

# Auf dem digitalen Weg



**sb** ■ Die Sparkassen haben in letzter Zeit gleich mehrfach Schlagzeilen gemacht: im digitalen Bereich etwa mit Yomo und Kwitt, im „klassischen“ Zahlungsverkehr mit Einschränkungen der kostenfreien Bargeldversorgung, wie sie einige Institute zumindest bei kostengünstigen Kontomodellen praktizieren, und zuletzt mit dem Verkauf des eigenen Kartenproduzenten Electronic Payment Cards GmbH, Gmund. Die genannten Beispiele geben einen Fingerzeig darauf, in welche Richtung sich der Zahlungsverkehr bewegt: Weg von den klassischen Verfahren immer mehr in Richtung Smartphone.

Die Trennung der DSV-Gruppe von dem bisherigen Joint Venture mit Giesecke & Devrient ist kaufmännisch eine völlig rationale Entscheidung. Wenn ein Anbieter nicht zu wettbewerbsfähigen Preisen produzieren kann, dann ist es weder sinnvoll, weiterhin dort zu bestellen, noch an einer Tochter festzuhalten, die man selbst nicht mehr mit Aufträgen bedenkt. Natürlich ist es schmerzlich, wenn sich ausgerechnet ein Anbieter, an dem man selbst die Mehrheit hält, als nicht wettbewerbsfähig erweist. Ein Verbunddienstleister wie der Deutsche Sparkassenverlag kann es aber gegenüber den Instituten vor Ort nicht vertreten, Karten zu überbeuerten Preisen anzubieten. Überreizen sollte man die hohe Verbundtreue der Sparkassen an dieser Stelle schließlich nicht, erst recht nicht in Zeiten eines ausgeprägten Margendrucks. Weil der DSV seit jeher eine Mehranbieterstrategie verfolgt hat, lässt sich der Ausfall von EPC verschmerzen. Und der Verkauf der 51-prozentigen Beteiligung an den bisherigen Joint-Venture-Partner Giesecke & Devrient heißt natürlich nicht, dass die Sparkassen jetzt aus Kostengründen keine Karten mehr ausgeben werden, wie man aus manchen Medienberichten den Eindruck haben konnte. Die Entscheidung macht aber einmal mehr deutlich, dass die physische Karte mit all der „unsichtbaren“ Technik ein Kostenfaktor ist. Wie in vielen anderen Bereichen auch, spielen hier Skaleneffekte eine ganz wesentliche Rolle. Dieser Aspekt könnte perspektivisch noch stärker an Bedeutung zunehmen, dann nämlich, wenn mobile Bezahlfverfahren und mit ihnen virtuelle Karten im Markt vordringen und in der Folge irgendwann auch die Stückzahlen der Plastikkarte als Trägermedium der Bezahlinformation sinken werden. An dieser Stelle baut der DSV mit der Trennung von EPC jetzt schon vor. Wie Kartenhersteller wie G & D sich diesem Transformationsprozess anpassen werden, bleibt spannend zu beobachten.

Gerade Deutschland ist von einem oft schon vorausgesagten Durchbruch des mobilen Bezahls und damit vom Ende der Karten-Ära noch ein gutes Stück entfernt. Gleiches gilt für die „bargeldlose Gesellschaft“. Und doch weist die Vielfalt der neuen Initiativen, die das Smartphone mit einbeziehen, den Weg in diese Richtung, seien es nun P2P-Services wie Kwitt (Sparkassen), Geld senden (VR-Banken), Lendstar oder künftig auch Paydirekt, sei es Blue Code, die neue mobile App der Deutschen Bank oder auch Payback-Pay. Immerhin 11 Millionen Mal wurde die Payback-App von den 29 Millionen Payback-Kunden bereits heruntergeladen. Selbst die neue Kooperation der Sparda-Banken mit Barzahlen.de, bei der es eigentlich um erweiterte Möglichkeiten der Bargeldversorgung geht, deutet in die gleiche Richtung. Schließlich kommt auch hier das Smartphone des Kunden anstelle der Karte zum Einsatz, wie es ja selbst an einigen Geldautomaten bereits möglich ist. Einstweilen sind solche Angebote eher Zusatzservices für technikaffine Kunden, als dass daran zu denken wäre, dafür klassische Verfahren abzuschaffen. Doch so hat auch die Bargeldversorgung am Geldautomaten einmal angefangen. Und je häufiger mobile Verfahren zum Einsatz kommen, umso stärker wird auch ein Nachahmereffekt greifen, wie ihn Dirk Schwarze von Edeka Hessenring beim kontaktlosen Bezahlen wahrnimmt. Ganz von der Hand zu weisen ist die Perspektive, dass die physische Karte dereinst vom Standard zum (entsprechend bepreisten) Zusatzservice für „Komfortkunden“ werden könnte, deshalb nicht. ■