PAYMENT-DIENSTLEISTER

Was von Wirecard übrig bleibt

Nach dem Insolvenzantrag von Wirecard beim Amtsgericht München am 2. Juli wurden sogleich Mutmaßungen darüber angestellt, was sich im Insolvenzverfahren wohl überhaupt noch würde retten lassen. Das eigentliche Asset eines Technologieunternehmens, so die durchaus nachvollziehbare Argumentation, bestehe schließlich in der technologischen Plattform. Und es sei fraglich, ob Mitbewerber, die ja selbst über eigene Plattformen verfügen, daran überhaupt Interesse haben würden.

Diese Unkenrufe scheinen sich bislang nicht bestätigt zu haben. Wie der Insolvenzverwalter mitgeteilt hat, gibt es (Stand Ende Juli) mittlerweile mehr als 140 Interessenten, die Teile des Wirecard-Geschäfts übernehmen wollen. 60 davon interessieren sich für die Wirecard North America Inc., für das Acquiring- und Issuing-Geschäft haben 77 Interessenten Vertraulichkeitsvereinbarungen unterzeichnet. Insolvenzverwalter Dr. Michael Jaffé ist deshalb „zuversichtlich, einen Investor für das Kerngeschäft zu finden".

Welche der inzwischen auf den Weg gebrachten Investorenprozesse am Ende wirklich Erfolg haben werden, wird sich natürlich zeigen müssen. Denn wie das am „Wühltisch" so üblich ist, wird das Preis-Leistungsverhältnis nicht jedes vermeintliche Schnäppchen tatsächlich einen Käufer überzeugen. Die Ausganglage könnte allerdings kaum besser sein. Nach wie vor ist der Markt der Paymentdienstleister kräftig in Bewegung. Die Konsolidierung ist in vollem Gang. Dass Größe und Skaleneffekte in diesem Geschäft eine immer stärkere Rolle spielen, dürfte das Interesse potenzieller Investoren erklären. So zahlreich sind die Gelegenheiten für Akquisitionen nun auch wieder nicht.

Stärker noch als an der technischen Plattform ist dabei möglicherweise das Interesse an Kundenportfolios, um sich so Marktanteile einzukaufen. Hier werden potenzielle Käufer allerdings genau hinschauen. Schließlich scheint das Geschäft von Wirecard längst nicht so profitabel gewesen zu sein, wie lange geglaubt.

Von der Wirecard-Insolvenz profitieren können Wettbewerber bereits jetzt, ohne sich am „Ausverkauf" zu beteiligen. Wie schnell das gehen kann, zeigt das Beispiel Aldi Nord. Ende Juni hatte der Discounter entschieden, den Dienstleister zu wechseln. Innerhalb von vier Tagen wurde man sich mit Fiserv einig, zwölf Stunden später begann die Portfolio-Migration. Dass beide Unternehmen bereits beim Online-Kanal „Aldi liefert" zusammenarbeiten, mag dazu beigetragen haben, den Prozess zu beschleunigen. Doch ähnliche Möglichkeiten stehen auch anderen großen Händlern und ihren Dienstleistungspartnern offen. Wie stark sie davon Gebrauch machen, davon kann es mit abhängen, was von Wirecard übrig bleibt. Red.

DIE ZAHL

70 Prozent der Kartenzahlungen in der DACH-Region liefen in den ersten fünf Wochen nach der Wiedereröffnung des Einzelhandels kontaktlos ab. Das geht aus einer Auswertung von Concardis hervor. Vor dem Shutdown wurden 55 Prozent der bargeldlosen Zahlungen kontaktlos abgewickelt. Am höchsten ist die Kontaktlosquote mit 93 Prozent in Bäckereien. Hier lag sie auch bereits vor der Corona-Krise bei 84 Prozent. Ebenfalls überdurchschnittlich ist die Kontaktlosquote im Lebensmitteleinzelhandel mit 77 Prozent (plus 6 Prozentpunkte) sowie in Drogerien und Apotheken mit 73 Prozent (plus 2 Prozentpunkte). Die größte Steigerungsrate weist die Auswertung mit einem Plus um 14 Prozentpunkte (auf 61 Prozent) für Schuhgeschäfte aus. In Blumengeschäften erhöhte sich die Kontaktlosquote von 56 auf 64 Prozent. Verglichen wurde jeweils der Zeitraum fünf Wochen vor dem Shutdown, fünf Wochen während der Schließungen sowie fünf Wochen nach der Wiedereröffnung des Einzelhandels. Der Großteil der Transaktionen wurde dabei über Kreditkarte abgewickelt, rund ein Viertel der betrachteten Zahlungsvorgänge lief über Debitkarten. Red.

RECHTSFRAGEN

EU-Kommission prüft Apple Pay

Europas Mühlen mahlen bekanntlich langsam. Und doch kann man mehr und mehr den Eindruck gewinnen, dass der „schlafende Riese" EU inzwischen zumindest aufgewacht ist um nun entschlossen, den meist US-amerikanischen Technologie- und Internetgiganten die Stirn zu bieten. Das zeigt das jüngste EuGH-Urteil in Sachen Privacy Shield. Es zeigen allerdings auch zwei förmliche kartellrechtliche Untersuchungen gegen Apple, die die EU-Kommission eingeleitet hat.

Zum einen prüft die EU-Wettbewerbsaufsicht, ob Apples Regeln für App-Entwickler zum Vertrieb von Apps über den App-Store gegen das EU-Wettbewerbsrecht verstoßen. Konkret geht es dabei um die verbindliche Verwendung von Apples hauseigenem System für In-App-Käufe und die Einschränkung der Möglichkeiten der Entwickler, i-Phone- und i-Pad-Nutzer über günstigere alternative Kaufoptionen außerhalb der Apps zu informieren. Darüber hatten sich der Streamingdienst Spotify und eines Hörbuch-Händler beschwert.

Zum anderen prüft die Kommission das Verhalten von Apple im Zusammenhang mit dem Zahlungsdienst Apple Pay, um festzustellen, ob dieses gegen die EU-Wettbewerbsvorschriften verstößt. Dabei geht es insbesondere um die Geschäftsbedingungen von Apple und die sonstigen Maßnahmen zur Integration von Apple Pay in kommerzielle Apps und Websites auf i-Phones und i- Pads, die Beschränkung des Zugangs zur NFC-Funktion auf i-Phones für Zahlungen in Online-Shops und Ladengeschäften sowie um mutmaßliche Verweigerungen des Zugangs zu Apple Pay.

„Apple legt offenbar Bedingungen für die Nutzung von Apple Pay in kommerziellen Apps und auf Websites fest. Außerdem stellt es die iPhone-Funktion „tap and go" nur für Zahlungen mit Apple Pay bereit. Apple darf den Verbrauchern mit seinen Maßnahmen aber nicht die Vorteile der neuen Zahlungstechnologien vorenthalten", so Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager. Damit Verbraucher von einer

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

besseren Auswahl, höherer Qualität, Innovation und wettbewerbsbestimmten Preisen profitieren könnten, werde die Kommission die Verhaltensweisen von Apple im Zusammenhang mit Apple Pay und ihre Auswirkungen auf den Wettbewerb auf den Prüfstand stellen.

Nach einer vorläufigen Prüfung hat die Kommission Bedenken, dass die Geschäftsbedingungen von Apple und seine sonstigen Maßnahmen zur Integration von Apple Pay zum Kauf von Waren und Dienstleistungen über Apps und Websites auf i-OS/i-PadOS-Geräten den Wettbewerb verfälschen, die Auswahl verringern und die Innovationstätigkeit dämpfen könnten. Das betrifft nicht zuletzt die Tatsache, dass Apple Pay als einzige Lösung für mobile Zahlungen auf Basis der NFC-Technologie auf Apple-Geräten genutzt werden kann. Deshalb sollen „mutmaßliche" Beschränkungen des Zugangs zu Apple Pay für Konkurrenzprodukte daraufhin untersucht werden, ob diese Praktiken gegen die EU-Vorschriften über wettbewerbswidrige Vereinbarungen zwischen Unternehmen (Artikel 101 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union [AEUV]) und/oder die EU-Vorschriften über den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung (Artikel 102 AEUV) verstoßen.

Die Payment-Branche wird diese Nachricht vermutlich mit Befriedigung zur Kenntnis genommen haben. Schließlich ist entsprechende Kritik an den entsprechenden Praktiken des Technologiegiganten schon lange geäußert worden. Unter anderem berichten Marktteilnehmer, dass „Verhandlungen" mit Apple sich vor allem durch ein einseitiges Diktat der Vertragsbedingungen auszeichnen – nach dem Motto „nimm es oder lass es". Zu Recht haben Banken immer wieder bemängelt, dass es eine Verzerrung des Wettbewerbs bedeute, wenn die Kreditwirtschaft einerseits die Kontoschnittstelle für Wettbewerber öffnen muss, die gleiche Anforderung aber nicht an die Gerätehersteller gestellt werde.

Diese Kritik hat die Kommission nun offenbar aufgenommen – wenn auch reichlich spät. Immerhin sind durch eine Vielzahl von Vereinbarungen zwischen Apple und Kreditinstituten bereits Fakten geschaffen worden. Die Kommission will die eingehende Untersuchung zwar „vorrangig behandeln". Das mag dann zwar im EU-Maßstab rasch vorangehen. Gemessen an der Veränderungsgeschwindigkeit in der Paymentbranche dürfte das allerdings wohl immer noch ein Schneckentempo sein. Red.

BEZAHLVERHALTEN

Aufschließen zu den Schweden?

Seit Beginn der Corona-Krise hat sich das Bezahlverhalten in einer Art und Weise verändert, wie es selbst die größten Optimisten in der Payment-Branche kaum je für möglich gehalten hätten. Bargeld war plötzlich „out", Händler forderten ihre Kunden aktiv zum bargeldlosen Bezahlen auf. Der ganz große Boom der Kartenzahlung aus den Monaten März und April ist dem Augenschein nach zwar inzwischen vorbei. Die Veränderung dürfte allerdings dennoch mehr als ein Strohfeuer gewesen sein – schließlich ging der Trend schon lange weg vom Bargeld.

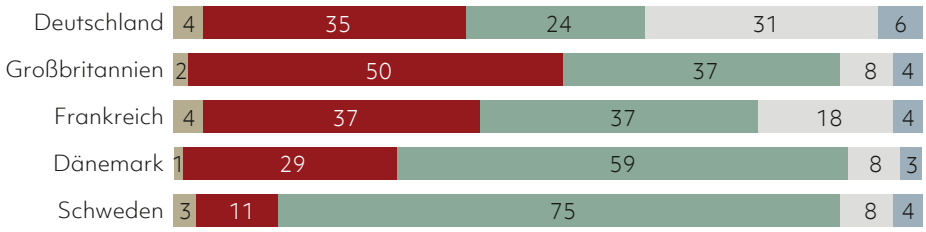
Mittlerweile gibt es auch erste Umfrageergebnisse aus der Phase nach Beginn der Lockerungen, aus denen sich ableiten lässt, ob und inwieweit die Menschen wieder in alte Zahlungsgewohnheiten zurückfallen. So zeigt eine vom 6. bis 12. Juni 2020 durchgeführte, bevölkerungsrepräsentative Yougov-Umfrage im Auftrag von Bearingpoint: Im Laden oder im Supermarkt nutzen derzeit 75 Prozent der Deutschen Bargeld, ein Rückgang um fünf Prozentpunkte gegenüber 2019. Jeder Vierte vermeidet weitgehend die Barzahlung, im vergangenen Jahr war es noch jeder Fünfte. Dafür stieg der Anteil derjenigen Deutschen, die mit der Debitkarte kontaktlos bezahlen, von 21 auf 33 Prozent.

Ob sich die Bezahlgewohnheiten innerhalb Europas – vor allem, was die Entscheidung zwischen Bargeld und Karte – angeht, durch die Pandemie stärker als bisher angleichen werden, ist allerdings fraglich. Denn natürlich haben Verbraucher auch in anderen Ländern ihre Bezahlgewohnheiten verändert – vielleicht sogar etwas stärker als die Deutschen. In einer ebenfalls im Juni durchgeführt Yougov-Eigenstudie wurden Verbraucher danach gefragt, inwieweit sie aufgrund von Covid-19 die Barzahlung vermeiden. In Deutschland gaben dabei 35 Prozent der Befragten an, zum Schutz vor Ansteckung seltener bar zu zahlen. In Frankreich waren es 37 Prozent und in Großbritannien sogar 50 Prozent.

Besonders niedrig fällt der Anteil derjenigen, die coronabedingt jetzt weniger Bargeld nutzen als zuvor, mit 11 Prozent in Schweden aus – vermutlich deswegen, weil dort die Barzahlung schon vor dem Ausbruch der Pandemie ohnehin schon besonders wenig verbreitet war.

Für eine endgültige Bewertung der Entwicklung ist es sicher zu früh. Die Zah-

Drei Viertel der Schweden haben schon vor Corona selten bar bezahlt



Welche Auswirkungen der Ausbruch des Coronavirus auf die Verwendung von Bargeld hatte, in Prozent

- Ich habe seit dem Ausbruch öfter in bar bezahlt
- Ich habe seit dem Ausbruch weniger oft in bar bezahlt
- Keine Auswirkungen – ich habe vorher meistens kein Bargeld verwendet und tue es auch heute noch nicht
- Keine Auswirkungen – ich habe vorher hauptsächlich Bargeld verwendet und tue es immer noch
- Weiß nicht

n = 6811 Verbraucher in Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Schweden, repräsentativ für die Bevölkerung ab 18 Jahren, Umfragezeitraum 9. bis 19. Juni 2020

Quelle: Yougov

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

len legen aber zumindest den Schluss nahe, dass Deutschland und andere europäische Länder auf dem Weg zur bargldlosen Gesellschaft zumindest zu den skandinavischen Ländern ein wenig aufschließen, wenngleich sich die Unterschiede im Bezahlverhalten der mitteleuropäischen Länder weniger stark nivellieren dürften.

Für Deutschland interessant ist auch immer der Vergleich mit den deutschsprachigen Nachbarländern Schweiz und Österreich. Hier zeigt die genannte Bearingpoint-Studie, dass die Österreicher und die Eidgenossen ihr Bezahlverhalten aufgrund von Covid-19 noch stärker verändert haben als die Deutschen: 33 Prozent der Verbraucher hierzulande setzen demnach jetzt verstärkt auf das Bezahlen mit einer kontaktlosen Debitkarte, in Österreich sind es 35 Prozent und in der Schweiz 38 Prozent. Das dürfte an der noch vergleichsweise intensiven Bargeldnutzung in der Eidgenossenschaft liegen. Der Anteil derjenigen Verbraucher, die das Bargeld als besonders häufig genutzte Bezahlmethode nennen, ist hier mit 83 Prozent deutlich höher als in Deutschland (73 Prozent) und in Österreich (71 Prozent).

Die Veränderungsbereitschaft der Schweizer scheint im Ländervergleich der DACH-Region allerdings besonders hoch zu sein: 35 Prozent von ihnen können sich in zehn Jahren eine Abkehr vom Bargeld vorstellen, gegenüber 29 Prozent der Deutschen und 27 Prozent der Österreicher. Und unter den 18- bis 24-Jährigen kann sich fast jeder zweite Schweizer (47 Prozent) vorstellen, in zwei Jahren Mobile Payment zu nutzen. In Deutschland und Österreich sind es lediglich 21 beziehungsweise 25 Prozent. Red.

KARTENGESELLSCHAFTEN

Kartenbranche entdeckt die Umwelt

Den meisten Karteninhabern dürfte es nicht bewusst sein: Karten, die einen Mikrochip enthalten, sind gemäß dem deutschen Elektro- und Elektronikgerätegesetz Elektrogeräte. Nach ihrem Ablauf gehören sie deshalb nicht in den Restmüll, sondern müssen als Elektroschrott beim Wertstoffhof abgegeben werden. In vielen Fällen dürfte das eher Theorie sein und ein großer Teil der Karten wird im Restmüll landen. Rund sechs Milliarden Zahlungskarten weltweit werden jedes Jahr auf Deponien entsorgt, so die Zahlen von Mastercard.

Wenn schon die in Chip und NFC-Antenne verwendeten Metalle nicht dem Recycling zugeführt werden, hat die Branche jetzt doch immerhin den Plastikverbrauch durch die hohe Zahl von Karten in den Blick genommen. Einzelne Vorstöße, umweltfreundliche Karten herzustellen, gab es zwar schon seit Jahren immer wieder einmal. Jetzt aber haben sich die großen Schemes der Thematik angenommen und Initiativen gestartet, um den Plastikverbrauch durch Karten zu reduzieren.

Im Juni dieses Jahres haben Visa und die CPI Card Group die Earthwise High Content Card vorgestellt, die bis zu 98 Prozent aus wiederverwendetem Kunststoff besteht. Zuvor hatte eine Umfrage unter Debit- und Kreditkartennutzern ergeben, dass mehr als 57 Prozent der Befragten an einer Karte aus recycelten Materialien interessiert wären.

Wesentlich umfangreicher ist der Ansatz, den Mastercard im Juli vorgestellt hat. Denn gemeinsam mit Partnern auf der ganzen Welt wurde ein nachhaltiges Kartenprogramm für alle Kartenherausgeber entwickelt, das ein neues Verzeichnis nachhaltiger Materialien und Anbieter für Kartenprodukte beinhaltet und es Finanzinstituten weltweit ermöglichen soll, eine Präferenz für Nachhaltigkeit zu entwickeln.

Aktuell steht das nachhaltige Kartenangebot von Mastercard Konsumenten in über einem Dutzend Ländern weltweit zur Verfügung. Mehr als 60 Finanzinstitute haben bereits Karten mit zugelassenen Materialien aus recycelbaren, ökologischen, chlorfreien und abbaubaren sowie aus Meeren gesammelten Plastikmaterialien auf den Markt gebracht. Dazu zählen beispielsweise Crédit Agricole, die Mauritius Commercial Bank (MCB) sowie Santander, die in Kürze die umweltfreundlichen Karten herausgeben wird. Mithilfe des Verzeichnisses können Banken mehr über nachhaltige Kartenprodukte erfahren, Kontakt zu Kartenherstellern aufnehmen und somit ihr eigenes Engagement für Nachhaltigkeit durch eine systematische Veränderung ihrer Lieferkette verbessern.

Diese Initiative ist ein neuer Baustein eines auf mehrere Jahre angelegten Projektes mit dem Ziel, ein globales Zertifizierungssystem für anerkannte nachhaltige Karten einzuführen. Die Initiative baut auf dem Greener Payments Partnership (GPP) auf, das von Mastercard und den Kartenherstellern Gemalto, Giesecke + Devrient und Idemia im Jahr 2018 gegründet wurde, um bewährte umweltfreundliche Verfahren zu etablieren und die Erstverwendung von PVC-Kunststoffen bei der Kartenherstellung zu reduzieren.

Das Mastercard Global Digital Security Lab in Großbritannien investiert hierfür in eine Technologie, die die Materialzusammensetzung einer Karte analysiert, um diese unter Berücksichtigung von Umweltansprüchen im Namen der Branche zu bewerten. So sollen sich Kunden darauf verlassen können, dass jede Mastercard, die sie herausgeben, aus nachhaltigen Materialien besteht und unabhängig überprüft wurde. Zusätzlich investiert das Digital Security Lab in wissenschaftliche Forschung im Zusammenhang mit umweltfreundlichen Methoden zur Wiederverwendung von vorhandenen Plastikkarten.

Solche Ansätze sind ohne jede Frage lobenswert. Gerade weil man nicht davon wird ausgehen dürfen, dass sich Verbraucher des Kartenmaterials als Rohstoff bewusst sind und die Karten entsprechend entsorgen, sollte das Produkt Karte so umweltfreundlich wie möglich hergestellt werden. Und wenn Organisationen wie Mastercard und Visa vorangehen, dürfte der Trend zu umweltverträglicheren Karten mit der Zeit auch auf die – im Vergleich zu Zahlungskarten noch deutlich umfangreichere – Flut an Kunden-, Mitgliedsoder Gutscheinkarten übergreifen, bei denen der Hebel in Sachen Nachhaltigkeit noch deutlich größer sein dürfte.

Ein bisschen schade ist es nur, dass diese Entwicklung erst jetzt einsetzt, da die physische Karte ihren Zenith bereits wieder überschritten zu haben scheint. Zu spät ist es deshalb noch lange nicht. Denn trotz des Trends zur Digitalisierung von immer mehr Services dürfte die Plastikkarte der Menschheit noch eine ganze Weile erhalten bleiben. Red.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH