

# Deutsche Bank – mit Fiserv-Joint-Venture ins Händlergeschäft

**V**on Swantje Benkelberg – Als die Deutsche Bank im Februar den Aufbau eines Geschäftsbereichs Payment Services ankündigte, war eines klar: Es gab einiges, worauf man im neuen Betätigungsfeld Händlergeschäft würde aufbauen können. Andererseits räumte Kilian Thalhammer im Interview in Karten 2/2021 auch Defizite ein. Die Breite der Bezahlverfahren ist dabei vermutlich das geringere Problem. Baustelle Nummer eins war hingegen die technologische Basis für das Acquiring.

Wie sich die Deutsche Bank hier aufstellen will, hat sie am 21. Juni dieses Jahres bekannt gegeben. Gemeinsam mit dem US-amerikanischen Payment-Dienstleister Fiserv gründet die Bank ein Joint-Venture mit Sitz in Frankfurt, das kleinen und mittelgroßen Unternehmen im deutschen Markt umfassende Zahlungsakzeptanz- und Bankdienstleistungen anbieten soll. Das gemeinsame Unternehmen soll mehrere Zahlungsverkehrslösungen unter einem Dach bündeln, darunter Clover, Fiservs Plattform für Zahlungsakzeptanz an der Ladenkasse, um so das bestehende Angebot der Deutschen Bank zu ergänzen.

„Zusammen mit Fiserv können wir unseren KMU-Kunden Konten, Zahlungslösungen und Bankdienstleistungen bereitstellen“, sagt Stefan Hoops, Leiter der Unternehmensbank der Deutschen Bank. „Niemand sonst in Deutschland verfügt über ein solch umfassendes Angebot. So können wir unseren Kunden alles aus einer Hand anbieten, das bedeutet für sie geringere Kosten und weniger Komplexität.“

Weil die Deutsche Bank sich mit ihren Merchant Services vor allem an rund 800 000 Bestandskunden richten wird, wird das Joint Venture von Anfang an mehrere tausend Unternehmen betreu-

en. Zielgruppe sind jedoch nicht allein Kunden der Deutschen Bank, sondern auch der Konzernmarken Postbank und Fyrst, der im Oktober 2019 an den Markt gegangen Digitalbank der Deutschen Bank, die sich an Unternehmensgründer und Selbstständige richtet.

Allein aus dem Deutsche-Bank-Konzern heraus dürfte sich somit bereits ein gewisser Kundenstamm ergeben. Darüber hinaus sollen die Leistungen jedoch auch für Nichtkunden am Markt angeboten werden. Das ist vermutlich unumgänglich – schließlich sind Skaleneffekte im Payment eine wichtige Größe. Das heißt: Ganz ohne in den Verdrängungswettbewerb mit den etablierten Paymentdienstleistern am deutschen Markt einzutreten, wie es die Deutsche Bank bei Vorstellung ihrer neuen Payment-Strategie in den Raum stellte, wird es wohl nicht gehen. Die Chance, weitere Kunden am Markt zu akquirieren, wird sich Fiserv wohl nicht nehmen lassen.

## Joint Venture als erprobte Option

Dass die Deutsche Bank sich für den Aufbau der nötigen Acquiring-Plattform für ein Joint-Venture mit einem etablierten Anbieter entschieden hat, war naheliegend. Die Plattform selbst aufzubauen, wäre vermutlich viel zu aufwendig gewesen – vor allem im Hinblick auf das ausgegebene Ziel eines Marktstarts der Händlerservices im dritten Quartal dieses Jahres. Und eine bloße Kooperation mit einem Partner hätte der Bank vermutlich zu wenig Einfluss gesichert.

Ein Joint Venture ist in solchen Fällen die Option der Wahl – siehe Payone als Gemeinschaftsunternehmen der DSV-Gruppe mit dem Payment-Riesen Worldline. In solchen Konstruktionen geht es darum, sich einerseits Technologie und

Know-how eines etablierten Players zu sichern, andererseits aber eine stärkere Position zu haben, als sie eine bloße Kundenbeziehung bieten würde.

## Bestehende Zusammenarbeit bietet die Basis

Zweifellos wird man davon ausgehen, dass die Deutsche Bank die zur Wahl stehenden Optionen genau geprüft hat. Dass die Wahl letztlich auf Fiserv gefallen ist, scheint jedoch folgerichtig. Schließlich bestehen hier bereits Verbindungen über die Marke First Data, die seit 2019 zu Fiserv gehört. Seit April 2020 läuft eine Zusammenarbeit im Bereich kontaktloser Terminals für Einzelhändler und Lieferdienste. Dieses Hardwaregeschäft hat die Deutsche Bank von Anfang an auch im Rahmen der neuen Paymentstrategie nicht zur Disposition gestellt.

Eine Option wäre vermutlich auch EVO Payments gewesen. Nachdem 2015 das Acquiring-Geschäft der Postbank, P.O.S. Transact, an EVO Payments verkauft worden war, die bereits 2012 die Deutsche Card Services von der Deutschen Bank übernommen hatte, wäre dies vielleicht einem allzu großen Gesichtsverlust gleichgekommen und hätte die Aufmerksamkeit zu stark auf den Rückzug der letzten Jahre aus dem Payment-Geschäft gelenkt. Dazu zählte zuletzt im Jahr 2017 die Trennung der Deutschen Bank von ihrer Beteiligung an Concardis.

Das unbestreitbar etwas unstete Engagement der Deutschen Bank im Payment-Geschäft mag auch der Grund dafür gewesen sein, dass der Netzbetrieb von Fiserv, der als First Data GmbH unter der alten Marke Telecash operiert, nicht in das Joint Venture eingebracht wird. So fällt vielleicht bei einem neuerlichen Kurswechsel die Trennung leichter.