Sie bringt nicht weniger als einen kompletten Wandel in etablierten Strukturen und Gewohnheiten mit sich – und das in bisher ungesehenem Tempo. Wir werfen einen Blick auf die jüngsten Entwicklungen rund um das kontaktlose Bezahlen mit der girocard.

„Und jedem Anfang wohnt ein Zauber inne“

Hermann Hesse

In der Welt des Bezahlers werden neue Technologien gerade in Deutschland oft nur zögerlich angenommen. Doch die girocard kontaktlos belehrte uns 2018 eines Besseren. Viele neue Institute starteten 2018 mit der Ausgabe kontaktloser girocards, darunter etwa HypoVereinsbank, Commerzbank, Comdirect und Sparda-Banken. Zum Jahresende waren so bereits rund 55 Millionen girocards kontaktlosfähig. Besonders erfreulich war die weiterhin schnelle Umrüstung der Terminals im Handel, der damit seine deutliche Zustimmung zur Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft signalisiert: Ebenfalls zum Jahresende konnten bereits mehr als 70 Prozent aller girocard Terminals NFC-Zahlungen abwickeln. Zu einem so frühen Zeitpunkt ist das ein erfreuliches und erstaunliches Ergebnis.

„Veni, vidi, vici“

Gaius Julius Cäsar

Der große Zuspruch von Kunden und Händlern zeigte sich dabei auch in den Nutzungszahlen. So waren 2018 bereits rund 9,8 Prozent aller girocard Zahlungen kontaktlos. Das kontaktlose Bezahlen beflügelte dabei einerseits die reine Anzahl an Transaktionen, die mit 3,79 Milliarden rund 19,2 Prozent über dem Vorjahreswert lag. Andererseits brachte die Technologie die gewohnte Bank- oder Sparkassenkarte im Kleinbetragsbereich deutlich voran. So lag der Durchschnittsbetrag über alle Transaktionen hinweg mit 49,39 Euro erstmals unter der 50-Euro-Marke und kontaktlos wurden im Schnitt sogar 33,61 Euro beglichen. Im Jahresverlauf stieg dabei der Kontaktlos-Anteil von rund 5,4 Prozent im Januar auf 15,7 Prozent im Dezember und verdreifachte sich damit fast.

„O schöne neue Welt, die solche Einwohner hat“

William Shakespeare

Mit dieser großen Akzeptanz bewiesen die Kunden in Deutschland ihr großes Vertrauen in die Lösungen der Deutschen Kreditwirtschaft – denn traditionell gelten die Bürger hierzulande als dem Bargeld verschrieben. Doch welchen Umbruch in den Gewohnheiten die richtige Lösung bewirken kann, bewies im vergangenen Jahr die girocard.

„Oh, the places you'll go“

Dr. Seuss

Zu diesem Umbruch gehört nicht nur die neue Begeisterung für Kartenzahlung in bereits etablierten Bereichen. 2018 stand auch im Zeichen neuer Einsatzbereiche: So akzeptieren z. B. immer mehr Bäcker dank der Kontaktlos-Funktion die Zahlung mit Bank- oder Sparkassenkarte. Zudem war die girocard im Herbst neu auf einigen Volksfesten, z. B. dem Wormser Backfisch-Fest und dem Darmstädter Weinfest. Nach Plänen der Digitalstadt Darmstadt soll kontaktloses Bezahlen nun auch weitere Feste in Darmstadt bereichern.

„Unendlich ist das Werk, das zu vollführen die Seele dringt“

Johann Wolfgang von Goethe

Neben dem Bezahlen per NFC-Funktion mit der klassischen Bank- oder Sparkassenkarte ebnet die Deutsche Kreditwirtschaft neue Wege mit dem girocard System. Aktuell gehört dazu die digitale girocard im Smartphone. Seit Sommer 2018 ermöglichen immer mehr Institute damit auf Basis der hohen Sicherheitskriterien der Deutschen Kreditwirtschaft das Bezahlen mit NFC-fähigen Android-Smartphones. An vielen weiteren Neuerungen arbeiten Banken und Sparkassen bereits, wie etwa an der Zahlungsauthentifikation mittels biometrischer Merkmale und der sogenannten In-App-Zahlung, sprich dem Bezahlen innerhalb von Apps auf dem eigenen Smartphone mit einer digitalen girocard.

Stetige Innovationen werden so auch in Zukunft dafür sorgen, dass die breite Masse der Kunden in Deutschland modern und sicher bezahlen kann. Denn beim Thema Bezahlen sollten stets die höchsten Anforderungen gelten. In den Worten von Oscar Wilde:

„Ich habe einen ganz einfachen Geschmack: Ich bin immer mit dem Besten zufrieden.“

Oscar Wilde

Kurze Pause, schnell bezahlt

Technik optimiert die Tankstelle

Die Zahl auf der Zapfsäulen-Anzeige steigt schnell, die Zapfpistole liegt fest in der Hand. Der Griff lockert sich, wenn ein runder Bezahlungsbetrag in greifbare Nähe rückt. Ab jetzt wird jeder einzelne Tropfen Sprit ehrgeizig in den Tank getropft, denn laut einer GfK-Umfrage¹ versucht mehr als die Hälfte (52 Prozent) der Kunden an der Tankstelle runde Beträge zu tanken. Wer will schon nach Kleingeld wühlen, mit zusätzlichem Rückgeld das Münzfach füllen und dadurch länger an der Kasse stehen?

Das lässt sich heute einfacher lösen: Mit der girocard zahlen Kunden unabhängig vom Betrag immer schnell und passend. Das ist an der Tankstelle bereits gelebter Alltag, wie die Jahreserhebung 2018 von Stolte Consult zeigt.² Bei den Umsätzen liegen Barzahlung (35,6 Prozent) und Debitzahlungen (34,9 Prozent) nahezu gleichauf. Der Anteil der Barzahlungen ist dabei so stark zurückgegangen, wie seit zehn Jahren nicht (-1,5 Prozentpunkte). Größter Gewinner insgesamt ist die girocard mit einem Zuwachs von 7,2 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Ein starker Zuwachs, der auch dadurch zustande kam, dass Aral seit Juli 2018 mit den Bank- und Sparkassenkarten nur noch Debitzahlungen abwickelt. „Wir sehen eine Kosteneffizienz und Zukunftspotenzial für das girocard System. Daher werden wir im ersten Quartal 2019 die NFC-Funktion unserer Terminals in Deutschland für die girocard freischalten“, so Oliver Luecke von BP Europa SE.³ Andere Mineralölgesellschaften folgen diesem Beispiel und setzen bei Zahlungen mit der girocard rein auf das Debitsystem.

Entscheidungsträger sehen weiteres Potenzial an der Tankstelle

Auf das Plus an Wahlfreiheit und schnellere Abläufe an der Kasse bauen immer mehr Unternehmen, neben Aral etwa HEM und Shell. „Mit der girocard kontaktlos können auch kleine Beträge bargeldlos und bequem bezahlt werden. Das ist besonders angenehm, wenn es schnell gehen muss: Im Feierabendverkehr, in der Urlaubszeit oder wenn man aus anderen Gründen unter Zeitdruck steht“, so Ulf Timmann von Shell. „Daher bieten wir die girocard kontaktlos seit Februar 2019 in unseren rund 2.100 Tankstellen an.“ Mehr Zeit bleibt so für den Kundenkontakt. Das Verkaufspersonal ist weniger damit beschäftigt Rückgeld herauszugeben und Münzen einzusortieren.

Die Tankstellen-Shops laden Kunden zum spontanen Kauf ein und sind ein wichtiger Bestandteil des Tankstellen-Geschäfts. Im Jahr 2018 ist der Umsatz im Shop-Geschäft, das vor allem von Kleinbetragszahlungen geprägt ist, laut Stolte Consult stark gestiegen. Die gleichzeitig steigenden girocard Umsätze im Shop-Geschäft zeigen, dass im Kleinbetragssegment Debit-Kartenzahlungen immer wichtiger und beliebter werden. „Das ist so, als ob man immer exakt den richtigen Kleingeldbetrag zur Hand hätte. Unsere Kunden müssen nicht mehr auf den spontanen Schokoriegel verzichten, falls die nötigen Münzen mal fehlen“, so Carsten Pohl von der Deutschen Tamoil GmbH, die seit Februar 2018 in den über 400 HEM-Stationen NFC-Zahlungen mit girocard ermöglicht.

In Zukunft könnte die neue Technologie noch mehr vereinfachen. Das Terminal ohne PIN-Pad (TOPP) kommt ohne PIN-Pad und Steckleser aus und eignet sich besonders für den Einsatz an unbedienten Endgeräten. So könnten Kunden an Tankstellen beispielsweise direkt an der Waschanlage die passende Autowäsche wählen und wie an der Kasse bezahlen: Karte oder Smartphone ranhalten, fertig. Das funktioniert, ohne dass der Kunde den Laden betreten muss und auf Wunsch des Tankstellenbetreibers auch außerhalb der Öffnungszeiten.

Zudem setzt die Branche auf die Entwicklungen rund um das Thema connected car und ist sich sicher, dass in naher Zukunft die Zapfsäule mit dem Auto kommunizieren wird. Die Initiative Deutsche Zahlungssysteme geht davon aus, dass sich die Weiterentwicklungen von girocard über den Bereich In-App-Payment ebenfalls gut in die Bestrebungen der Mineralölgesellschaften integrieren werden. ■

1) Mai 2018; 1.003 Befragte ab 18 Jahren; GfK im Auftrag der EURO Kartensysteme.

2) Erhebung bei 12.552 Tankstellen, entsprechend mehr als 85 Prozent des Tankstellenmarktes.

3) In Deutschland firmieren die meisten Tankstellen des Unternehmens BP Europa SE unter der Marke Aral.



Zukunft Bezahlen

Mobile Payment in Deutschland

„Was heute noch wie ein Märchen klingt, kann morgen Wirklichkeit sein.“ Diese magischen Worte leiten den deutschen Science-Fiction-Klassiker „Raumpatrouille Orion“ ein, der Mitte der 60er Jahre dem Publikum die Tür zu einer technischen Wunderwelt öffnete. Was hätten Autoren und Zuschauer der Serie wohl zu den Errungenschaften der heutigen Welt gesagt – etwa zum Smartphone? Rund 50 Jahre nach der Erstausstrahlung der Serie ist damit sogar das Bezahlen mit girocard möglich.

Die digitale girocard ist dabei mehr als eine zusätzliche Bezahlmöglichkeit, mehr als das Versprechen von Komfort. Sie ist die Vision, dem digitalen Alltag der breiten Masse langfristig gerecht zu werden und gleichzeitig die Sicherheit zu bieten, die Kunden und Händler zu Recht erwarten. Der Komfort, den Geldbeutel zu Hause lassen zu können, wird da (fast) zum Bonus.

Erfolgreicher Start des Mobile Payment

Der Wunsch nach dem Bezahlen mit der digitalen girocard im Smartphone, wie es aktuell mit NFC-fähigen Android-Geräten möglich ist, ist besonders bei den „Digital Natives“ schon heute stark ausgeprägt: Laut einer Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach konnte sich das bereits im Juni 2018 unter den 16- bis 29-Jährigen rund die Hälfte (52 Prozent) vorstellen, obwohl das zum Zeitpunkt der Befragung noch gar nicht möglich war.¹

Diese Neugier zeigt sich auch in den Downloadzahlen der entsprechenden Apps. Der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken vermeldete im ersten Quartal nach Einführung bereits fast 35.000 Downloads. Beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband lag die Zahl in den ersten 100 Tagen sogar bei rund 308.000. Mit

dem Smartphone haben Sparkassenkunden in diesem Zeitraum bereits weit über eine halbe Million (541.000) Mal bezahlt.

Eine Möglichkeit für die Masse?

Für den guten Start ist nicht zuletzt die Neugier der Early Adopter verantwortlich sowie die positiven Erfahrungen beim kontaktlosen Bezahlen mit der physischen girocard. Doch wie steht es mit der breiten Masse? Die Zahl der Smartphone-Nutzer wird ebenso wie die Offenheit der Bürger für das Bezahlen mit dem kleinen Tausendsassa weiter steigen. Doch bis sich die Lösung in der Allgemeinheit etabliert, wird noch einige Zeit vergehen und einige Arbeit nötig sein. Denn Kunden prüfen besonders beim Bezahlen neue Lösungen genau, bevor sie diese in ihren Alltag integrieren und ihre Bezahltradition anpassen. Beim kontaktlosen Bezahlen mit der gewohnten Karte haben die Institute ihnen das leichtgemacht: Die neue Karte, die turnusmäßig im Briefkasten landet, verfügt über die neue Funktion. Der Umstieg auf das Bezahlen mit dem Smartphone ist mit Eigeninitiative verbunden: Habe ich ein geeignetes Telefon? Welche App benötige ich? Und wie bekomme ich die digitale Karte? Diese Fragen stellt sich der Kunde erst, wenn er die Option kennt und genügend Vertrauen in den neuen Formfaktor gefasst hat. Und das erhält er über gezielte Informationen durch die

Hausbank, positive Erfahrungen anderer Kunden und Zeit. Auch bei der NFC-Technologie in der klassischen Karte konnte man beobachten, dass das Vertrauen der Kunden mit der Zeit und mit der Nutzung stieg. So lag laut GfK-Befragungen im Januar 2018 der Anteil der girocard Kontaktlos-Besitzer, die die Funktion bereits genutzt hatten, um 13 Prozentpunkte höher als im Februar 2017.² Im gleichen Zeitraum stieg das Vertrauen in die Bezahlverfahren von Banken und Sparkassen von 86 Prozent auf 90 Prozent. Analog dazu ist zu erwarten, dass sich das Bezahlen mit dem Smartphone mit der Zeit als echte Alternative neben den gewohnten Bezahlmethoden mit Karte und Bargeld etabliert.

Das wohl größte Potenzial des Bezahlers mit dem Smartphone liegt aber in den Möglichkeiten, die es neu in den Markt bringt. So kann etwa die Authentifikation der Zahlung zukünftig vom Terminal auf das Smartphone verlagert werden, z. B. mittels Scan des Fingerabdrucks. Und mit dem neuen Formfaktor kann nicht nur die Karte digital werden, sondern auch der Point of Sale: Denn Transaktionen können dann auch innerhalb von Apps realisiert werden. ■

1) Repräsentative Allensbach-Umfrage im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V., 1.192 Befragte ab 16 Jahren.

2) Repräsentative GfK-Umfragen im Auftrag der EURO Kartensysteme; Februar 2017: 1.201 Personen, 16-69 Jahre; Januar 2018: 1.207 Personen, 16-69 Jahre.



Was ist CDCVM?

Consumer Device Cardholder Verification Method (CDCVM) ist ein Überbegriff für bestimmte Methoden zur Verifizierung von Karteninhabern, die z. B. mit Smartphones möglich sind. Dabei wird zur Feststellung, ob die bezahlende Person tatsächlich der rechtmäßige Besitzer der digitalen Karte ist, eine bestehende Verifikationsmethode des Smartphones genutzt, z. B. der Abgleich des Fingerabdrucks oder die Gesichtserkennung. Die Zahlungsauthentifikation erfolgt damit nicht, wie von der PIN-Eingabe gewohnt, am Bezahlterminal des Händlers, sondern am Gerät des Karteninhabers.



Blickpunkt Handel

Innovatives Bezahlen im Mittelstand

Die Akzeptanz für das kontaktlose Bezahlen mit der girocard wächst in allen Altersstufen, v. a. die jüngere Generation zeigt sich offen für Innovationen wie Mobile Payment. Doch erst durch das großflächige Angebot am Point of Sale (POS) finden Innovationen den Weg zum Verbraucher. Vorreiter sind hier Großunternehmen. Für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) zeigen sich oft noch Optimierungspotenziale. Dr. Ernst Stahl der ibi research GmbH gibt Einblicke, wie bargeldlose Bezahlssysteme vermehrt dort Einzug halten.



1. Was bewegt KMU dazu, auf bargeldlose und innovative Bezahlssysteme zu setzen?

Neben stärkerer Kundenorientierung und breiterem Zahlungsmittelangebot läuft der Geldfluss direkt und digital im Hintergrund ab und wird gleich dokumentiert. Die Abfertigung an der Ladenkasse kann deutlich zügiger erfolgen und der oft umständliche, aufwendige und teure Umgang mit Bargeld wird vermieden. Neu anfallende Kosten, z. B. für die Anschaffung der erforderlichen Technik oder Transaktionskosten, sind gut kalkulierbar. Auch wird auf elegante Art und Weise fehlendes oder falsch abgezähltes Wechselgeld vermieden.

2. Welchen Herausforderungen begegnen speziell diese Händler, wenn Sie auf bargeldlos umstellen möchten?

„Eigentlich“ möchte man nur beraten und verkaufen, oft fehlt die Zeit, sich mit innovativen Themen zu beschäftigen. Die Zahlungsabwicklung ist nur ein kleiner Schritt im gesamten Ablauf – allerdings ein sehr wichtiger. Die meisten Händler kennen weder Details noch Unterschiede der vielen ähnlichen, aber dennoch unterschiedlichen Verfahren im Zahlungsverkehr und können sie somit schwer vergleichen. Innovative Bezahlmöglichkeiten haben jedoch den großen Vorteil, dass sie einfach implementiert sind und schnell abgewickelt werden können.

3. Für welche Unternehmen sind innovative Bezahlmöglichkeiten generell interessant?

Gerade bei der Zahlung niedriger Beträge ist kontaktlos sehr effizient in der Abwicklung. In nur wenigen Fällen muss eine PIN eingegeben werden. Auch Hygieneaspekte im Lebensmittelhandel spielen eine große Rolle. Die Liste derer, für die innovative Bezahlmöglichkeiten interessant erscheinen, ist lang: Marktstände, Handwerker im Außendienst, Lieferdienste, Taxifahrer oder Imbissbuden. Insbesondere die jüngere Klientel erwartet ihre digitalen Erfahrungen mit dem Bezahlen im E-Commerce auch zunehmend am POS und wird immer mehr mit Unverständnis reagieren, wenn nicht schlank und schnell bargeldlos bezahlt werden kann. Karte oder Smartphone sind in dieser Kundengruppe immer dabei.

4. Im Handel wird oft ein Mindestbetrag für die Kartenzahlung vorausgesetzt. Wie gut sind KMU über Kostenregelungen, wie die „MIF-Verordnung“, informiert? (Im Juni 2016 sind die Interbankengebühren für Debitkarten auf höchstens 0,2 Prozent des Umsatzes begrenzt worden.)

Nicht nur in zahlreichen, gerade kleineren Geschäften, auch in manchen öffentlichen Einrichtungen kann (leider) erst ab einem bestimmten Betrag per Karte bezahlt werden. Als Grund werden vermeintlich hohe

Kosten für das bargeldlose Zahlen angeführt. Übersehen werden die indirekten Kosten von Bargeld: Wechselgeldbeschaffung, das Zählen, die Bargeldentsorgung etc. Auch die Reduzierung der Interbankentgelte ist zahlreichen KMU nicht bewusst. Bargeldloses Zahlen wird daher oft zu Unrecht als zu teuer empfunden. Gerade bei niedrigen Beträgen sind die Abwicklungsgebühren der Acquirer und Netzbetreiber i. d. R. jedoch zu teuer. Hier wären z. B. stärker gestufte, innovative Abrechnungsmodelle im Kleinbetragsbereich wünschenswert. Sie könnten zu einem Anstieg der Akzeptanzstellen führen und dazu, dass Mindestbeträge nicht mehr vorausgesetzt würden.

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Augsburg gehört zu Mittelstand-Digital, das kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung informiert. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital. ■

→ www.mittelstand-digital.de



Dr. Ernst Stahl

ist Experte im Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Augsburg und Director im Competence Center Digital Commerce & Payment der ibi research GmbH. Das Institut bildet seit 1993 eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis und forscht bzw. berät zu Fragestellungen rund um Finanzdienstleistungen und den Handel.



DIE 8. SACHE DES BÄCKERS

Eier und Schmalz, Zucker und Salz, Milch und Mehl und der gelbe Safran sind laut einem bekannten Kinderlied die sieben Sachen, die ein Bäcker zum Backen braucht. Zugegeben, in dem Text geht es um einen Kuchenbäcker. Doch auch Brotbäcker müssen mit Mehl, Salz und Co. arbeiten, um am Ende ein duftendes Brot aus dem Ofen zu holen. Für den Erfolg einer Bäckerei braucht es aber noch eine achte Sache neben den schmackhaften Zutaten, nämlich einen kundenorientierten Service – auch beim Bezahlangesbot. Dazu zählt etwa das bargeldlose Bezahlen.

Hierbei sah der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks in der vergangenen Ausgabe der ProChip sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Deshalb ist es an der Zeit zu fragen, was sich seit der Einschätzung des Zentralverbandes bei den Bäckereien getan hat.

Bargeldloses Bezahlen ist keine Luxuszuat

Für die Umstellung auf Kartenzahlung, insbesondere in Kleinbetrieben, sahen manche in der Vergangenheit noch Hürden. Denn bei naturgemäß niedrigen Rechnungssummen muss sich die Investition lohnen. Doch gerade im Kleinbetragssegment kann die kontaktlos-Technologie eine praxisingerechte Lösung für den Verkaufsalldag darstellen – auch bei kleinen Bäckereien. Unter anderem deshalb, weil Kartenakzeptanz in den letzten Jahren immer günstiger geworden ist: Die Entgelte für die Zahlungsgarantie pro erfolgreicher Transaktion betragen maximal 0,2 Prozent des jeweiligen Umsatzes und kontaktloses Bezahlen spart wertvolle Zeit. In der Regel ist das girocard System verglichen mit dem Handling von Bargeld und im Vergleich zu anderen Debit-Bezahlverfahren so am günstigsten.

„Zwei Pfund kontaktlos, bitte!“

Dass die girocard kontaktlos im Verkaufsalldag sowohl bei großen Bäckereiketten als auch bei Handwerksbetrieben effektiv und für Kunden leicht handhabbar ist, spricht ohnehin für die kontaktlos-Technologie. Die Entwicklungen in der Zukunft entscheiden darüber, ob sich kontaktloses Bezahlen für Brötchen und Co. durchsetzen kann. Über alle Branchen hinweg lässt sich bereits ein Trend zu mehr Kartenzahlung erkennen: Verglichen mit dem Vorjahr zückten Kunden 2018 rund 19,2 Prozent häufiger die girocard.

Die ersten Brötchen sind gebacken

Diesen Trend scheinen die Bäckereien zu erkennen, denn auch bei ihnen steigt der Bedarf: „Mehr als 1.000 Verkaufspunkte in der Branche haben wir bereits bei der Einführung der kontaktlosen girocard unterstützt. Das reicht von kleinen Familienbetrieben bis zu den großen Ketten“, so Sebastian Anslinger, Sales Director Payment vom Anbieter für elektronischen Zahlungsverkehr, epay. Zuletzt stattete epay die Filialen von



Kamps mit entsprechenden Terminals aus. „Die Erfahrungen mit der girocard kontaktlos sind durchweg positiv – die Kunden profitieren von unserer filialgenauen Abrechnung sowie vom geringeren Aufwand für das Bargeldhandling und von neuen Kundengruppen, die die neuen Bezahlmöglichkeiten schätzen“, so Sebastian Anslinger weiter.

Auch die Brezelbäckerei Ditsch setzt auf Kundenkomfort an ihren Kassen. Anfang 2018 führte sie 150 kontaktlos-fähige Terminals von Verifone ein, die in den umsatzstärksten Shops wie an Flughäfen oder Bahnhöfen zum Einsatz kommen. Denn Standorte mit hohem Durchlauf verlangen eine schnelle Zahlungsabwicklung und effektive Abläufe, die durch das Bezahlen mit der girocard kontaktlos gegeben sind. „Neben der einfachen Nutzerführung spricht der Hygiene-Aspekt für eine Einführung der modernen Technologie“, so Michael Trinks, Head of Sales Germany von Verifone. „Wir bemerken einen starken Anstieg bei der Nachfrage seitens der Bäckereibetriebe.“

Die Zutat der Zukunft

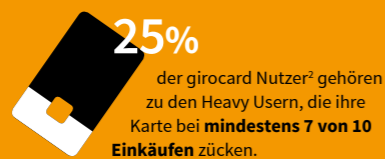
Elektronisches Bezahlen kommt so in der bisherigen Bargelddomäne gut an. Bei den Entscheidungsträgern in den Bäckereibetrieben findet merklich ein Umdenken statt. Ob physisch mit der Karte oder digital mit dem Smartphone, ob Traditionsbäckerei oder Bäckereikette – zur Kundenzufriedenheit gehört auch die Auswahl von verschiedenen Bezahlmöglichkeiten. ■

Wie Kunden und Händler die girocard sehen

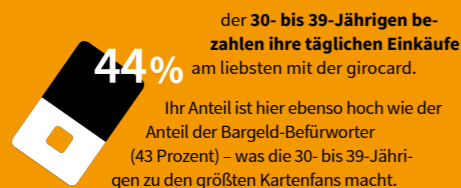
Die Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft zeigt den Erfolg der girocard in absoluten Zahlen. Sie erlaubt aber stets nur eine retrospektive Betrachtung. Um Trends sowie Wünsche und Ansprüche von Kunden und Händlern frühzeitig und umfassend zu kennen, hat die EURO Kartensysteme 2018 verschiedene Befragungen¹ zur aktuellen und geplanten Nutzung und Akzeptanz des girocard Systems beauftragt – mit aufschlussreichen Ergebnissen.

Nutzung der girocard

Die aktuellen Gewohnheiten legen die Basis für die Nutzung von Innovationen. Mehrere aufeinanderfolgende Messungen zeigen, wohin der Trend geht.



Die girocard ist damit fest und nachhaltig im Bezahlalltag verankert. Zudem zeigt sich eine große Offenheit für Innovationen:



Vertrauen

Nur wer einer Bezahllösung vertraut, nutzt diese auch. Das Vertrauen ist daher ein entscheidender Faktor, der Aufschluss über das Potenzial gibt.



aller Befragten haben großes oder sogar sehr großes Vertrauen in die Bezahlverfahren der Banken und Sparkassen, die so mit deutlichem Abstand **den ersten Platz in der Gunst der Kunden** einnehmen.

Das Vertrauen liegt nochmals 4 Prozentpunkte höher als in einer Vorjahresbefragung. Das zeigt, dass auch die Kontaktlos-Technologie von den Kunden sehr positiv bewertet wird und lässt weiter steigende Nutzung erwarten. Mit Vertrauen und Verlässlichkeit herrschen für die digitale girocard so die besten Voraussetzungen, sich in Zukunft als echte Alternative zur gewohnten Karte zu etablieren.

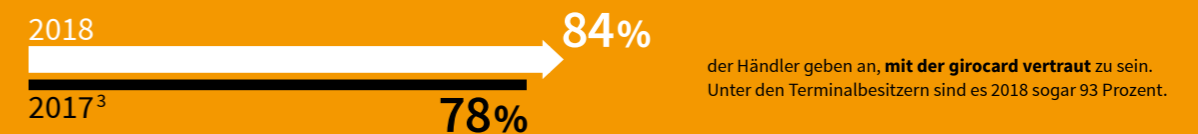
Zukunftstechnologien

Wer möchte eine neue Technologie sofort nutzen und wer beobachtet zunächst lieber? Umfragen geben Aufschluss über die sogenannten Early Adopter.

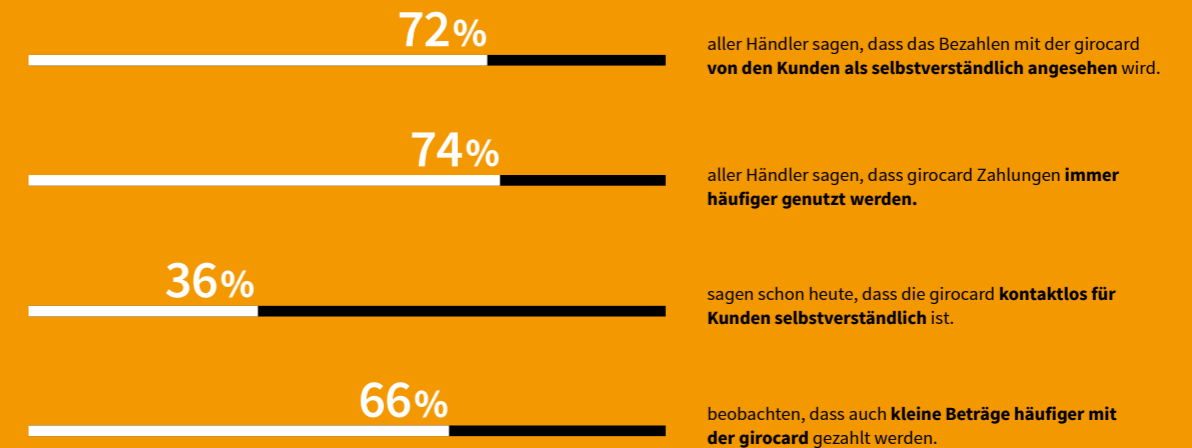


Händlersicht

Aller Kundenwunsch ist vergebens ohne die Bezahlinfrastruktur im Handel. Die Sicht der Händler, ihre Einschätzung des Kundenwunsches und ihre Pläne für die Zukunft sind daher entscheidend für die Zukunft der girocard.



Die Händler können durch ihre Nähe zum Kunden zudem Einblicke liefern, die aus den reinen Transaktionszahlen nicht zu erkennen sind: Wie ist die Stimmung der Kunden und wohin geht die Reise?



Die Bank- oder Sparkassenkarte wird für Kunden also in immer mehr Situationen normal.

1) Drei Kunden- und zwei Händlerbefragungen der GfK unter insgesamt rund 3.600 Kunden zwischen 16 und 69 Jahren sowie unter rund 700 Einzelhändlern und Kassenpersonal.
2) Inhaber einer girocard, die diese zumindest gelegentlich zum Bezahlen nutzen.
3) Repräsentative Umfrage der GfK im Auftrag der EURO Kartensysteme GmbH, 363 Einzelhändler und Kassenpersonal.

Die Zukunft des Bezahlens ist **TOPP**

Kunden und Händler haben einen wachsenden Wunsch nach Kartenzahlung. Doch einige Bereiche, die bisher als Bargelddomänen gelten, stehen bei der Einführung elektronischer Bezahlverfahren vor Herausforderungen, die der klassische Einzelhandel nicht kennt. So z. B. die Vending-Branche, die einige technische Besonderheiten hat, weil die Infrastruktur am Automatenstandort mitunter begrenzt ist. Hinzu kommt, dass Kunden beim Bezahlen auf sich allein gestellt sind und intuitiv zurechtkommen müssen.

Vor diesem Hintergrund hat die Deutsche Kreditwirtschaft Anfang 2018 das Pilotprojekt zum Terminal ohne PIN-Pad (TOPP) gestartet. Da Zahlungen mit girocard kontaktlos bis 25 Euro i. d. R. ohne die Eingabe einer PIN abgewickelt werden, erfolgt die Transaktion ausschließlich über die kontaktlose Schnittstelle zwischen Karte und Kontaktleser – auch offline. Das ermöglicht, auf das PIN-Pad und auch auf den üblichen Steckleser zu verzichten. Damit begegnet es vielen Anforderungen von Automatenbetreibern. Die kontaktlose Zahlung am TOPP hat damit das Potenzial, stark vom Bargeld dominierte Marktsegmente für Kunden und Händler für die Zahlung mit girocard kontaktlos zu öffnen. Gemeinsam mit Netzbetreibern, Terminalherstellern und Automatenbetreibern untersuchte die DK den Einsatz dieser vereinfachten Terminals.



Projektabschluss & Neubeginn

Abschlagprofi dank Golfballautomat

In Frankfurt zeigt sich anhand einer Driving Range gut, wie sich durch das Terminal ohne PIN-Pad neue Einsatzbereiche für die girocard ergeben. Hier stattete die Firma FHDS Solutions & Services GmbH, die ihren Schwerpunkt im Bereich Waschküchen hat, einen Automaten für Golfbälle mit einem TOPP aus. Zuvor konnten Spieler die Bälle am Automaten nur über eine Club-eigene Prepaid-Karte oder Bargeld bekommen. Abschläge kann man damit zwar rund um die Uhr üben, doch spätestens wenn das Guthaben aus ist und keine passenden Münzen im Portemonnaie sind, steht wieder ein Besuch im Sekretariat an, um die Karte zu laden – und das hat nur begrenzte Öffnungszeiten. Dank des neuen Terminals können ambitionierte Golfer auch ohne Gang zum Sekretariat jederzeit mit der girocard Bälle ziehen. Gerade Bargeld bedeutet zudem enormen Aufwand für das Personal: Der Automat muss geleert werden, dann zählt ein Mitarbeiter das Geld, bringt es zur Bank und für die Einzahlung entstehen i. d. R. zusätzlich Kosten. Das Beispiel der Driving Range in Frankfurt macht daher bereits Schule und kontinuierlich treffen neue Anfragen ein. Praktisch ist dabei besonders, dass das TOPP in Kombination mit der Steuerung von FHDS auch in anderen Bereichen auf dem Golfplatz gut Anwendung finden kann: etwa bei der Flutlichtanlage für Golfer, die zu später Stunde Übungseifer entwickeln, oder auch für Duschen, Saunen, E-Ladesäulen und Solarien.



Eier-, Champagner- oder Golfballautomaten: Die Einsatzbereiche für Terminals ohne PIN-Pad (TOPP) kennen scheinbar keine Grenzen. Anfang 2018 startete das Pilotprojekt der Deutschen Kreditwirtschaft (DK), das an diesen und vielen weiteren Einsatzbereichen die kontaktlose Bezahlung ohne PIN-Eingabe ermöglicht. Mit Abschluss des Piloten beginnt ein neuer Abschnitt: Die DK hat auf Basis der gewonnenen Erfahrungen und Ergebnisse Anfang 2019 das offizielle Zulassungsverfahren für das TOPP aufgesetzt. Der Betrieb der bestehenden TOPP wurde schon vorab bis zum Jahresende 2020 verlängert. Im Pilotprojekt zugelassene Netzbetreiber und Terminalhersteller können zudem, solange noch keine regulär zugelassenen TOPP verfügbar sind, insgesamt 10.000 weitere Geräte in Betrieb nehmen. Das Interesse an der Technologie ist indes ungebrochen hoch.

Der Erfolg des Projekts liegt dabei nicht zuletzt in den Möglichkeiten, die es eröffnet. Dank Innovationen wie dem kontaktlosen Bezahlen ergeben sich auch am Automaten neue Bezahlmöglichkeiten – und nicht nur das: „Das Pilotprojekt TOPP der DK zur Akzeptanz von girocard kontaktlos hat in 2018 die Nutzung von Kartenzahlung in neuen Geschäftsbereichen eröffnet“, resümiert Jörg Stahl, Vorsitzender des Bundesverbands der electronic cash-Netzbetreiber e. V. „Zahlreiche, auch neue Anbieter haben mit einer Reihe von innovativen Lösungen für den Einsatz im Bereich Selfservice interessante neue Anwendungsmöglichkeiten für diese Branchen erschlossen, die von den Netzbetreibern in Deutschland im Service unterstützt werden.“



Die vielfältigen Einsatzbereiche des TOPP übertreffen alle Erwartungen:

Die Terminals halten Einzug, etwa an Waschmaschinen, Spenderterminals, Parkautomaten, Schließfächern, an Wohnmobilstellplätzen und in zahlreichen Kaffee- und Zigarettenautomaten. Über 470 Akzeptanzstellen verzeichnete die DK im Dezember, mehr als 130 Händler beteiligten sich am Piloten. Der Anteil der Transaktionen, die wegen nötiger PIN-Eingabe nicht durchgeführt werden konnten beläuft sich auf deutlich unter ein Prozent. Die große Masse der Transaktionen verlief reibungslos. Eine überaus erfolgreiche Bilanz, die die Zukunftsfähigkeit des TOPP bestätigt. Auch Dr. Aris Kaschewi, Geschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft, ist überzeugt: „TOPP wird für Operator im Vending-Geschäft zusehends attraktiver. Das erfolgreiche Pilotprojekt macht deutlich, dass die Akzeptanz beim Kunden – mit kleinen Unterschieden je nach Ort der Aufstellung – stetig wächst. Dieser positive Trend wird sich mit zunehmender Vielfalt der zugelassenen Terminals im Markt fortsetzen.“



Die Terminals bieten besondere Vorteile in bestehenden Automaten:

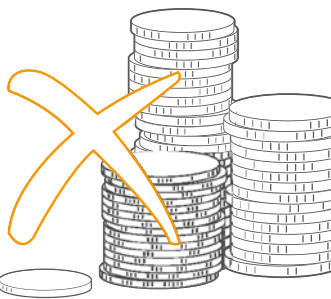
Sie können durch den Wegfall des PIN-Pads und auch des Kartenschlitzes in manchen Automaten leichter eingebaut oder nachgerüstet werden. Zudem ergibt sich ein geringerer Wartungsaufwand, da weniger mechanische Komponenten von außen verschmutzt oder beschädigt werden können. Das TOPP kann so auch die Vandalismusmöglichkeiten am Automaten reduzieren. Für viele Operator waren weniger Vandalismus und geringere Kosten für das Bargeldhandling laut einer GfK-Befragung vom April 2018 die entscheidenden Argumente für die Projektteilnahme.

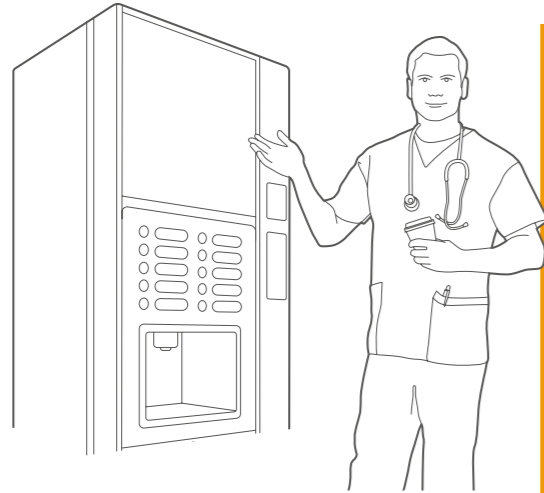
Doch auch der Kundenwunsch spielt eine wichtige Rolle:

Bei Verbrauchern ist eine immer größere Tendenz zum bargeldlosen Bezahlen auch von Kleinstbeträgen zu erkennen. Ein Trend, der sich insbesondere seit der Einführung des kontaktlosen Bezahlers an der Ladenkasse zeigt. 2018 sank der Durchschnittsbetrag im girocard System erstmals unter die 50-Euro-Marke. Kontaktlos waren es sogar nur 33,61 Euro. Mit dem TOPP begegnen die Projektteilnehmer genau diesem Wunsch der Kunden, immer öfter kleine Beträge bargeldlos zu bezahlen. Gerade klassische Bargelddomänen führt das häufig erstmals an die Karte heran. Der Automat ist ein guter Startpunkt, da hier erfahrungsgemäß Waren mit geringen Bonwerten ausgegeben werden.

Dass diese Rechnung aufgeht und Verbraucher die bargeld- bzw. kontaktlose Zahlung dort auch tatsächlich nutzen, zeigt der Pilot: Von September bis Oktober hat sich die Zahl der TOPP sowie der Transaktionen an TOPP innerhalb nur eines Monats um rund ein Viertel erhöht. Die intuitive Bedienung sowie die Tatsache, dass immer mehr Käufer die neue Art zu bezahlen von bedienten Kassen wie im Supermarkt kennen, können Gründe für die positive Entwicklung sein.

Mit Abschluss des Piloten wird deutlich, dass das TOPP die Attraktivität der bargeldlosen Bezahlung von Kleinstbeträgen steigert und so ein wichtiger Schritt ist auf dem Weg in die Zukunft des Bezahlers. Dafür spricht auch, dass die Terminals automatisch fit sind für die kontaktlose Bezahlung mit dem Smartphone. Bezahlen ist so auch ganz spontan möglich – selbst ohne Geldbeutel.





Diakonissen- krankenhaus: rund um die Uhr bestens versorgt

Ob als Patient, Besucher oder Personal – manchmal verlangt so ein Aufenthalt im Krankenhaus nach einem spontanen Kaffee oder Schokoriegel, ohne gleich in die Cafeteria zu gehen. Der perfekte Ort also für einen Vending-Automaten. Ausgestattet mit einem TOPP wird der Einkauf hier noch spontaner möglich. Im Diakonissenkrankenhaus in Kassel hat die Firma R. Malsch e. K. das gemeinsam mit dem kaufmännischen Netzbetreiber Card4Vend an zwei Automaten für Snacks sowie Kaltgetränke umgesetzt. Eine echte Herausforderung dabei: Während beispielsweise Ärzte, Pflegekräfte und kaufmännisches Personal längerfristig im Krankenhaus tätig sind und über das neue Bezahlssystem leicht informiert werden können, wechseln Patienten und Besucher ständig. Sie müssen besonders schnell erkennen, dass sie mit ihrer girocard kontaktlos zahlen können und Vertrauen in die Lösung fassen. **Persönliche Information ist dabei in der Regel nicht möglich. Wirksame Aufklärung funktioniert hier daher einerseits über Terminalrahmen direkt am Automaten sowie andererseits über Aufsteller und Banner in den Wartebereichen.** Gerade während der Wartezeiten hat man gut Zeit, sodass viele potenzielle Kunden die Informationen lesen – und anschließend am TOPP bezahlen. Dass dieses Informationskonzept aufgeht, zeigen die Zahlen: Mittlerweile (Stand Januar 2019) wird bereits rund jeder sechste Euro an den zwei Automaten mit girocard kontaktlos umgesetzt.

Sauber waschen, bequem bezahlen

100 Prozent Kartenakzeptanz – das ist das erklärte Ziel bei FHDS Solutions & Services GmbH für die Waschküchen ihrer Kunden sowie für die eigenen Waschküchen des Unternehmens. Eine Ladung Handtücher waschen und dann noch in den Trockner stecken – bei diesen kleinen Beträgen ist das TOPP ideal geeignet und so haben die Experten von FHDS in Kooperation mit dem kaufmännischen Netzbetreiber Card4Vend und Terminals von CCV am Pilotprojekt teilgenommen. Insgesamt hat das Unternehmen bereits mehr als 30 TOPP in Waschküchen in Betrieb genommen – und an jedem davon können bis zu acht Waschmaschinen bzw. Trockner angeschlossen werden. Bei der Umrüstung nimmt stets die Information der Nutzer eine wichtige Rolle ein: Sie werden, in Zusammenarbeit mit den Kunden, über Aushänge, Mails oder auch Facebook über die Umstellung informiert. Im Studentendorf Schlachtensee und Adlershof hatten die meisten Studenten daher schon zum Start eine kontaktlose Karte. 90 Prozent aller Zahlungen werden bereits kontaktlos getätigt. Für die übrigen zehn Prozent gibt es noch einen Steckleser. Die Umrüstung auf das TOPP lohnt sich in den Augen von Anja Schraml, stellvertretende Geschäftsführerin bei FHDS Solutions & Services GmbH, auf jeden Fall: „In unserer eigenen Waschküche haben wir seit der Einführung des TOPP eine Umsatzsteigerung von 200 Prozent – ähnlich sieht es auch bei unseren Kunden aus.“



Projektergebnisse im Detail

Fast ein Jahr Pilotprojekt. Dahinter stecken viele Stunden gemeinschaftlicher Arbeit von Netzbetreibern, der Vending-Branche, Terminalherstellern und der Deutschen Kreditwirtschaft, die sich rund um Planen, Umsetzen und schließlich Auswerten gedreht haben. Das Jahr brachte aber auch messbare Erfolge: **133 Händler, mehr als 470 installierte TOPP und eine Steigerung auf über 10.000 erfolgreiche Transaktionen monatlich.**

Nach einem dreimonatigen Vorlauf fiel im Januar 2018 der Startschuss für die Pilotphase des TOPP. Im Februar konnten bereits die ersten TOPP an Automaten installiert werden. Zur Halbzeit der Pilotphase im Juli verfügten 51 Akzeptanzstellen über ein TOPP, am Ende waren es rund neunmal so viele (474 Terminals). Eine ähnliche Entwicklung gab es bei der monatlichen Zahl der Transaktionen. Erfolgreich durchgeführt wurden im März 142 Zahlungen. Diese Zahl steigerte sich bis zum Abschluss des Projekts auf mehr als 10.000 pro Monat. „Die monatlich steigende Anzahl von Transaktionen zeigt, dass es immer mehr Nutzer gibt, die eine ‚münzbefreite‘ Bezahloption am Automaten gerne wahrnehmen“, so Peter Ehrl, Vorstandsmitglied der Initiative Deutsche Zahlungssysteme und Inhaber von Ernst Kühner e. K. Automaten Service. „Man sieht, dass das Thema Kartenzahlung beim Konsumenten mit steigender Beliebtheit angenommen und dauerhaft genutzt wird“, weiß auch Arne Meil, Geschäftsführer bei Card4Vend, „So stellen wir kontinuierliche Umsatzsteigerungen mit der Karte fest. Dies zeigt uns, dass es sich bei den Nutzern nicht um Einmaltäter handelt.“

Mehr Menschen, die an mehr Automaten öfter kontaktlos am TOPP bezahlen – und das bei einer geringen Abbruchquote, weil die Eingabe einer PIN erforderlich gewesen wäre. Gegen Ende des Projekts lag diese an den mit einem TOPP ausgestatteten Automaten bei rund 0,7 Prozent. Um eine hohe Verfügbarkeit zu erreichen, wurde die Online-Anbindung am Standort beobachtet, die Abläufe zwischen Automat und Terminal wurden optimiert. Zudem wurden verstärkt Terminalrahmen mit Informationen über die Bedienung eingeführt.

„Die größte Herausforderung in diesem Pilotprojekt lag und liegt vor allem in der Nachrüstung der älteren Automatentypen – sowohl was die Mechanik als auch alte Softwarestände betrifft“, so Torsten Vieregge, Senior Project Manager bei Ingenico. „Nichtsdestotrotz wird die Integration durch die Möglichkeit, ein Terminal ohne PIN-Pad und ohne Sichtschutz einbauen zu können, weiter vereinfacht.“ Dass während des Pilotprojekts Chancen zur Optimierung des Bezahlvorgangs erkannt und erfolgreich umgesetzt wurden, liegt auch an der guten Zusammenarbeit aller Beteiligten. So resümiert z. B. Anne Meil, Geschäftsführerin von Card4Vend: „Das Pilotprojekt TOPP war für uns eine schöne Erfahrung. Alle haben an einem Strang gezogen und gemeinsam haben wir sehr viel Pionierarbeit geleistet. Eine sehr befriedigende Arbeit, denn obwohl natürlich nicht alles glatt laufen kann, dank einem derjenigen, die Erfolg mit dem TOPP haben, tragen es weiter.“ Das Unternehmen beteiligte sich als kaufmännischer Netzbetreiber im Projekt, betreut und berät Kunden mit umfassendem Wissen. Insgesamt hat Card4Vend im Rahmen des Pilotprojekts mehr als 300 Terminals installiert.

Als Automatenaufsteller zieht Albert Mager, Geschäftsführer von Hoellinger, ein positives Fazit: „Es gab viele unvorhersehbare Hürden, doch dank großem Aufwand und viel Leidenschaft der Projektteilnehmer konnten sie auch überwunden werden. Langsam kommen wir dahin, dass sich die Investition für uns lohnt.“

Im Laufe der Pilotphase wuchs die Anzahl der teilnehmenden Händler stetig an, von rund 40 im März auf 80 im Oktober und schließlich auf 133 im Dezember. Dies zeigt, dass Händler sehr an technischen Neuerungen, die ihnen beim reibungslosen Betrieb ihrer Automaten unter die Arme greifen, interessiert sind. „Die Hardware der Bezahlmodule ist kein Vergleich mehr mit der Generation von vor 20 Jahren im Zeitalter des ZVT 700“, so Paul Kowalczyk, Geschäftsführer bei performance Medien & Datensysteme GmbH. Das Unternehmen hat für das Pilotprojekt Bezahlterminals entwickelt. „Damals war das Meiste noch ‚schnell gestrickt‘; die Hardware war der limitierende Faktor des Möglichen.“ Mit dem TOPP verzichten Betreiber sogar größtenteils auf aufwendige Hardware und setzen stattdessen auf innovative Software. Auch Matthias Fricke, Managing Director von Garz & Fricke, sagt dem TOPP eine positive Zukunft voraus: „Der starke Wille der Automatenbetreiber, das System einzuführen, und die große Akzeptanz der Konsumenten wird die girocard am (Zigaretten-)Automaten aus der reinen Verwendung für den Jugendschutz auf das nächste Level führen.“ ■



Lernprozesse im Projekt

Ein Blick hinter die Kulissen

Spannend waren im Pilotprojekt zum TOPP nicht nur die Einsatzmöglichkeiten des Terminals, sondern auch der Weg dorthin: Das Projekt bestand aus deutlich mehr als technischen Standards. Der Erfolg war abhängig von kreativem Austausch aller Stakeholder und gemeinsamem Lernen.

Aus dem Vending-Bereich haben wir immer wieder den Wunsch gehört, die girocard einfacher an den Automaten zu bringen. Daraufhin begannen die Verbände der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) und ihre Partner zu ermitteln, was bereits technisch und organisatorisch möglich war, welche Anforderungen die Branche hat und welche Lösungsansätze realisiert werden können. So war zu Projektbeginn das Ziel klar: Ein schlanker Terminalstandard, der die Potenziale der NFC-Technologie für einen effizienten Einsatz im unbedienten Bereich nutzt. Ohne PIN-Pad und ohne kontaktbehafteten Leser. Zu Beginn hatten wir stets den klassischen Süßwarenautomaten im Sinn. Das gesamte Potenzial unserer Lösung eröffnete sich uns erst im Laufe des Projekts, nicht zuletzt durch die große Kreativität aller Projektpartner.

Wir, die Verbände der DK, hatten die Rolle des Koordinators und Bindeglieds, haben ein Forum geboten, in dem Menschen mit den unterschiedlichen Hintergründen und Anforderungen zusammenarbeiten konnten. Der Erfolg des Projektes lag somit nicht nur in der Erstellung eines marktfähigen technischen Standards, sondern vor allem in der Zusammenführung aller Stakeholder – inklusive der Verbraucher.

Eine Frage, die besonders Automatenbetreiber im Voraus beschäftigt hat, betraf mögliche Zahlungsabbrüche durch die Limitierung von Zahlungen ohne PIN: Was wäre, wenn der Kunde auch bei einem kleinen Einkauf einmal eine PIN eingeben müsste? PSD2 und Risikomanagement der Banken und Sparkassen setzen schließlich einen Rahmen, innerhalb dessen ein Verzicht auf eine Zwei-Faktor-Authentifi-

zierung – in unserem Falle die PIN-Eingabe – möglich ist. Die diesbezüglich gewonnenen Erkenntnisse des Piloten zeigen, dass durch den Fokus auf Kleinbetragszahlungen die Anforderungen aus der PSD2 keinen „Showstopper“ für den Erfolg des TOPP darstellen müssen. Zugleich bleibt die Erkenntnis, dass flankierende Maßnahmen hilfreich sind, insbesondere erklärende Kommunikation gegenüber dem Karteninhaber – allem voran am Terminal-Display oder mit gedruckten Hinweisen auf dem Automaten.

Weitere Möglichkeiten öffnet die digitale girocard, eine virtuelle Karte im Smartphone. Sobald die Authentifizierung des Karteninhabers – etwa mittels biometrischer Merkmale, wie u. a. dem Fingerabdruck – auf das Smartphone des Kunden verlagert werden kann, ist auch am TOPP eine Zahlung mit Zwei-Faktor-Authentifizierung möglich. Diese technische Option, an der aktuell gearbeitet wird, kann Zahlungsabbrüche weiter reduzieren.

Dann ist da natürlich die eine entscheidende Frage, für deren Antwort es vorab nur Indizien gibt, wenn auch vielversprechende: Nimmt der Kunde das Angebot an? An bedienten Kassen haben wir zum Projektstart schon stetig wachsende Zahlen beobachtet und waren optimistisch, dass die Reise weiter nach oben geht. Dies hat sich im Nachhinein auch bestätigt. Am Automaten herrschen hingegen ganz andere Voraussetzungen: Es fehlt (naturgemäß) ein Mitarbeiter, der auf die neue Bezahlmöglichkeit hinweisen und bei Bedarf unterstützen kann. Eine alternative Kommunikation ist also notwendig – und auch umsetzbar. Damit der Kunde das TOPP wahrnimmt und versteht, wie er dort

bezahlen kann, wurde im Projektverlauf (in Zusammenarbeit mit der GfK) ein auffälliger und informativer Terminalrahmen für die Platzierung am Automaten entwickelt. Dieser hat sich als sehr effektiv erwiesen. Innerhalb eines Monats stieg an einem Automaten, an dem ohne Rahmen nur vereinzelte Kartenumsätze erzielt wurden, der TOPP-Anteil auf rund zehn Prozent des Gesamtumsatzes.

Zum Abschluss der Pilotierung bleibt die Erwartung, dass sich der Erfolg auch im Regelbetrieb fortsetzen wird – nicht nur beim Süßigkeitenautomaten, sondern auch in vielen weiteren Segmenten im Dienstleistungsbereich, im Bereich der (E-)Mobilität oder in anderen Branchen.



Albrecht Wallraf

ist Referent im Geschäftsbereich Retail Banking, Banktechnologie beim Bundesverband deutscher Banken, dem diesjährigen Federführer der DK. Neben Standardisierungsinitiativen im Kartenbereich betreut er Themen des konventionellen Zahlungsverkehrs auf deutscher und europäischer Ebene.



Im Berufsbildungszentrum der Zimmermeister in Kassel herrscht immer wieder Bedarf für Nervennahrung. Schließlich rauchen dort regelmäßig die Köpfe der Schüler, die sich in den Räumen ein Jahr lang für zukünftige Aufgaben fit machen. Anfangs haben die Schüler die neue Bezahlösung an den zwei Automaten für Süßwaren und Heißgetränke erst einmal prüfend beäugt. Innerhalb weniger Wochen entwickelte sich aber ein stetiger Zuwachs bei den Transaktionen am TOPP. Inzwischen werden fast 20 Prozent des Umsatzes mit girocard kontaktlos gemacht. Dazu trägt vor allem die Aufklärung bei. Denn Card4Vend war regelmäßig vor Ort, um das Projekt zu begleiten und den Schülern das Bezahlen zu erklären und Vertrauen zu vermitteln. Das Unternehmen betreut den Automatenbetreiber R. Malsch als kaufmännischer Netzbetreiber.

Die kontaktlose Kartenausstattung ist gut unter den Schülern, da in der girocard city Banken und Sparkassen schon früh mit dem Kartenaustausch begonnen hatten. „Gefühlt sind es 80 Prozent, die eine kontaktlose Karte haben. Fünf bis zehn Prozent haben sogar schon eine digitale girocard im Smartphone“, berichtet Anne Meil, Geschäftsführerin von Card4Vend. Je mehr Schüler das Terminal nutzten und in Folge selbst erlebten, dass alles gut funktioniert, umso weiter stiegen die Transaktionszahlen. „Die große Mehrheit ist hocherfreut, wenn sie das Bezahlen am TOPP ausprobiert haben“, so Anne Meil. Und Nervennahrung ist damit im Berufsbildungszentrum der Zimmermeister unabhängig von den passenden Münzen immer verfügbar, wenn man sie braucht – egal ob für Schüler oder Lehrer.

Der Blick über den Tellerrand

Vending-Branche im Fokus



Bekanntlich erweitert man seinen Horizont, wenn man über den eigenen hinausblickt. Oft reicht es schon, über den Tellerrand zu schauen, um etwas zu lernen oder einen Vorgeschmack auf die Zukunft zu bekommen – wie beim bargeldlosen Bezahlen in der Vending-Branche. Das wissen auch Jürgen Göbel von der European Vending Association (EVA) und Karl F. G. Matl, Geschäftsführer EURO Kartensysteme GmbH.

Herr Matl, schauen wir uns zunächst Deutschland an: Wo stehen wir generell beim bargeldlosen Bezahlen?

Matl: Die Deutschen haben bekanntlich einen stärkeren Hang zum Bargeld, als das bei vielen unserer Nachbarn der Fall ist. Doch in den vergangenen Jahren stieg die Zahl der bargeldlosen Zahlungen mit der girocard in Deutschland kontinuierlich an und der Durchschnittsbetrag, der dabei beglichen wurde, ist mittlerweile unter die 50-Euro-Marke gefallen – ein Zeichen dafür, dass auch im Kleinbetragsbereich immer häufiger die Karte gezückt wird. Ausschlaggebend dafür war zuletzt u. a. die Kontaktlos-Funktion, über die immer mehr girocards verfügen. Bargeldlos zu bezahlen klappt somit schnell und intuitiv und muss nicht erst gelernt werden. Immer mehr Branchen bieten ihren Kunden mittlerweile an, kontaktlos zu bezahlen – auch der Vending-Bereich startet dank des TOPP gerade in ein neues Kapitel.

→ Mehr zum TOPP lesen Sie in der Themenstrecke ab **Seite 22**.

Wagen wir nun den Blick über die Grenze: Wo liegt Deutschland im Vergleich beim bargeldlosen Bezahlen in der Vending-Branche?

Göbel: In Deutschland befinden wir uns erst am Anfang. In Ländern mit nahezu 100-prozentiger kontaktloser Kartenausstattung ist auch bereits die Akzeptanz bargeldloser Zahlungen im Public Vending sehr hoch. Dazu zählen u. a. die Länder Großbritannien, Frankreich, die Niederlande, die Schweiz und Spanien.

In der Vending-Branche in Deutschland ist bargeldloses Bezahlen vor allem mit geschlossenen Systemen in großen Unternehmen in der Betriebsverpflegung weit verbreitet. Ganz unbekannt ist für die Deutschen das unbare Bezahlen an Vending-Automaten also nicht. Deshalb zeigen die Pilotautomaten aus dem TOPP-Pilotprojekt vielversprechende und steigende Transaktionszahlen.

In einigen Ländern ist es also schon Normalität geworden, in Deutschland ist es im besten Fall auf dem Weg dorthin. Was muss passieren, damit bargeldloses Bezahlen im Vending-Bereich europaweit, also auch hierzulande, Normalität wird?

Göbel: Der Kunde muss das neue Bezahlen mit kontaktlosen Karten und Mobiltelefonen mit NFC im Einzelhandel erfahren und erlernen. Dann ist durch das schnelle Wiedererkennen die Hürde am Automaten wesentlich geringer. Für ihn muss das Bezahlen einfach und schnell erfolgen. Jede seiner Bezahloptionen, egal ob Karte oder Mobiltelefon, sollte am Automaten akzeptiert werden.

Wie fördern Automatenbetreiber und EVA europaweit bereits bargeldloses Bezahlen an ihren Automaten?

Göbel: In der EVA gibt es seit vielen Jahren den Ausschuss Electronic Payment. Dieser hat sich die Vereinheitlichung der Integration von Payment-Terminals in die Automaten und die einheitliche Benutzerführung zum Ziel gesetzt. Die Standardisierung dient dazu, die Kompatibilität der unterschiedlichen Systeme und Anbieter zu ermöglichen. Damit können die Kosten für den Operator bzw. Betreiber verringert werden.

Werfen wir den Blick in die Zukunft: Welche Chancen sehen Sie für die girocard allgemein durch das kontaktlose Bezahlen?

Matl: Die girocard wird bereits von Händlern und Kunden sehr geschätzt. Mit den Jahren bekam sie immer mehr Funktionen hinzu – stets angepasst an die Lebensumstände der Menschen. Die Kreditwirtschaft zeigt damit, wie anpassungsfähig und dadurch zukunftsträchtig unsere heimische Debitkarte ist, was durch die moderne Kontaktlos-Funktion und das Mobile Payment mit seinen vielseitigen Weiterentwicklungsmöglichkeiten nur noch weiter unterstrichen wird.

Außerdem genießt sie das Vertrauen der Menschen. Die Deutsche Kreditwirtschaft arbeitet mit ihren Partnern kontinuierlich daran, dass dies weiterhin so bleibt und begleitet Kunden und Händler in die Zukunft des Bezahlens mit der girocard.



Karl F. G. Matl

ist seit Januar 2015 Geschäftsführer der EURO Kartensysteme GmbH. Er blickt auf langjährige Erfahrung im Kartengeschäft zurück, die er bereits 1990 bei der Gesellschaft für Zahlungssysteme mbH begann – einem Vorläufer der EURO Kartensysteme.

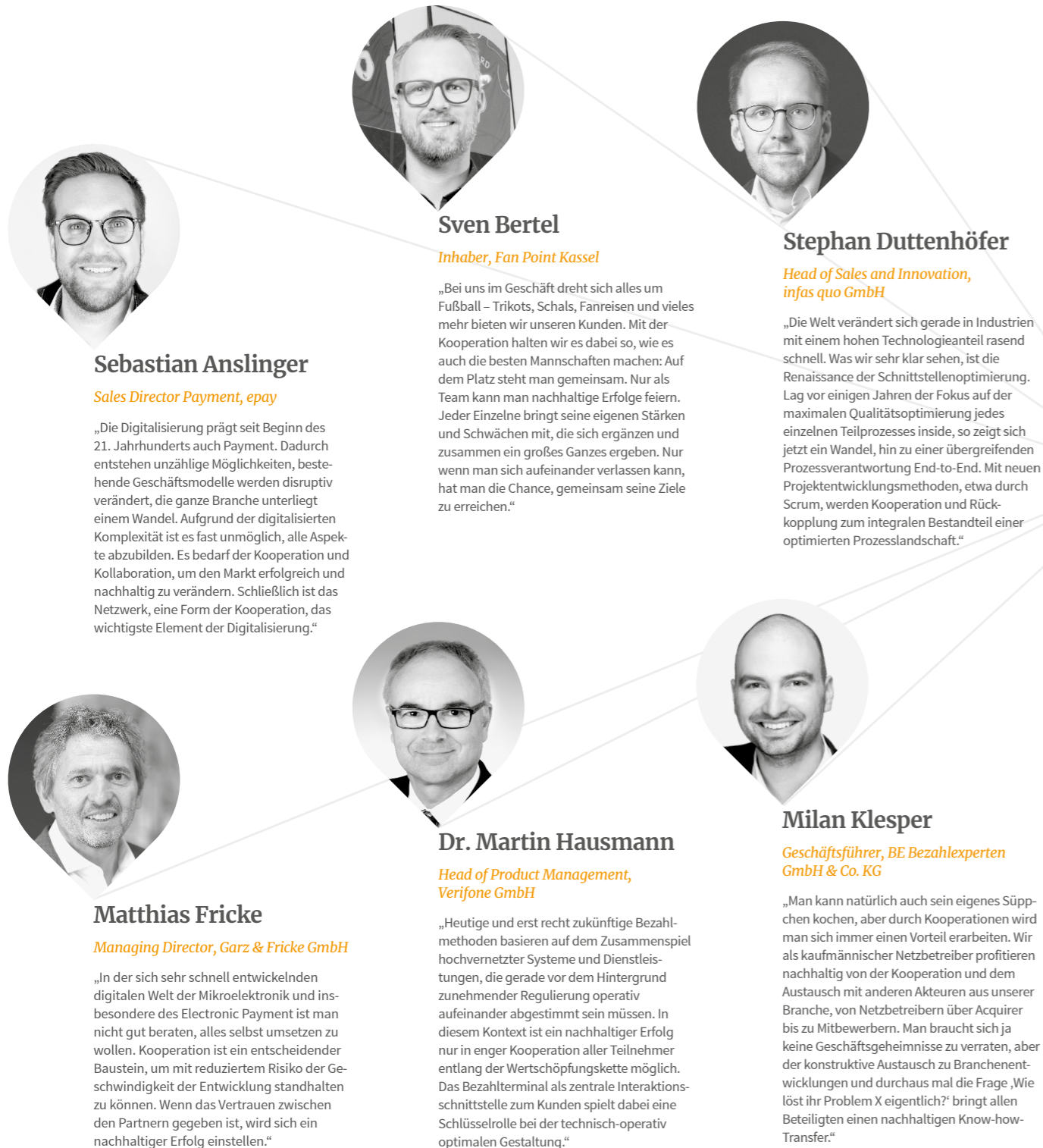



Jürgen Göbel

ist Business Development Director bei der Ingenico GmbH. In seiner Position ist er für das Unternehmen seit 2016 zudem im Executive Committee der European Vending Association. Ingenico vertritt dort den Bereich Payment Systems & Vending Solutions.




Eine Frage, viele Perspektiven






Sebastian Anslinger
Sales Director Payment, epay

„Die Digitalisierung prägt seit Beginn des 21. Jahrhunderts auch Payment. Dadurch entstehen unzählige Möglichkeiten, bestehende Geschäftsmodelle werden disruptiv verändert, die ganze Branche unterliegt einem Wandel. Aufgrund der digitalisierten Komplexität ist es fast unmöglich, alle Aspekte abzubilden. Es bedarf der Kooperation und Kollaboration, um den Markt erfolgreich und nachhaltig zu verändern. Schließlich ist das Netzwerk, eine Form der Kooperation, das wichtigste Element der Digitalisierung.“




Sven Bertel
Inhaber, Fan Point Kassel

„Bei uns im Geschäft dreht sich alles um Fußball – Trikots, Schals, Fanreisen und vieles mehr bieten wir unseren Kunden. Mit der Kooperation halten wir es dabei so, wie es auch die besten Mannschaften machen: Auf dem Platz steht man gemeinsam. Nur als Team kann man nachhaltige Erfolge feiern. Jeder Einzelne bringt seine eigenen Stärken und Schwächen mit, die sich ergänzen und zusammen ein großes Ganzes ergeben. Nur wenn man sich aufeinander verlassen kann, hat man die Chance, gemeinsam seine Ziele zu erreichen.“




Stephan Duttenhöfer
Head of Sales and Innovation, infas quo GmbH

„Die Welt verändert sich gerade in Industrien mit einem hohen Technologieanteil rasend schnell. Was wir sehr klar sehen, ist die Renaissance der Schnittstellenoptimierung. Lag vor einigen Jahren der Fokus auf der maximalen Qualitätsoptimierung jedes einzelnen Teilprozesses inside, so zeigt sich jetzt ein Wandel, hin zu einer übergreifenden Prozessverantwortung End-to-End. Mit neuen Projektentwicklungsmethoden, etwa durch Scrum, werden Kooperation und Rückkopplung zum integralen Bestandteil einer optimierten Prozesslandschaft.“



Dr. Martin Hausmann
Head of Product Management, Verifone GmbH

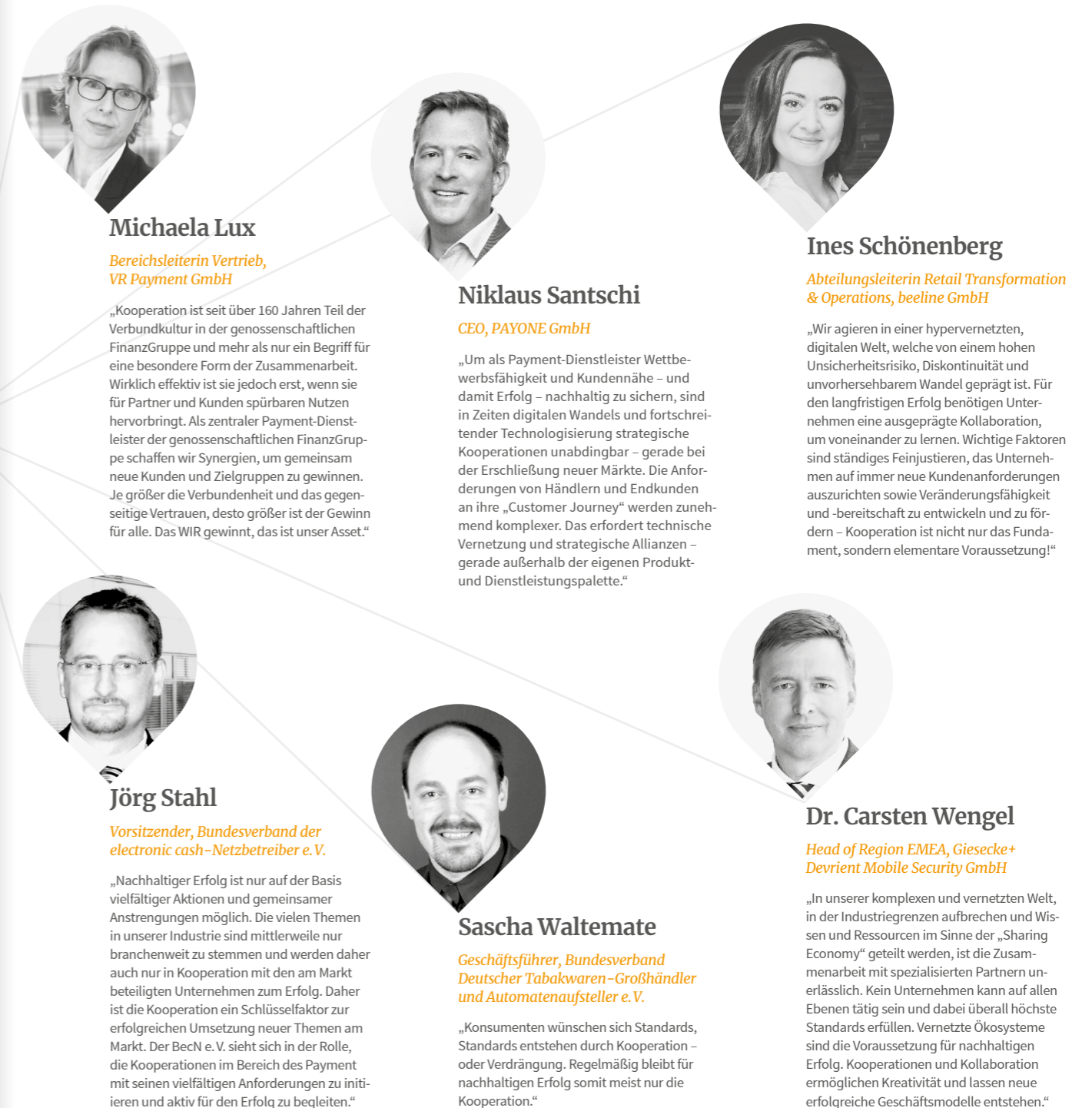
„Heutige und erst recht zukünftige Bezahlmethoden basieren auf dem Zusammenspiel hochvernetzter Systeme und Dienstleistungen, die gerade vor dem Hintergrund zunehmender Regulierung operativ aufeinander abgestimmt sein müssen. In diesem Kontext ist ein nachhaltiger Erfolg nur in enger Kooperation aller Teilnehmer entlang der Wertschöpfungskette möglich. Das Bezahlterminal als zentrale Interaktionschnittstelle zum Kunden spielt dabei eine Schlüsselrolle bei der technisch-operativ optimalen Gestaltung.“




Milan Klesper
Geschäftsführer, BE Bezahlexperten GmbH & Co. KG

„Man kann natürlich auch sein eigenes Süppchen kochen, aber durch Kooperationen wird man sich immer einen Vorteil erarbeiten. Wir als kaufmännischer Netzbetreiber profitieren nachhaltig von der Kooperation und dem Austausch mit anderen Akteuren aus unserer Branche, von Netzbetreibern über Acquirer bis zu Mitbewerbern. Man braucht sich ja keine Geschäftsgeheimnisse zu verraten, aber der konstruktive Austausch zu Branchenentwicklungen und durchaus mal die Frage „Wie löst ihr Problem X eigentlich?“ bringt allen Beteiligten einen nachhaltigen Know-how-Transfer.“


Wie viel Kooperation braucht nachhaltiger Erfolg?






Michaela Lux
Bereichsleiterin Vertrieb, VR Payment GmbH

„Kooperation ist seit über 160 Jahren Teil der Verbundkultur in der genossenschaftlichen FinanzGruppe und mehr als nur ein Begriff für eine besondere Form der Zusammenarbeit. Wirklich effektiv ist sie jedoch erst, wenn sie für Partner und Kunden spürbaren Nutzen hervorbringt. Als zentraler Payment-Dienstleister der genossenschaftlichen FinanzGruppe schaffen wir Synergien, um gemeinsam neue Kunden und Zielgruppen zu gewinnen. Je größer die Verbundenheit und das gegenseitige Vertrauen, desto größer ist der Gewinn für alle. Das WIR gewinnt, das ist unser Asset.“




Niklaus Santschi
CEO, PAYONE GmbH

„Um als Payment-Dienstleister Wettbewerbsfähigkeit und Kundennähe – und damit Erfolg – nachhaltig zu sichern, sind in Zeiten digitalen Wandels und fortschreitender Technologisierung strategische Kooperationen unabdingbar – gerade bei der Erschließung neuer Märkte. Die Anforderungen von Händlern und Endkunden an ihre „Customer Journey“ werden zunehmend komplexer. Das erfordert technische Vernetzung und strategische Allianzen – gerade außerhalb der eigenen Produkt- und Dienstleistungspalette.“




Ines Schönenberg
Abteilungsleiterin Retail Transformation & Operations, beeline GmbH

„Wir agieren in einer hypervernetzten, digitalen Welt, welche von einem hohen Unsicherheitsrisiko, Diskontinuität und unvorhersehbarem Wandel geprägt ist. Für den langfristigen Erfolg benötigen Unternehmen eine ausgeprägte Kollaboration, um voneinander zu lernen. Wichtige Faktoren sind ständiges Feinjustieren, das Unternehmen auf immer neue Kundenanforderungen auszurichten sowie Veränderungsfähigkeit und -bereitschaft zu entwickeln und zu fördern – Kooperation ist nicht nur das Fundament, sondern elementare Voraussetzung!“




Jörg Stahl
Vorsitzender, Bundesverband der electronic cash-Netzbetreiber e.V.

„Nachhaltiger Erfolg ist nur auf der Basis vielfältiger Aktionen und gemeinsamer Anstrengungen möglich. Die vielen Themen in unserer Industrie sind mittlerweile nur branchenweit zu stemmen und werden daher auch nur in Kooperation mit den am Markt beteiligten Unternehmen zum Erfolg. Daher ist die Kooperation ein Schlüsselfaktor zur erfolgreichen Umsetzung neuer Themen am Markt. Der BeCN e.V. sieht sich in der Rolle, die Kooperationen im Bereich des Payment mit seinen vielfältigen Anforderungen zu initiieren und aktiv für den Erfolg zu begleiten.“



Sascha Waltemate
Geschäftsführer, Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e.V.

„Konsumenten wünschen sich Standards, Standards entstehen durch Kooperation – oder Verdrängung. Regelmäßig bleibt für nachhaltigen Erfolg somit meist nur die Kooperation.“



Dr. Carsten Wengel
Head of Region EMEA, Giesecke + Devrient Mobile Security GmbH

„In unserer komplexen und vernetzten Welt, in der Industriegrenzen aufbrechen und Wissen und Ressourcen im Sinne der „Sharing Economy“ geteilt werden, ist die Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnern unerlässlich. Kein Unternehmen kann auf allen Ebenen tätig sein und dabei überall höchste Standards erfüllen. Vernetzte Ökosysteme sind die Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg. Kooperationen und Kollaboration ermöglichen Kreativität und lassen neue erfolgreiche Geschäftsmodelle entstehen.“

Ob Johannes Gutenberg geahnt hatte, welch bahnbrechende Erfindung er mit dem Buchdruck gemacht hat? Oder Thomas Alva Edison, dem ein Licht aufging und dank ihm heute Milliarden von Menschen? Es gibt eine Reihe von Erfindungen, die im Laufe der Jahrhunderte ihren Siegeszug weltweit angetreten haben. Wir blicken auf einige dieser bahnbrechenden Innovationen – und zeigen, was Kassel mit Korea, Kuba und Madagaskar verbindet.

Im 15. Jahrhundert kannte man ein Wort wie „Massenphänomen“ wohl noch nicht. Doch zu dieser Zeit war Johannes Gutenberg dabei, einem solchen aus den Startlöchern zu helfen und den Weg für die Informationsgesellschaft zu ebnen. Mit der Erfindung des Buchdrucks wurde die Vervielfältigung von Informationen einfacher. Gab es Schätzungen zufolge im 15. Jahrhundert ca. 10 Millionen gedruckte Bücher, stieg diese Zahl bereits im 18. Jahrhundert auf rund 1 Milliarde. Bereits im Jahr 2010 wurde die Zahl der unterschiedlichen Bücher auf etwa 130 Millionen geschätzt. Wenn man bei jedem Buch eine Auflage von nur 1.000 Stück schätzt, ist man bereits bei einer Zahl von 130 Milliarden Stück weltweit. Doch ganz gleich, welche Schätzung man vornimmt: Eine Welt ohne Bücher ist kaum mehr vorstellbar.

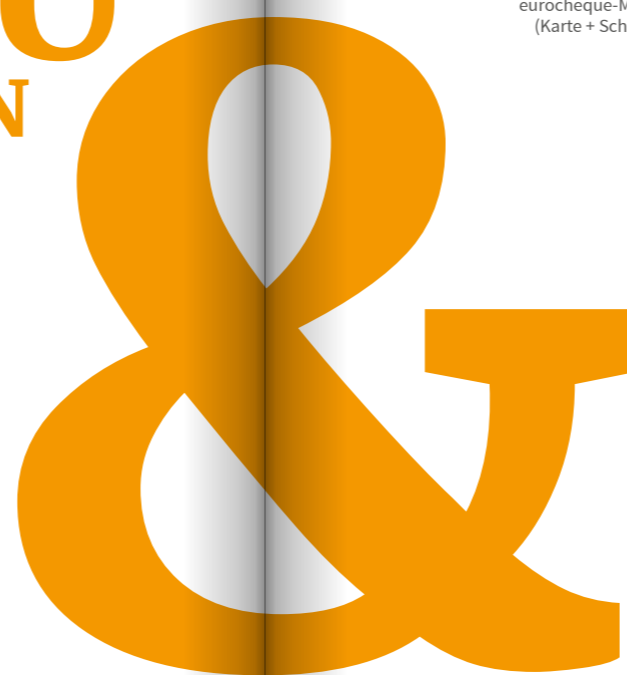
Ähnlich ergeht es einem mit der Dampfmaschine bzw. den durch sie möglich gewordenen Erfindungen, die das Maschinenzeitalter und die industrielle Revolution eingeleitet haben. Der Wandel hin zur Industriegesellschaft sowie Massenproduktion und Erfindungen wie dem Automobil veränderten die Gesellschaft und ihre Lebensgewohnheiten schlagartig. Fabriken mit Fertigungsbändern ermöglichen die kostengünstige Produktion von großen Stückzahlen, wodurch viele Güter für die Masse erschwinglicher wurden. Reisen wurden durch die Eisenbahn schneller und dank des Fließbands begann schon bald eine der bekanntesten Liebesgeschichten: die der Deutschen zu ihrem Auto. Gab es Anfang des 20. Jahrhunderts lediglich rund 10.000 Autos in Deutschland, waren es 2018 rund 46 Millionen.



DAS NEU VON GESTERN

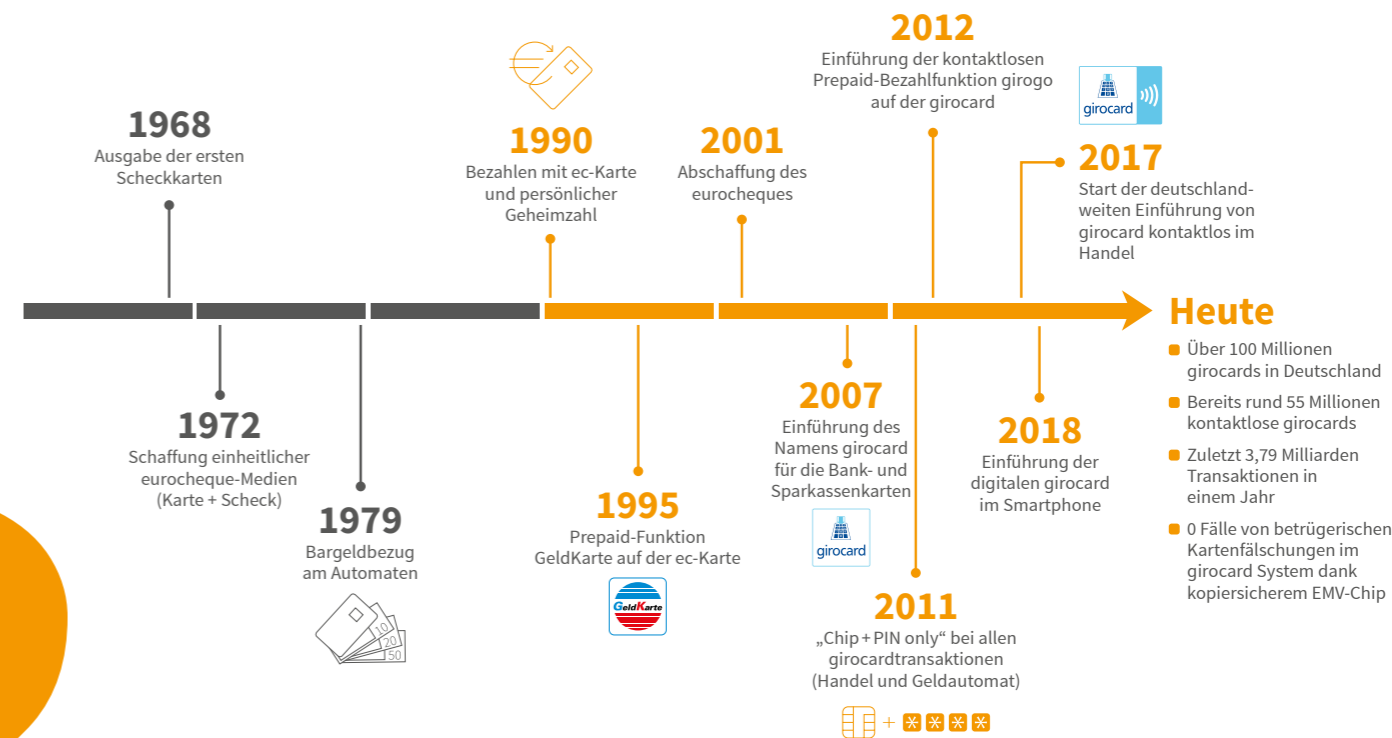
Neben der Dampfmaschine und den aus ihr resultierenden Erfindungen hatte die Elektrizität eine ähnliche revolutionäre Wirkung. Eine Erfindung, die augenscheinlich mit Strom zusammenhängt, ist die Glühbirne. Ab Mitte des 19. Jahrhunderts wurden die ersten Patente auf Glühbirnen angemeldet. Rund ein halbes Jahrhundert später war es plötzlich in öffentlichen Gebäuden, Fabriken und in immer mehr Privathäusern auch nach Einbruch der Dunkelheit ganz ohne Kerzenschein noch hell. Aktuell haben weit über 6 Milliarden Menschen Zugang zu Strom.

Dank Strom konnten aber auch noch andere Ideen entwickelt und erfolgreich umgesetzt werden, z. B. das Telefon. Was zunächst Boten und Briefe und schließlich die Telegraphie übernahm, wurde mit



DAS NORMAL VON HEUTE

Von der ersten Scheckkarte zur girocard: die Entwicklung des elektronischen Bezahlens



dem Telefon leichter: die Kommunikation über weite Strecken. Heute verbinden Unterseekabel Kontinente miteinander, um die Kommunikation zu ermöglichen. Auch kreisen über uns zahlreiche Satelliten, die demselben Zweck dienen.

Bevor der erste Satellit aber ins All geschossen wurde, gab es eine Revolution in der heimischen Wohnstube, die ohne Strom nicht denkbar gewesen wäre. Anfang des 20. Jahrhunderts hielten Radios in vielen Haushalten Einzug. Nachrichten, Musik und Unterhaltungsprogramme zogen die Zuhörer in ihren Bann. Ein paar

Jahrzehnte später folgten Fernsehgeräte. Heutzutage haben über 90 Prozent der Haushalte in Deutschland einen Fernseher.

Dank Büchern, Radio, Fernsehen, dem Telefon und vor allem der Möglichkeit zu deren Massenproduktion wurden Information und Kommunikation zum Massenphänomen. Computer, das Internet und Smartphones sind die Innovationen, die eine radikale Veränderung in der Lebensweise der Menschen herbeiführen.

Vor mehr als 50 Jahren begann eine weitere Erfolgsgeschichte, die ohne die

technologische Basis nicht möglich gewesen wäre: die der girocard. Die damalige Scheckkarte ebnete den Weg, um flexibler bezahlen und dadurch spontaner einkaufen zu können. Die Deutschen nutzen immer mehr diese bargeldlose Bezahlmöglichkeit – allein 3,79 Milliarden Mal im Jahr 2018. Ein sattes Plus von fast 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr! Kein Wunder, stecken doch rund 100 Millionen girocards in deutschen Geldbörsen. Aneinandergereiht könnten diese von der girocard city Kassel aus Kuba, Korea oder Madagaskar erreichen. Die girocard – ein weitreichendes Phänomen. ■

Bezahlen an Ladesäulen

Nicht die Innovationen fehlen, sondern der politische Wille



Eine Million Elektrofahrzeuge sollen bis 2020 auf unseren Straßen rollen, doch nach Prognosen der früheren Nationalen Plattform Elektromobilität wird dieses Ziel klar verfehlt. Wer nach den Gründen sucht, wird auch bei der mangelhaften Ladeinfrastruktur fündig.

Das Problem ist nicht nur, dass ganze Landstriche ohne Ladesäulen auskommen müssen. Auch der Wildwuchs der Bezahlmöglichkeiten an den bestehenden Säulen ist ein erhebliches Manko, weil er die Attraktivität der Elektromobilität schmälert. Die Bundesregierung hat jedoch kaum etwas dafür getan, um dieses Abrechnungswirrwarr zu beenden.

Das E-Roaming, also die Mitnahme eigener Stromverträge bei der Nutzung unterschiedlicher Ladesäulen, ist bislang kaum reguliert. Kostenüberraschungen und eine unüberschaubare Fülle von Ladekarten und Lade-Apps gehören deshalb weiter zum Alltag von E-Auto-Fahrern. Wenn auch noch verschiedene Preismodelle angeboten werden, beispielsweise Abrechnungen nach Kilowattstunden, nach Zeit oder als Pauschalpreise, wird es schnell unübersichtlich.

Zuletzt hat die Bundesregierung das Durcheinander sogar noch gesteigert. Seit Ende 2017 muss es an neuen Ladesäulen die Möglichkeit geben, das E-Auto auch ohne Stromvertrag aufzuladen. Diese Vorgabe ist zwar sinnvoll, weil so jeder Autofahrer theoretisch an jeder Säule laden kann. Doch die erlaubten Bezahlmöglichkeiten für dieses sogenannte „punktueller Aufladen“ sind so breit definiert, dass schnell Verwirrung herrscht, welche Optionen an einer bestimmten Ladesäule tatsächlich zur Verfügung stehen. Neben Bezahlung per girocard, Kreditkarte, PayPal, Giropay, Paydirekt oder Sofortüberweisung kann jeder Betreiber auch die Installation eigener Bezahl-Apps verlangen.

Immerhin haben die Koalitionspartner die Problemlage erkannt und sich im Koalitionsvertrag vorgenommen, „die gesetzlichen Bedingungen für benutzerfreundliche Bezahlssysteme verbessern“ zu wollen. Doch was ist dafür zu tun?

Damit nicht nur beim punktuellen Aufladen, sondern auch beim E-Roaming jede Ladesäule genutzt werden kann, sollten die Betreiber zur Öffnung ihrer Roamingsysteme für andere Stromverträge verpflichtet werden. Beim punktuellen Aufladen wiederum muss die Bundesregierung die Bezahlmöglichkeiten überprüfen und anschließend die verbraucherfreundlichsten Angebote verbindlich für alle Ladesäulen vorschreiben. Bislang hat die Bundesregierung jedoch überhaupt keinen Überblick über die angebotenen Bezahlösungen, wie sie auf meine Anfrage mitgeteilt hat. Und in allen Fällen gilt: Ladekosten müssen transparent und einheitlich dargestellt werden, sodass es keine bösen Überraschungen für die Verbraucher gibt.

Mit der Standardisierung bei der Abrechnung sind die Probleme mit der Ladeinfrastruktur jedoch längst nicht gelöst. Jede noch so praktische Bezahlösung ist nichts wert, wenn E-Auto-Fahrer keine freien Ladesäulen finden. Zwar gibt es bei der Bun-

desnetzagentur eine Ladesäulenkarte, doch die Angabe, ob eine Ladesäule frei oder belegt ist, fehlt. Über einheitliche Bezahlmöglichkeiten hinaus brauchen wir deshalb eine umfassende und öffentliche Datenplattform, über die freie Ladesäulen gefunden werden können. Das verringert den Parkraumsuchverkehr, weil Autofahrer gezielt eine freie Ladesäule ansteuern können, und sorgt für mehr Umsatz bei den Betreibern, weil die Säulen besser ausgelastet sind.

Wenn die Elektromobilität zum Erfolg werden soll, muss das Aufladen von E-Autos so komfortabel werden wie das Tanken von Verbrennern. Die Vielfalt bei den Bezahlösungen zeigt, dass die Technik für das bequeme Laden längst ausgereift ist. Es fehlt lediglich der Wille der Bundesregierung, um durch klare Mindestvorgaben mehr Sicherheit und Verlässlichkeit für die Verbraucher zu schaffen. ■



Stephan Kühn

Sprecher für Verkehrspolitik der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen und Ko-Sprecher des fraktionsübergreifenden Parlamentskreises Elektromobilität des Deutschen Bundestages.





Bezahlösungen an Stromtankstellen

REVOLUTION AN DER LADESÄULE?

In ihren Anfängen war E-Mobilität exklusiv – E-Autos waren rar und sehr teuer. Im Vergleich zu konventionellen Verbrennern genossen sie lange Zeit wenig Popularität – zu groß schießen die Nachteile. So fehlten eine einheitliche Ladeinfrastruktur und die Möglichkeit, getankten Strom einfach und spontan zu bezahlen. Der Durchbruch zum Zukunftskonzept für jedermann war damit nicht möglich. Dank neuer Bezahlösungen, wie girocard kontaktlos oder Mobile Payment, ändert sich das. Haben neue Bezahltechnologien das Potenzial, den Markt zu revolutionieren?

Hemmnis Ladesäuleninfrastruktur

Das Henne-Ei-Problem betrifft auch die E-Mobilität: Der Anteil von E-Fahrzeugen auf den deutschen Straßen bleibt hinter den Erwartungen zurück – Ladesäulen scheinen damit oft ein wenig attraktives Geschäftsmodell. Allein die Anschaffungskosten einer Säule können mehrere zehntausend Euro betragen. Damit die Fahrzeuge als alltagstauglich gesehen werden, fehlt es aber an einer flächendeckenden, einheitlichen Ladeinfrastruktur.

Und an den schon vorhandenen Säulen herrscht Chaos: Mal erfolgt eine Anmeldung per App, mal braucht man eine RFID-Karte, z. B. eines Stromanbieters. „Die ersten Ladesäulengenerationen hatten keine Anbindung an ein Bezahlterminal vorgesehen, schon verwendete RFID-Karten dienten nur zur Entriegelung der Schutzklappe oder Identifikation des Kunden. Abgerechnet wurde oft lediglich über eine erhöhte Parkgebühr. Das ist heute anders: Mit der aktuellen Kontaktlos-Technologie in unseren Terminals können Zahlungen von Anbieter-eigenen RFID-Karten und NFC-Karten eines offenen Systems gleichermaßen abgewickelt werden“, sagt Eric Pitts, Market Manager Payment bei FEIG ELECTRONIC.

Frischer Wind dank verbesserter Rahmenbedingungen

Dank der Ladesäulenverordnung kommt Bewegung in den Markt: Alle Säulen, die nach dem 14. Dezember 2017 errichtet werden, müssen punktuellen Laden gegen Zahlung mittels Bargeldes, eines gängigen karten- oder webbasierten Zahlungssystems ermöglichen. Silvana Jahn, International Key Account Manager bei Ingenico, ist sicher, dass der Markt jetzt auf offene Bezahlssysteme umsteigt: „Geschlossene Systeme wurden

akzeptiert, weil es keine Alternativen gab. Durch die Kommerzialisierung des Ladens rücken offene Bezahlssysteme in den Fokus der Hersteller und Betreiber von Ladesäulen und werden in Zukunft für den Erfolg am Markt entscheidend sein.“ Mitbewerber John Kolthof, Managing Director von CCV Easy, teilt diese Einschätzung: „Da Verbraucher die Möglichkeit haben sollten, ihre bevorzugte Zahlungsmethode frei zu wählen, ist es wichtig, auch offene Bezahlösungen anzubieten.“

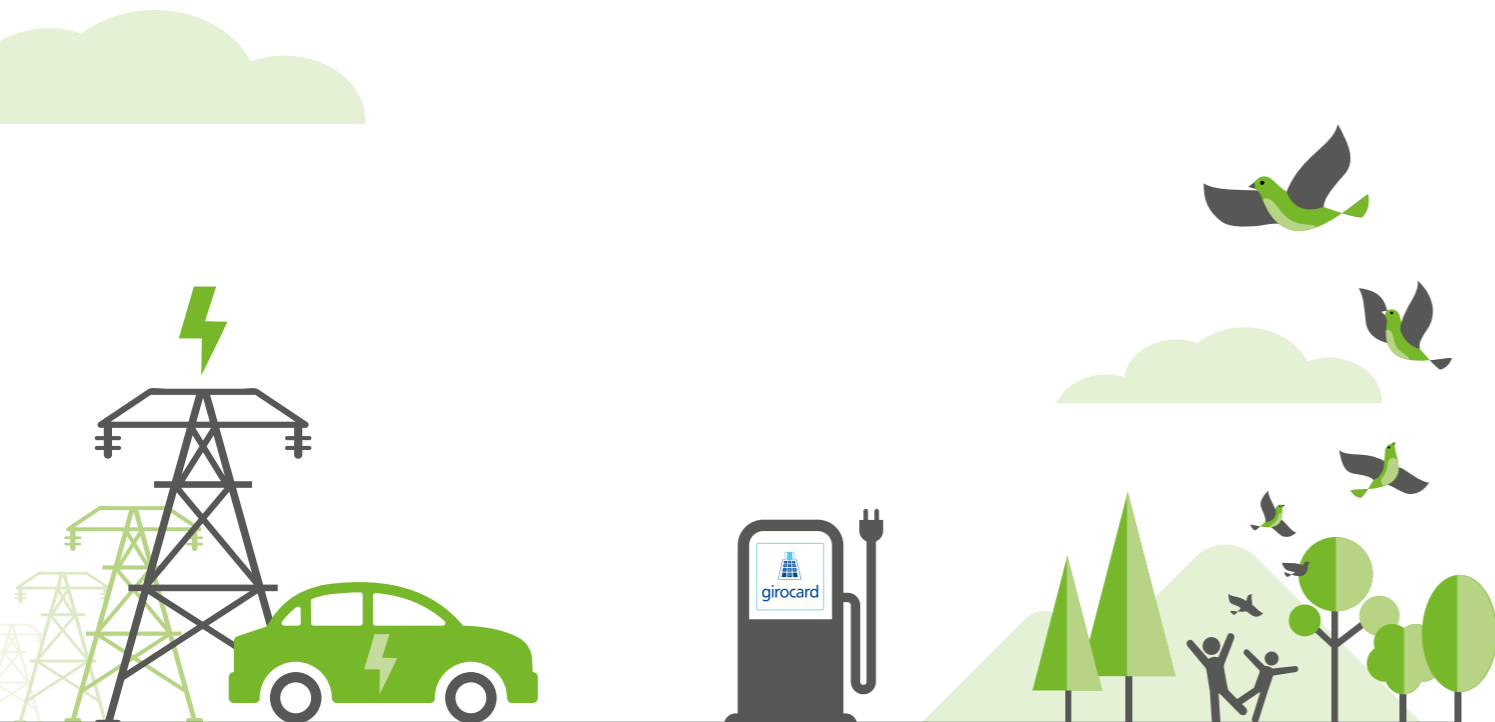
Auch das Mess- und Eichrecht schafft einheitliche Rahmenbedingungen. Alle neuen E-Ladesäulen, die nach Kilowattstunden oder Nutzungszeit abrechnen, müssen ein geeichtes Messgerät haben. Peter Ehrl, Vorstandsmitglied der Initiative und selbst E-Autofahrer, ist überzeugt: „Ist das Angebot erst geschaffen, läuft es stetig besser. Man stelle sich vor, an jeder Tankstelle für Verbrenner mit einer anderen Währung bezahlen zu müssen und mit Euro nur dann bezahlen zu können, wenn auch noch Roaming-Gebühren anfallen. Stromtanken muss so einfach sein wie Benzintanken!“

Treiber Kartenzahlung

Im Vergleich zu geschlossenen Systemen birgt der Einsatz der girocard Potenziale: Die Abrechnung erfolgt transparent direkt vom Konto. Zudem ist sie weit verbreitet. Hierzulande gibt es sie über 100 Millionen Mal, rund 55 Millionen sind bereits kontaktlosfähig. Bis Ende 2019 werden es rund 70 Millionen sein. Der Bezahlvorgang erfordert keine vorherige Authentifizierung und ist denkbar einfach – nur die eigene Bankkarte an das Terminal halten, Strom tanken, wegfahren. Da der Zahlbetrag meist unter 25 Euro liegt, ist auch der Einsatz der günstigeren Terminals ohne PIN-Pad an den Säulen sinnvoll. Mit dem Start von Mobile Payment der Deutschen Kreditwirtschaft Mitte 2018 sind außerdem die Voraussetzungen geschaffen, an Säulen mit der Option von kontaktlosen Kartenzahlungen auch mit dem Smartphone zu bezahlen. Die Technologie ist dieselbe. Nur der Formfaktor ist ein anderer. Und die Nachfrage nach kartenbasierten Bezahlssystemen von girocard und den internationalen Kartensystemen an der Stromtankstelle wächst, berichten alle Branchenexperten. Die Revolution an der E-Ladesäule hat gerade erst begonnen. ■

Umfrage zur E-Mobilität

Zukunftspotenzial & Bürgerwunsch



52%

der Befragten würden am liebsten mit der girocard und Abbuchung vom Konto an der E-Ladesäule bezahlen.

19%

derjenigen Befragten, die einen Autokauf planen, ziehen mit großer Wahrscheinlichkeit ein reines E-Auto in Betracht.

45%

In der jüngeren Generation bis 29 Jahre sehen die Umwelt als die größte Motivation für die Anschaffung eines Elektroautos.

In den vergangenen Monaten erhielt die Debatte rund um die E-Mobilität neuen Schwung: Auf den Straßen erblickt man öfter E-Fahrzeuge. Raststationen und Parkbuchten werden zunehmend auch von E-Ladesäulen gesäumt. Und die Schlagzeilen zu alternativen Mobilitätskonzepten häufen sich. Ein Aspekt, der u. a. diskutiert wird, ist die unübersichtliche Bezahlungssituation an der Säule. Oft sind sich die Verfasser der Schlagzeilen jedoch noch uneinig, ob sie der Zukunft der E-Mobilität optimistisch oder pessimistisch gegenüber stehen. Laut einer repräsentativen Online-Umfrage von infas quo im Auftrag der EURO Kartensysteme GmbH¹ sieht eine Mehrheit der Bevölkerung dies deutlich klarer: Das Glas „E-Mobilität“ ist halb voll und nicht halb leer. Und auch wenn es um das Bezahlen an der Säule geht, gibt es einen klaren Favoriten.

Zwei Drittel (69 Prozent) der Befragten blicken optimistisch auf die Entwicklung der E-Mobilität: Sie gehen davon aus, dass sich der Anteil der Elektroautos in den nächsten fünf Jahren erhöhen wird. Auch wenn aktuell noch ein Benziner beim nächsten Autokauf von einer Mehrheit (62 Prozent) bevorzugt wird, zieht ein Viertel (25 Prozent) derjenigen Befragten, die einen Autokauf planen, mit großer Wahrscheinlichkeit ein Hybridmodell in Betracht. Für 19 Prozent ist sogar ein reines E-Auto wahrscheinlich. Bei den Befragten, bei denen der Autokauf in spätestens zwei Jahren ansteht, kann sich sogar knapp ein Drittel (28 Prozent) gut vorstellen, einen PKW mit Hybridtechnik zu kaufen. Bei den reinen E-Fahrzeugen liegt der Anteil bei 22 Prozent.

Bezahlen? Mit girocard, bitte!

Der Wille ist da, jedoch gibt es auch Hürden zu überwinden: Das Bezahlen an der E-Ladesäule ist eine davon. Schließlich sollte es für Autofahrer schnell und

einfach sein, an der Säule zu tanken und auch zu bezahlen. Aktuell herrscht dort jedoch noch ein Chaos an Zahlungssystemen. Über alle Altersgruppen hinweg wird deshalb die Möglichkeit begrüßt, an der Säule über die girocard zu bezahlen. 61 Prozent fänden diese Lösung sehr gut und würden sie auf jeden Fall nutzen.

Könnten die Befragten frei wählen, dann würden 52 Prozent der Befragten am liebsten mit der girocard und Abbuchung vom Konto an der E-Ladesäule bezahlen. Überraschend ist, dass das an Automaten übliche und gewohnte Bezahlmittel Bargeld mit 19 Prozent weit abgeschlagen in der Gunst der Kunden ist, ebenso wie die Kreditkarte (17 Prozent). Bei den Befragten bis 29 Jahre schlägt das Herz noch stärker für die gewohnte Bank- oder Sparkassenkarte: Unter ihnen möchten am liebsten rund zwei Drittel (64 Prozent) mit ihrer girocard zahlen.

Vor allem die jüngere Generation zeigt sich umweltfreundlich

Die größten Hemmschwellen bei der Anschaffung eines Elektroautos sind in den Augen der Befragten zu hohe Anschaffungskosten (53 Prozent), zu geringe Reichweite (29 Prozent) und schlechte Ladesäuleninfrastruktur (19 Prozent). Nur etwa 10 Prozent der Bürger sind der Meinung, dass es genügend Ladesäulen gibt.

Überraschend ist, dass die Frage nach der Umweltbilanz zur Generationenfrage wird: Altersübergreifend geben 22 Prozent an, eine bessere Umweltbilanz der Elektroautos würde zum Kauf motivieren. In der jüngeren Generation bis 29 Jahre ist die Umwelt die größte Motivation für die Anschaffung eines Elektroautos (45 Prozent), während Befragte über 60 Jahren sich eher für ein Elektroauto entscheiden würden, wenn die Reichweite erhöht würde (26 Prozent).

1) 349 Personen zwischen 16 und 69 Jahren.

Damit die E-Mobilität über alle Altersstufen hinweg erfolgreich wird und diese Hürden überwunden werden, ist demnach noch einiges zu tun. Den Tank- und Bezahlalltag dabei so bequem wie möglich zu machen, ist dabei sicher ein wichtiger Faktor – und im Vergleich zu anderen Herausforderungen wie den Anschaffungskosten vergleichsweise leicht zu meistern. Denn die passende Lösung gibt es mit der girocard bereits: Durch die Nutzung der heimischen Bankkarte an E-Ladesäulen profitieren Verbraucher von dem offenen System und der Möglichkeit, die Karte zu nutzen, die sie ohnehin in der Geldbörse haben. ■



Ladesäuleninfrastruktur

DIE ZUKUNFT IST VERNETZT

Trotz der bekannten Hürden beim Ausbau der E-Ladesäuleninfrastruktur in Deutschland blickt die Branche optimistisch in die Zukunft. Initiative-Mitglieder geben einen Einblick, wie die nahe und ferne Zukunft des Bezahls an der Stromtankstelle aussehen kann.

Das Angebot kartenbasierter Bezahltechnologien für E-Ladesäulen ist bereits vielfältig: Es reicht von klassischen Terminals mit Gehäuse oder Display über Modelle zur Integration hinter Glas oder Kunststoff bis zu reinen Kontaktlos-Terminals ohne PIN-Pad. „Dank standardisierter Autorisierungsmethoden muss die NFC-Karte bzw. das Smartphone zur Bezahlung nur einmal zu Anfang vor das kontaktlose Terminal in der Ladesäule gehalten werden. Laden, wegfahren, fertig. Der Betreiber hat dennoch volle Zahlungsgarantie im girocard System“, so Eric Pitts von FEIG ELECTRONIC.

Dank innovativer Softwarelösungen kann das Bezahlen darüber hinaus auch mit anderen Leistungen verknüpft werden, z. B. mit Loyalty-, Bonus- oder CityCards. Das ermöglicht laut Silvana Jahn von Ingenico die Bonifizierung des Einkaufs, beispielsweise beim Händler vor Ort in Form von Kilowattstunden oder Parkzeit statt wie bisher klassisch mit Punkten. John Kolthof, Managing Director von CCV Easy, sieht das Bezahlen von morgen an der E-Ladesäule in klassischen elektronischen Zahlungsterminals in Verbindung mit In-App-Zahlungen: „Andere Branchen, wie Parken, deuten in eine vergleichbare Richtung.“

In der Vernetzung unterschiedlicher Leistungen – über das Bezahlen hinaus – sehen die Experten die Zukunft der E-Mobilität. Albert Mager, Geschäftsführer der Hoellinger GmbH, appelliert jedoch an Industrie und Politik:

„Um die E-Mobilität wirklich voranzubringen, müssen sich meiner Meinung nach alle beteiligten Akteure an einen Tisch setzen – die Autobranche, Energieindustrie, die Netzbetreiber, die Politik.“

Nur so kann die Zukunftsmusik zur gelebten Realität an der E-Ladesäule werden. Denn die Lösungen von morgen müssen heute in gemeinsamer Arbeit entstehen. „Bisher habe ich das Gefühl, dass jeder mit dem Finger auf den anderen zeigt und sich so aus der Verantwortung zieht.“ ■

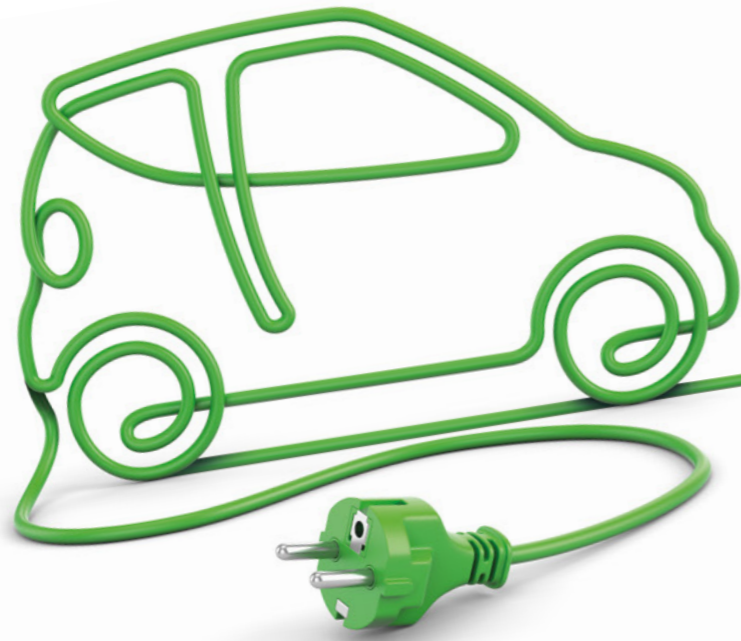


BOOST YOUR BUSINESS



VALINA™

Steigern Sie Ihren Umsatz mit dem smarten, einteiligen NFC-Terminal mit PIN on Glass, welches auch Chip- und Magnetstreifenkarten akzeptiert!



Nutzung vereinfachen, Nachfrage stärken

Nutzer von E-Autos stehen bei öffentlichen Ladesäulen immer wieder vor Problemen. Soll die E-Mobilität durchstarten, muss das öffentliche Laden deutlich einfacher werden.

Elektroautos sind auf deutschen Straßen noch immer ein seltener Anblick. Dies steht in Kontrast zu dem Stellenwert, den das Thema in Medien, Politik und auch bei vielen Autoherstellern einnimmt. Die Autobauer präsentieren verstärkt neue E-Fahrzeuge und die öffentliche Hand unterstützt die Elektromobilität in vielen Bereichen. Dazu zählen der Ausbau der öffentlichen Ladeinfrastruktur oder die Förderung von Grundlagenforschung, z. B. in der Batterie- oder Fahrzeugtechnik. Dies hilft Herstellern, kommt aber auch den Nutzern zugute. Zudem hat der Gesetzgeber auch direkte finanzielle Vorteile für Käufer von Elektroautos geschaffen. Dazu zählen die Kaufprämie, Steuervorteile für Dienstwagen oder dass Fahrzeuge steuerfrei beim Arbeitgeber geladen werden können. Doch trotz dieser und weiterer Maßnahmen waren 2018 nur ein Prozent der Neufahrzeuge E-Autos. Um eine Antriebswende zu erreichen, muss einiges passieren.

Das noch wenig attraktive Fahrzeugangebot, die hohen Anschaffungskosten und die geringe Reichweite von E-Autos sind für potenzielle Kunden nach wie vor gewichtige Gründe, nicht auf einen Elektroantrieb umzusteigen. Doch hier ist in naher Zukunft mit positiven Entwicklungen zu rechnen. Sinkende Produktionskosten und die Fortschritte in der Batterietechnologie werden E-Autos finanziell und technologisch immer konkurrenzfähiger machen.

Ein Hindernis bei der Nutzung darf dabei jedoch nicht vergessen werden: Obwohl derzeit ein Großteil der Ladevorgänge zu Hause oder während der Arbeitszeit stattfindet, müssen viele E-Autofahrer regelmäßig auf öffentliche Ladesäulen zurückgreifen. Sei es für die Ladung zwischendurch oder wenn man im Urlaub weitere Strecken zurücklegen muss. Hier wird es jedoch, jenseits der reinen Anzahl und räumlichen Verteilung von Ladepunkten, regelmäßig problematisch. Ladesäulenbetreiber haben unterschiedliche Preismodelle entwickelt, die häufig nicht verbraucherfreundlich sind. Verbrauchsunabhängige „Session Fees“ oder zeitbasierte Tarife erlauben keine verlässliche Prognose, wie viel genau der Kunde für eine bestimmte Strommenge zahlen muss. Zudem sind die technischen Voraussetzungen, eine öffentliche Ladesäule nutzen zu können, von Anbieter zu Anbieter unterschiedlich. Bei der einen

Sinkende Produktionskosten und die Fortschritte in der Batterietechnologie werden E-Autos finanziell und technologisch immer konkurrenzfähiger machen.

Ladesäule braucht man eine App, bei der zweiten eine Chipkarte und bei der dritten einen Token. So unterschiedlich, wie die Tarife und Zugangsvoraussetzungen sind, sind auch die Abrechnungen. Mal bekommen Kunden direkt nach Beendigung des Ladevorgangs eine E-Mail mit allen wichtigen Informationen, mal Wochen oder Monate später eine Sammelabrechnung. Dieses Durcheinander ist nicht verbraucherfreundlich und somit auch nicht zukunftsfähig. Unabhängig vom Betreiber muss die Nutzung aller Ladesäulen mittels eines Zugangsmediums möglich sein. Die Preise dürfen, zumindest an Normalladesäulen, ausschließlich auf Kilowattstunden basieren und die Abrechnung muss zeitnah, im besten Fall sofort erfolgen. Gängige kontaktlose Kredit- oder Debitkarten können eine für Verbraucher gute Lösung darstellen. Einschränkungen bei der Nutzung, z. B. für bestimmte Kartenbetreiber oder ausländische Karten, sind zu vermeiden. Zudem muss das System technisch sicher

und gegen Missbrauch geschützt sein, eine Grundvoraussetzung für Nutzer. Können sich die Verbraucher dann noch auf einer Website oder App über wirklich alle Ladepunkte informieren, inklusive Echtzeitangaben zur Verfügbarkeit, wird das Laden wirklich einfach. ■



Gregor Kolbe

ist Referent für Verkehrsmärkte und Regulierung und seit 2016 beim Verbraucherzentrale Bundesverband. Schwerpunkte seiner Arbeit sind der öffentliche Verkehr sowie eine verbrauchergerechte und zukunftsfähige Mobilität mit dem Auto. Davor war er mehrere Jahre in verschiedenen Positionen beim Verkehrsclub Deutschland tätig.



Kontakt- los ist keine Frage des Alters

Wer in den 1960ern Kind war, gehört heute schon zur Generation 60 plus. Damals und heute Kind zu sein – das scheint, wie in zwei Welten aufzuwachsen. Wo früher das Festnetztelefon zu Hause etwas Besonderes war, ist heute das Smartphone schon in vielen Kinderhänden Standard. Doch das Interesse für Technik ist keine Generationenfrage und wer früher gern Neues erkundet hat, zeigt auch heute oft noch denselben Entdeckergeist – und das auch beim Bezahlen.

Allensbach-Umfrage
zur girocard



45%

der Inhaber einer girocard **ab 60** erachten die kontaktlose Bezahlung als praktisch oder sogar sehr praktisch. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. vom Juni 2018. Das Institut für Demoskopie Allensbach hatte dafür 1.192 Personen ab 16 Jahren befragt.

Über alle Altersgrenzen hinweg finden es 60 Prozent der girocard Inhaber (sehr) praktisch, durch Vorhalten der Karte zu bezahlen.



77%

sind es bei den **16- bis 29-Jährigen**. Damit sind die, für die „digital“ seit Kindertagen normal ist, die größten Befürworter.

Sie sind es auch, die aktuell die größte Begeisterung für neue Verfahren zeigen: Mit 52 Prozent gibt es bei den unter 30-Jährigen folgerichtig auch bereits eine Mehrheit, die beim Einkaufen statt der gewohnten Karte auch das Smartphone ans Terminal halten würde.

Dass die Zukunft des Bezahlalltags kontaktlos ist, unterstreicht auch Werner Süßlin, der für das Institut für Demoskopie Allensbach die Studie begleitet hat: „Obwohl es in allen Altersgruppen noch Vorbehalte gibt, zeigt die Innovationsbereitschaft der jüngeren Generation, dass Bezahlinnovationen in Zukunft zur gelebten Tradition werden können.“ Beim aktuellen Bezahverhalten sind die Vorreiter jedoch in einer anderen Altersgruppe zu finden:

49%

der **30- bis 44-Jährigen** zücken an der Kasse generell lieber die Karte als Münzen und Scheine.



Unter allen Befragten zahlt knapp ein Drittel (31 Prozent) bereits grundsätzlich lieber mit Karte. Umsatztechnisch hat die Karte in der Studie des EHI Retail Institute zu den Zahlungsarten im Einzelhandel 2017 mit 46,9 Prozent einen neuen Rekordwert für sich beansprucht.

Beim Thema Bezahlen geht es dabei nicht nur um die Frage nach dem „Wie“, sondern auch um das „Wo“. Denn auch wenn elektronisches und insbesondere kontaktloses Bezahlen mittlerweile auf großes Interesse

der Bürger stößt, gibt es noch einige Bereiche, in denen der sprichwörtliche Rubel klassischerweise nur bar rollt, z. B. in vielen Metzgereien oder auf dem Wochenmarkt. Knapp die Hälfte der Befragten würde es begrüßen, ihre girocard auch bei diesen Gelegenheiten nutzen zu können (46 Prozent). Überdurchschnittlich offen sind hier erneut die Befragten zwischen 16 und 29 Jahren, von denen es 60 Prozent praktisch oder sehr praktisch fänden, z. B. beim Bäcker oder Metzger, auf dem Markt, im Blumenladen, beim Arzt oder bei Lieferdiensten, bargeldlos zu bezahlen. Rund drei Viertel von ihnen stufen den Einsatz

der girocard an Automaten wie z. B. Snack-, Getränke- oder Fahrkartenautomaten als praktisch oder sehr praktisch (74 Prozent) ein. Diese Ansicht teilen auch 59 Prozent aller Befragten, unabhängig vom Alter.

Einig sind sich die Befragten über alle Altersgrenzen hinweg auch beim Thema Sicherheit. So betrachten rund drei Viertel der Befragten (73 Prozent) die klassische Bezahlung per girocard und PIN-Eingabe als sicher. Aber auch viele weitere Vorzüge zeichnen die Debitkarte der deutschen Banken und Sparkassen in den Augen der Bürger aus: So verbindet jeweils die Mehrheit der Bevölkerung die heimische Debitkarte mit Modernität (70 Prozent), Komfort (54 Prozent) und Flexibilität (50 Prozent). ■

Sicherheit vs. Innovation?

Zur Neuordnung des Bezahlens in Deutschland

Jahresveranstaltung der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

Mobile Payment markiert nicht nur den nächsten logischen Schritt innerhalb der Evolution des Bezahlens. Im Kontext von Digitalisierung und neuen technischen Möglichkeiten ist es unentbehrlich, auch die Datensicherheit für Kunden zu gewährleisten. Doch wie können Sicherheit und Innovation in der Praxis in Einklang gebracht werden? Mit dieser Frage beschäftigte sich die Initiative Deutsche Zahlungssysteme auf ihrem Parlamentarischen Abend im Haus der Commerzbank am 20. März 2018 in Berlin.

Die Nachfrage nach innovativen Zahlungssystemen wie dem kontaktlosen Bezahlen bietet enorme Chancen für die Wirtschaft. Das stellt wiederum die Politik vor Herausforderungen: Um etwa einen angemessenen Umgang mit Kundendaten zu gewährleisten, sind z. B. angepasste regulatorische Rahmenbedingungen notwendig. Eine Reaktion: die branchenintern vielfach diskutierte Zweite Zahlungsdiensterichtlinie (PSD2), die im Januar 2018 in Kraft trat.

Vor diesem Hintergrund begrüßte die Initiative auf ihrem 13. Parlamentarischen Abend Dr. Michael Meister von der CDU/CSU-Bundestagsfraktion. Der Parlamentarische Staatssekretär bei



der Bundesministerin für Bildung und Forschung und beim Bundesminister der Finanzen a. D. war an der nationalen Umsetzung der PSD2 beteiligt. In seiner Keynote sprach der Parlamentarische Staatssekretär über die Hintergründe der Richtlinie:

„Wir haben in der vergangenen Legislaturperiode das Zahlungsverkehrsrecht an den technologischen Fortschritt angepasst, die Sicherheit von Zahlungen – insbesondere im Internet – verbessert und den Schutz der Kundinnen und Kunden gestärkt. Davon profitieren innovative Unternehmen sowie Verbraucherinnen und Verbraucher gleichermaßen.“

In Reaktion bekräftigten die Branchenvertreter Christian Schollmeyer, Abteilungsleiter, Leiter e- und m-Payment, Digitalisierung und Payment beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband, und Jörg Stahl, Vorsitzender des Bundesverbandes der electronic cash-Netzbetreiber, dass Datenschutz auch für sie Priorität habe. Überregulierung könne jedoch nicht das Ziel sein.

In der anschließenden Podiumsrunde betonte Antje Tillmann, finanzpolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, es sei Aufgabe der Wirtschaft, innovative Technologien zu entwickeln, die international konkurrenzfähig, sicher und praktisch sind. Aufgabe der Politik sei es, „die Sicherheit zu kontrollieren und die Rechte von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu wahren“. Gemeinsam mit vier weiteren Gästen diskutierte sie die Frage: „Welche Rolle



spielen Innovation und Sicherheit in unserem Bezahlalltag?“ Laut Ulrich Binnebösel, Zahlungsverkehrsexperte beim Handelsverband Deutschland, falle die Entscheidung darüber, wie praxistauglich und konkurrenzfähig Bezahlinnovationen sind, an der Ladenkasse.

Damit elektronische Zahlungsmittel auch für mittelständische und kleine Handwerksbetriebe in Frage kommen, müssen sie für Dr. Friedemann Berg vom Zentralverband des Deutschen Bäckereihandwerks zukunftsfähig, investitionssicher, kostengünstig und leicht handhabbar sein. Einen Blick auf die Technik hinter der Sicherheitsarchitektur der girocard bot Dr. Thomas Denny: Innovationen im Zahlungsverkehr können nur sicher und zugleich bequem umgesetzt werden, wenn hierfür auf zukunftssichere technische Plattformen zurückgegriffen werden könne, wie dies für die girocard der Fall sei, führte der Sicherheitsexperte von SRC Security Research & Consulting aus. So stützt sich kontaktloses Bezahlen auf die etablierte NFC-Technologie. Laut Peter Blasche von EURO Kartensysteme ist so auch das kontaktlose Bezahlen per Smartphone möglich.

Ingo Limburg, Vorstandsvorsitzender der Initiative, resümiert: „Dank sicherer und innovativer Bezahlösungen ist es heute möglich, neue Einsatz- und Akzeptanzbereiche für das bargeldlose Bezahlen zu erschließen. Aufbauend auf das bewährte und sichere System der girocard gestalten wir so gemeinsam die Zukunft des Bezahlens in Deutschland.“



→ Mehr zum Thema „innovative Bezahlösungen“ lesen Sie im Beitrag zur digitalen girocard ab Seite 14.

VERNETZT

für modernes Bezahlen in Deutschland

81 Stimmen, eine Botschaft

Die Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

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

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

Aktivitäten der Initiative Deutsche Zahlungssysteme



Politische Kommunikation

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



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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



Interne Kommunikation

Newsletter, Mailings sowie regelmäßige Monitoringberichte zu branchenspezifischen, bundes- und europapolitischen sowie vereinseigenen Entwicklungen; Information, Service und Beratung.



Recherche

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



Event

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



Magazin

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



Koordination

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



Webauftritt

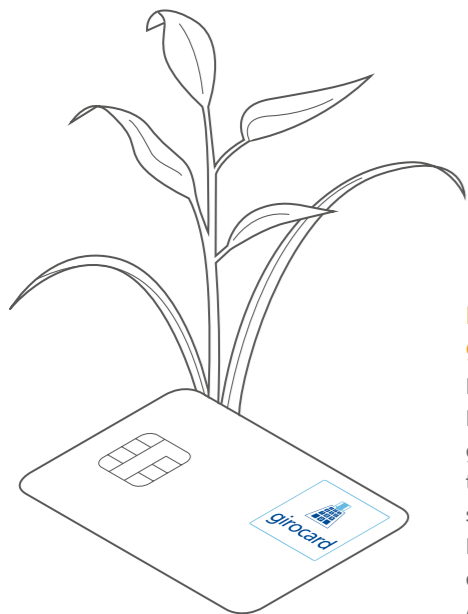
Verlinkung mit den Mitgliedsunternehmen; Information über vereinsrelevante Projekte; Aufgreifen relevanter Inhalte von girocard.eu sowie des Magazins und der Pressearbeit.



Jetzt Mitglied werden

www.initiative-deutsche-zahlungssysteme.de

Neuigkeiten



Wachstumstreiber girocard

Der kartengestützte Umsatz im deutschen Handel wächst und der Wachstumstreiber heißt: girocard. Im Frühjahr 2018 machte die jährliche Studie des EHI Retail Institute diese starke Rolle des girocard Systems deutlich. Der Rückgang der Bargeldzahlungen wird besonders durch die Kontaktlos-Funktion der Bank- und Sparkassenkarten vorangetrieben, welche die Kunden sehr gut annehmen, so die Studie „Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel“. Für das Jahr 2017 bedeutet dies, dass der Anteil der girocard am Gesamtumsatz des Handels bei rund 26,3 Prozent lag. Der Bargeldanteil sank erstmals in der Geschichte der EHI-Erhebung auf unter 50 Prozent.

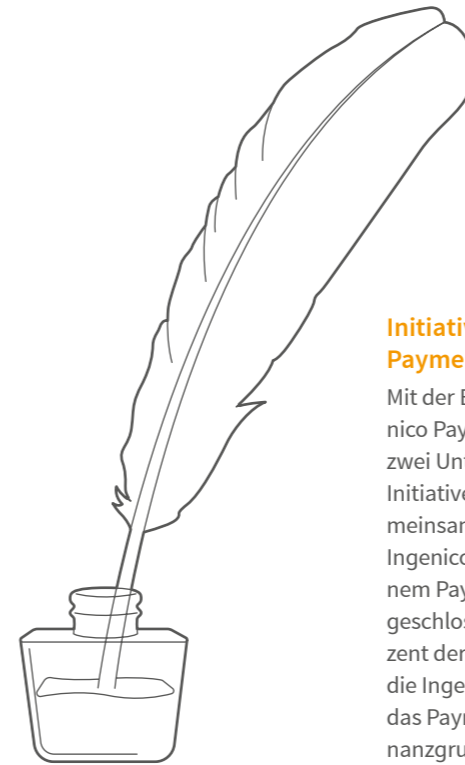
Mobile Payment Initiative gegründet

Im Herbst 2018 hat das EHI die Mobile-Payment-Initiative gegründet – und die girocard (vertreten durch die EURO Kartensysteme) ist mit dabei. Hintergrund sind die gestiegene Verbreitung von Mobile Payment in Deutschland und der Bedarf, darüber aufzuklären. Aktuell stehen über alle Altersgruppen hinweg gesehen laut einer Studie 36 Prozent dem mobilen Bezahlen offen gegenüber.¹ Damit diese Zahl noch weiter steigt, möchte das EHI mit der Initiative über Mobile Payment aufklären. Händler und Verbraucher sollen optimal über die Vorteile des modernen Bezahls informiert werden, damit sie sich trotz großer Auswahl an Bezahlösungen sicher fühlen. Ziel ist es, Händlern und Verbrauchern grundlegende Kenntnisse über die innovative Technologie und die verschiedenen Verfahren und Systeme zu vermitteln. Einzelhändler sollen somit entscheiden können, welche mobile Bezahllösung für ihre Kunden optimal ist, und Verbraucher sollen Lust auf mobiles Bezahlen bekommen.

www.mobile-payment-initiative.de

Expertensicht auf den digitalen Wandel

Im Juni 2018 befasste sich die Informationsveranstaltung der Deutschen Kreditwirtschaft mit dem digitalen Wandel. Das Expertenforum diskutierte darüber, wie dieser die Art der Menschen zu bezahlen beeinflussen wird. Dr. Joachim Schmalzl vom Deutschen Sparkassen- und Giroverband stellte zunächst die stark gewachsene Zahl an girocard Transaktionen 2017 heraus: Rund 3,18 Milliarden Mal wurde sie von Kunden zum Bezahlen genutzt, so oft wie noch nie. In Vorträgen und Diskussionen präsentierten zahlreiche Podiumsgäste aus Kreditwirtschaft und Wirtschaft Vorschläge, wie sie aktiv den digitalen Wandel mitgestalten können, z. B. während der Podiumsdiskussion zum Thema „Warum setzt die DK auf die digitale girocard?“ Darüber hinaus wurde über Weiterentwicklungen rund um das Thema Mobile Payment gesprochen sowie über die Innovationen, die im girocard System möglich sind. In naher Zukunft wird das Thema In-App-Käufe z. B. eine größere Rolle spielen.



BdB übernimmt Federführerschaft der Deutschen Kreditwirtschaft

Zum Start des Jahres 2019 hat der Bundesverband deutscher Banken (BdB) die Rolle des Federführers der Deutschen Kreditwirtschaft übernommen. Er löste damit den Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) ab, der diese Rolle 2018 innehatte. Die Federführung über die Deutsche Kreditwirtschaft wechselt jährlich zwischen BdB, DSGV und dem Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR).

Parkschein ade!

Die Osnabrücker Parkstättenbetriebsgesellschaft OPG macht es möglich, dass Tiefgaragennutzer keinen Parkschein mehr ziehen müssen. In den Parkhäusern Ledenhof und Vitihof können Benutzer die Parkschränke auch mit der gewohnten girocard oder der digitalen girocard im Smartphone öffnen. Ob man die Karte klassisch steckt oder modern und kontaktlos Karte oder Smartphone an das Lesegerät hält – Ein- und Ausfahren wird dadurch deutlich bequemer. Das Anstehen am Kassenautomaten ist also in den Osnabrücker Tiefgaragen passé.

Initiative-Mitglieder gründen Payment-Joint-Venture

Mit der BS Payone GmbH und der Ingenico Payment Services GmbH haben sich zwei Unternehmen aus den Reihen der Initiative Deutsche Zahlungssysteme gemeinsam mit weiteren Gesellschaften der Ingenico Group zum Jahresanfang in einem Payment-Joint-Venture zusammengeschlossen. Der DSV hält dabei 48 Prozent der Anteile der neuen Payone GmbH, die Ingenico Group 52 Prozent. Ziel ist es, das Payment-Geschäft der Sparkassen-Finanzgruppe im DACH-Raum mit Service- und Produktleistungen der Payone GmbH zu stärken. Außerdem erhoffen sich die Beteiligten positive Auswirkungen auf das Händlerakzeptanzgeschäft.

CardProcess heißt nun VR Payment

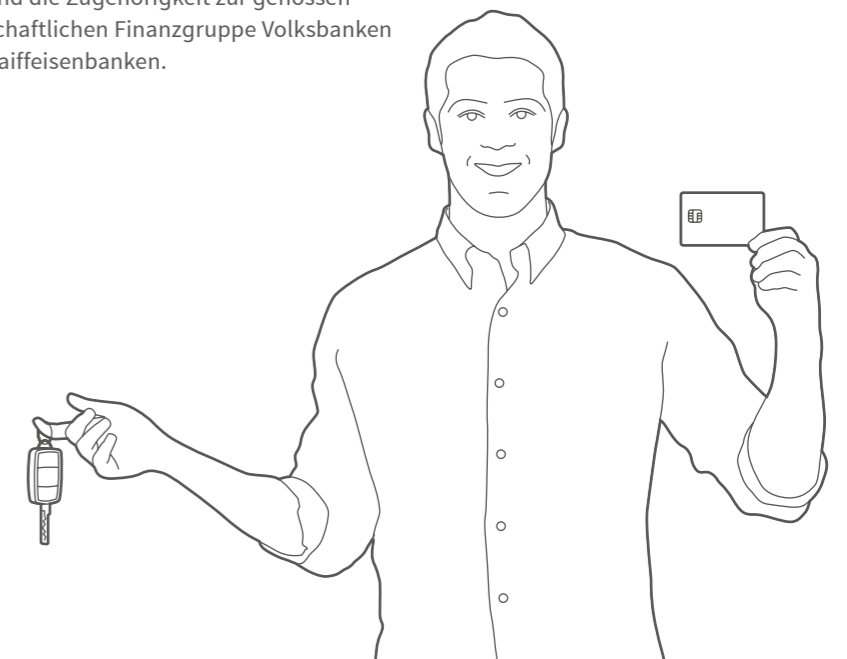
Zum Jahresbeginn 2019 hat Initiative-Mitglied CardProcess zur VR Payment GmbH umfirmiert. Der Namenswechsel bildet den Abschluss einer umfassenden Modernisierung in den letzten beiden Geschäftsjahren. Die Neuausrichtung des Unternehmens unterstreicht die Bedeutung des Payments und die Zugehörigkeit zur genossenschaftlichen Finanzgruppe Volksbanken Raiffeisenbanken.

girocard Jahreszahlen 2018 mit deutlichem Zuwachs

Der Erfolgstrend der girocard hat 2018 weiter an Fahrt aufgenommen. Mit rund 3,79 Milliarden Transaktionen erreichte das Debitsystem der Deutschen Kreditwirtschaft einen neuen Rekordwert und einen Zuwachs von rund 19,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr, wie die Statistik der Deutschen Kreditwirtschaft zeigt. Die Umsätze stiegen um rund 15,1 Prozent auf 187,4 Milliarden Euro. Der durchschnittliche Bezahlbetrag lag damit bei 49,39 Euro (2017: 51,15 Euro).

Großen Einfluss auf diese Entwicklung hat das kontaktlose Bezahlen mit Karte und Smartphone. Über das Jahr gesehen war rund jede zehnte girocard Transaktion bereits kontaktlos (9,8 Prozent). Die Zeichen stehen dabei weiter auf Wachstum: Im Jahresverlauf hatte sich der Anteil der kontaktlosen Transaktionen von rund 5,4 Prozent im Januar auf rund 15,7 Prozent im Dezember fast verdreifacht. Dass kontaktloses Bezahlen besonders im Kleingeldbereich punktet, zeigt der besonders niedrige Durchschnittsbetrag von 33,61 Euro bei NFC-Zahlungen. Auch die Akzeptanz der girocard im Handel steigt stetig an: Mit rund 840.000 aktiven Terminals im Markt verzeichnet die Kreditwirtschaft einen Zuwachs um rund 2,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Mehr zu den girocard Jahreszahlen finden Sie unter girocard.eu/presse. ■



¹) Online-Befragung von 1.046 Verbrauchern, durchgeführt von EHI und Kantar TNS zum Status quo des mobilen Bezahls in Deutschland.

Vorstellung neuer Mitglieder



BE Bezahl-Experten GmbH & Co. KG

Mit ihrem Namen verrät die Bezahl-Experten GmbH & Co. KG eigentlich schon, dass sie sich geschäftlich in der Welt der Initiative bewegt. Als innovativer Payment-Dienstleister verfügt das Unternehmen über Expertise zu Vertrieb von Kartenterminals inklusive passender Abwicklungsverträge für die girocard, Debit- und Kreditkarten. Ihr Know-how setzen die Bezahl-Experten gezielt für ihre Kunden ein, indem sie als kaufmännischer Netzbetreiber mit unterschiedlichen Dienstleistern zusammenarbeiten und somit die zum jeweiligen Geschäft passenden Geräte inklusive Abwicklung bieten können. Ein besonders wichtiges Anliegen für die Bezahl-Experten ist die Transparenz ihrer Dienstleistungen. Auf der Website findet sich deshalb ein ausführlicher Ratgeber. Das Unternehmen leistet damit einen wertvollen Beitrag für die Verbreitung und Akzeptanz bargeldlosen Bezahls bei Händlern und Kunden.



epay – transact Elektronische Zahlungssysteme GmbH

Mit der epay – transact Elektronische Zahlungssysteme GmbH begrüßt die Initiative einen der weltweit führenden Full-Service-Anbieter im Bereich E-Payment in ihren Reihen. Mit rund 707.000 Point-of-Sale-Terminals an 323.000 Verkaufsstellen in 39 Ländern bietet epay seinen Partnern dabei Leistungen für die gesamte Service-Prozesskette an: von der Beratung über die Produktion und Logistik, die technische Integration und Abwicklung bis hin zu umfassenden Reportings sowie einem Support von Marketing, Vertrieb und IT.



LAVEGO AG

Ein weiterer Neuzugang ist die LAVEGO AG, die bereits seit 1992 im Bereich des bargeldlosen Zahlungsverkehrs tätig ist. Die inhabergeführte Gesellschaft ist konzern- und bankenunabhängig und agiert mittlerweile auch europaweit. Sie autorisiert und verarbeitet primär Zahlungsinstrument-Transaktionen aller gängigen Formate über Point-of-Sale-Terminals und ist bei der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) als Netzbetreiber für electronic cash und bei der BaFin als Zahlungsinstitut zugelassen. Neben dem Einzelhandel hat das Unternehmen Schwerpunkte in den technisch anspruchsvollen Märkten wie Tankstellen und unbedienten Terminals in Automaten. Dank einer eigenen Softwareabteilung ist das Unternehmen auch in der Lage, flexibel auf Kundenwünsche einzugehen sowie speziellere Projekte und Zusatzleistungen anzubieten und zeitnah umzusetzen.



SCHMIDT GmbH Maschinen & Gerätebau

Die Schmidt GmbH Maschinen & Gerätebau ist seit 2018 Mitglied bei der Initiative und arbeitet seit rund 40 Jahren daran, seine Kunden noch zufriedener zu machen. Als Spezialist für Zahlungssysteme in der Gemeinschaftsverpflegung entwickelt und produziert das Unternehmen bargeldlose Kioskterminals. Die Schmidt GmbH Maschinen & Gerätebau bietet dabei verschiedene Bezahlssysteme für die schnelle und einfache Bezahlung an Kassen und Automaten, wie Kaffee- und Verkaufsautomaten. In diesem Zusammenhang ist für sie das kontaktlose Bezahlen mit der girocard kontaktlos und dem Smartphone interessant.



Städtische Werke Überlandwerke Coburg GmbH

Neu in den Reihen der Initiative ist auch die Städtische Werke Überlandwerke Coburg GmbH (SÜC GmbH). Als kommunales Unternehmen versorgt sie zum einen die Bevölkerung mit Elektrizität, Gas, Wasser und Fernwärme, zum anderen kümmert sie sich um den öffentlichen Personennahverkehr, Badeeinrichtungen und Telekommunikation. Etwa im ÖPNV, in Schwimmbädern und bei E-Ladesäulen wird bargeldloses Zahlen immer wichtiger. Innovationen wie girocard kontaktlos helfen, damit immer mehr Menschen unkompliziert bargeldlos bezahlen können – und wollen.

Wir machen den Weg frei: Für das Bezahlen von morgen

Als Payment-Spezialist der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken bieten wir globale bargeldlose Bezahlverfahren für das lokale Business.

vr-payment.de

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

Die Mitglieder

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

Förderer:

EURO Kartensysteme GmbH

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

REINER SCT GmbH & Co. KG

Baumannstr. 18, 78120 Furtwangen
www.reiner-sct.com
Andreas Staiger, astaiger@reiner-sct.com

Premiumpartner:

BS PAYONE GmbH

Lyoner Str. 9, 60528 Frankfurt (Main)
www.bspayone.com
Niklaus Santschi
Niklaus.Santschi@bspayone.com

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

Im Mediapark 8, 50670 Köln
www.bdta.de
Sascha Waltemate, waltemate@bdta.de

CCV Deutschland GmbH

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

FHDS Solutions & Services GmbH

Am Borsigturm 50, 13507 Berlin
www.fhds-gmbh.de
Franz Schraml
franz.schraml@fhds-gmbh.de

FirstData GmbH

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

Garz & Fricke GmbH

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

Giesecke + Devrient Mobile

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

Hoellinger GmbH

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

Ingenico GmbH

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

SIZ GmbH

Simrockstr. 4, 53113 Bonn
www.siz.de
Dr. Beate Schmitz, beate.schmitz@siz.de
Michael Senkbeil, michael.senkbeil@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
Dr. Martin Hausmann
martin.hausmann@verifone.com

Volksbank Mittelhessen eG

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

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 Kaschefi, a.kaschefi@bdv-vending.de

Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (BVR)

Schellingstr. 4, 10785 Berlin
www.bvr.de
Matthias Hönisch, m.hoenisch@bvr.de

Bundesverband deutscher Banken e.V. (BdB)

Burgstr. 28, 10178 Berlin
www.bankenverband.de
Jörg Bernhauer, joerg.bernhauer@bdb.de

Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschland e.V. (VÖB)

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

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

Charlottenstr. 47, 10117 Berlin
www.dsgv.de
Christian Schollmeyer
christian.schollmeyer@dsgv.de

Elavon Financial Services DAC

Lyoner Str. 36
60528 Frankfurt (Main)
www.elavon.de
Thomas Haarmann
thomas.haarmann@elavon.com

epay | transact Elektronische Zahlungssysteme GmbH

Lyoner Str. 36, Fraunhoferstr. 10
www.epay.de
Martin Siebler, m.siebler@epay.de

Ernst Kühner e. K.

Neuer Weg 11, 96450 Coburg
www.genussvollzug.de
Peter Ehrl, pe@genussvollzug.de

exeet Card AG

Senfelderstr. 10, 33100 Paderborn
www.exeet-card-group.com
Uwe Kley, u.kley@exeet-card.com

FEIG ELECTRONIC GmbH

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

Gemalto GmbH

Werinherstr. 81, 81541 München
www.gemalto.com
Andreas Schremmer
Andreas.Schremmer@gemalto.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

Partner (Fortsetzung):

Ostermeier GmbH & Co. KG

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

Star Finanz Software Entwicklung und Vertriebs GmbH

Grüner Deich 15, 20097 Hamburg
www.starfinanz.de
Birte Bachmann
birte.bachmann@starfinanz.de

VfL Wolfsburg Fußball GmbH

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

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 Heidesheim am Rhein
www.2m-advertising.de
Nadja Mumbächer
mumbaecher@2m-advertising.de

Akcaay-Schwarz Consulting GmbH

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

ATW Automatentechnik Wartchow GmbH

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

Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH

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

BE Bezahlxperten GmbH & Co. KG

Hauptstr. 73, 50996 Köln
www.bezahlxperten.de
Milan Klesper
beratung@bezahlxperten.de

Card4Vend GmbH

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

CASIO Europe GmbH

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

City Kaufleute Kassel e.V.

Neue Fahrt 12, 34117 Kassel
www.einkaufen-kassel.de
Alexander Wild, alexander_wild@gothaer.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

Unit 51–52, Suttons Business Park
Suttons Park Avenue, Early
Reading UK, RG6 1AZ
www.cranepi.com
Günter Maas
Gunter.Maas@cranepi.com

Dammann Services

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

DBS Projektsteuerung GmbH

Masurenweg 12, 30163 Hannover
www.dbs-projekt.de
Peter Rakebrandt
rakebrandt@dbs-projekt.de

Deutscher Genossenschafts-Verlag eG

Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden
www.dgverlag.de
Erik Heimbächer
eheimbaecher@dgverlag.de

ECS Cleaning Solutions GmbH

Wolfener Str. 32–34, 12681 Berlin
www.elixclean.de
Thomas Großherr, post@elixclean.de

EDV-Service Schaupp GmbH

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

Frankfurter Sparkasse

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

GiroWeb Nord GmbH

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

Hamburger Sparkasse AG

Wikingerweg 1, 20454 Hamburg
www.haspa.de
Oliver Elsner, oliver.elsner@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.tabak-gengenbach.de
Oliver Gengenbach
oliver.gengenbach@tabak-gengenbach.de

Kreissparkasse Köln

Neue Poststr. 15, 53721 Siegburg
www.ksk-koeln.de
Marcus Schmitter
marcus.schmitter@ksk-koeln.de

Kreissparkasse Ludwigsburg

Schillerplatz 6, 71638 Ludwigsburg
www.ksklb.de
Konstantin Chatzis
konstantin.chatzis@ksklb.de

Kurt A. Behrmann Wäschereimaschinen und Reinigungsanlagen GmbH

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

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

Paycult GmbH & Co. KG

Wolf-Heidenheimstr. 12, 60489 Frankfurt (Main)
www.paycult.com
Helmuth Butt, helmuth.butt@paycult.com

performance Medien & Datensysteme GmbH

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

Professional Services GmbH Datentechnik

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

Rechtsanwaltskanzlei Helmuth Hoen

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

relatio PR GmbH

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

Mitglieder (Fortsetzung):

REMONDIS Recycling GmbH & Co. KG
Rhenus-Platz 1, 59439 Holzwickede
www.remondis-recycling.de
Marc Herrmann
marc.herrmann@remondis.de

SCHWARZ Computer Systeme GmbH
Altenhofweg 2a, 92318 Neumarkt
www.schwarz.de
Manfred Schwarz, info@schwarz.de

SCHMIDT GmbH Maschinen & Gerätebau
Draisstr. 2, 77933 Lahr
www.schmidtsysteme.de
Ulf Schmidt, info@schmidtsysteme.de

Sielaff GmbH & Co. KG
Münchener Str. 20, 91567 Herrieden
www.sielaff.de
Robert Zahn, r.zahn@sielaff.de

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

Sparkasse Bad Hersfeld-Rotenburg
Dudenstr. 15, 36251 Bad Hersfeld
www.sparkasse-bad-hersfeld-rotenburg.de
Jürgen Fischer
juergen.fischer@spk-hef.de

Sparkasse KölnBonn
Adolf-Grimme-Allee 2, 50829 Köln
www.sparkasse-koelnbonn.de
Michael Schedletzky
michael.schedletzky@sparkasse-koelnbonn.de

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

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

Stadtsparkasse München
Sparkassenstr. 2, 80331 München
www.stadtsparkasse-muenchen.de
Peter Galgoczy, peter.galgoczy@sskm.de

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

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

S&Z Elektronik GmbH
Schieferstein 8, 65439 Flörsheim am Main
www.suz-elektronik.de
Peter Polak,
polak@suz-elektronik.de

TMCN GmbH & Co. KG
Nordstr. 26, 33102 Paderborn
www.tmcn.de
Dieter Hovemeyer
dieter.hovemeyer@tmcn.de

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

Volksbank Plochingen eG
Am Fischbrunnen 8, 73207 Plochingen
www.volksbank-plochingen.de
Torsten Schwarz
ezv@volksbank-plochingen.de

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

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

Redaktion
Sandra Schubert, Nina Kuffer, Anne Ausfelder,
Manuela Osiander, Yasemin Ayyün

Gastautoren
Albrecht Wallraf, Bundesverband deutscher Banken
Stephan Kühn, Bündnis 90/Die Grünen
Gregor Kolbe, Verbraucherzentrale Bundesverband

Anzeigen
REINER SCT (U2)
worldline (S. 43)
VR Payment (S. 55)
girocard (U3)

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


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

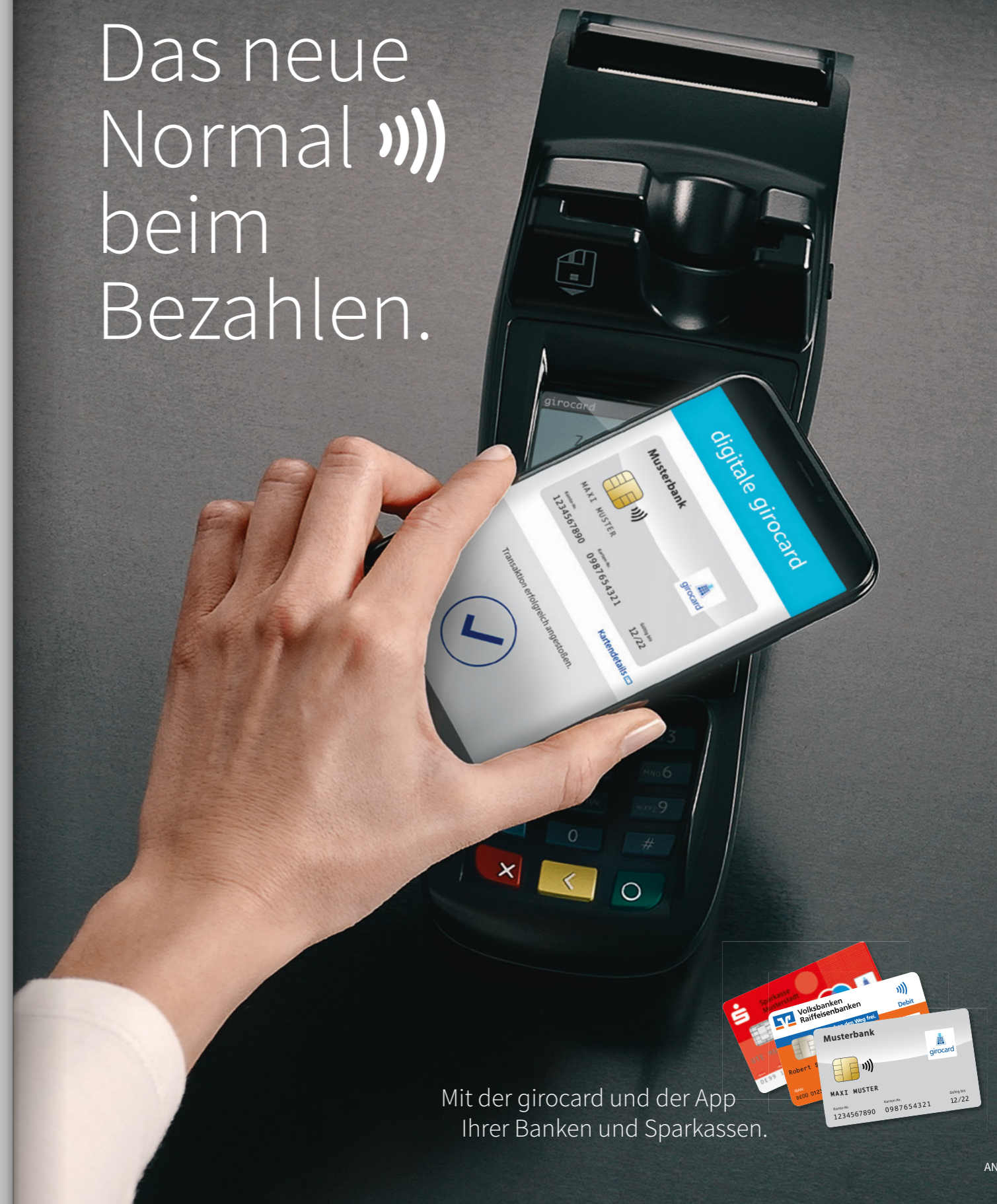
Auflage
2.000 Stück
ProChip erscheint jährlich mit einer Schutzgebühr von 7,50 Euro

Bildnachweis
EURO Kartensysteme GmbH (S. 3, 4, 12, 16, 19, 26, 29, 46),
iStock/t_kimura (S. 5, 34), iStock/JuliusKielaitis (S. 5, 36),
iStock/bluejayphoto (S. 6), iStock/BlackJack3D (S. 14),
Dr. Ernst Stahl (S. 17), iStock/AND-ONE (S. 18), Shutterstock/Parilov (S. 22),
iStock/VichienPetchmai (S. 24), iStock/scanrail (S. 27), Albrecht Wallraf (S. 28),
iStock/pressdigital (S. 29), iStock/kyoshino (S. 29), iStock/ffolas (S. 30)
Karl F. G. Matl / Jürgen Göbel (S. 31), Sebastian Anslinger/Sven Bertel/
Stephan Dutenhöfer/Matthias Fricke/Dr. Martin Hausmann/Milan Klesper/
Michaela Lux/Niklaus Santschi/Ines Schoenenberg/Jörg Stahl/
Sascha Waltemate/Dr. Carsten Wengel (S.32, 33),
Bild von Stephan Kühn: Fotograf und Rechteinhaber: Stefan Kaminski (S. 37),
iStock/Chesky_W (S. 38), iStock/AVTG (S. 42), iStock/mbortolino (S. 44),
Gregor Kolbe (S. 45), iStock/shapecharge (S. 47), iStock/Halfpoint (S. 47),
iStock/stockce (S. 47), Thomas Trutschel/photothek.net (S.48,49)
iStock/masato df (S. 50)



Mit Karte heißt mit girocard.

Das neue
Normal 
beim
Bezahlen.



Mit der girocard und der App
Ihrer Banken und Sparkassen.





Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.