

Öffentlichkeitsarbeit für #DK – nur vom Kartellamt

Von Swantje Benkelberg – Wenn es beim Thema bargeldloser Zahlungsverkehr etwas gibt, das sich Verbraucher wünschen, dann ist es ein Zahlungsmittel, das in jeder Zahlungssituation ohne Nachdenken eingesetzt werden kann und funktioniert. Genau das ist es, woran die Deutsche Kreditwirtschaft unter den Arbeitstiteln #DK oder auch Xpay arbeitet und was auch auf europäischer Ebene das Ziel der Bemühungen um ein gemeinsames europäisches Payment-Scheme ist.

Bei den europäischen Ansätzen gibt es zumindest ansatzweise eine Kommunikation zu Zielsetzungen und erreichten Fortschritten. Das mag nicht dem dringenden Wunsch nach Kommunikation entspringen, sondern beruht vermutlich eher darauf, dass die Politik Fortschritte vehement einfordert. Bei den Bemühungen auf nationaler Ebene sieht das etwas anders aus. Hier fehlt der Druck aus der Politik, weil diese eher die europäische Schiene im Blick hat. „Wasserstandsmeldungen“, wie es es etwa zur European Payments Initiative gibt, sind beim Projekt #DK/Xpay so gut wie nicht existent – zumindest nicht im Sinne einer bewussten an die interessierte Öffentlichkeit gerichteten Kommunikation.

Dafür gibt es natürlich gute Gründe. Zum einen ist die gemeinsame Willensbildung innerhalb der DK alles andere als einfach. Ein Indiz dafür, wie mühsam so etwas sein kann, ist die Tatsache, dass es selbst in einem überschaubaren Markt wie der Schweiz (der in Sachen Payment ein in Deutschland undenkbares Maß an Zusammenarbeit bewiesen hat) im großen Ganzen offenbar nicht gelungen ist, eine gemeinsame Linie zu finden, sodass sich Raiffeisen Schweiz entschieden hat, die Schweizerische Bankiervereinigung, eine Art Pendant zur DK, Ende März dieses Jahres zu verlassen.

Über die mitunter divergierenden Interessen hinaus, gibt es bei Technik und Prozessen einiges zu bedenken und wiederum untereinander abzustimmen. Und schlussendlich benötigt das Ganze dann auch noch den Segen der zuständigen Behörden. Das Placet der BaFin ist dabei vermutlich noch vergleichsweise einfach zu erlangen – allein schon deshalb, weil deren Anforderungen im Wesentlichen bekannt sind und der Austausch ohnehin regelmäßig und intensiv ist. Als Stolperstein bei allen gemeinsamen Bemühungen der Branche kann sich vor allem die Wettbewerbsbehörde erweisen. Schüttelt das Bundeskartellamt den Kopf, dann war am Schluss alles vergebens. Das kann mit verantwortlich für das Verhandlungsmodell bei den Paydirekt-Konditionen sein – ob nun das Kartellamt diesen Ansatz gefordert hatte oder die DK ihn gewählt hat, um eine Absage seitens der Wettbewerbsbehörde zu verhindern. Ohne dieses Konstrukt wäre der Markterfolg jedenfalls wohl größer gewesen.

Buzz als kostenfreies Marketing bleibt ungenutzt

Es gibt also gute Gründe, möglichst wenig über Eier zu gackern, die man am Schluss womöglich gar nicht oder nur teilweise legen können. Damit verbleibt die Branche allerdings auch eine Chance, die ihre Wettbewerber auf dem Technologiesektor regelmäßig für sich nutzen: die Neugier künftiger potenzieller Nutzer zu wecken und den „Buzz“ im Internet, also die Kommunikation in den sozialen Netzwerken, quasi als kostenloses Marketinginstrument für die anstehenden Neuerungen zu nutzen. Natürlich werden dabei nicht immer Wahrheiten verbreitet – Beispiel Apple Pay, bei dem unzählige vermeintliche Insider immer wieder zu wissen glaubten, dass der Start in Deutschland unmittelbar bevorstehe. Dass sich dies wiederholt

als Fehlinformation erwies, hat der Aufmerksamkeit offensichtlich keinen Abbruch getan, sondern im Gegenteil den Spannungsbogen erhöht, was sich nach dem tatsächlichen Marktstart in hohen Nutzerzahlen niederschlug. Von einem solchen Effekt kann das sozusagen hinter den Kulissen vorangetriebene Projekt der DK natürlich nicht profitieren.

Zum „Gackern“ noch zu früh

Ausgerechnet das Bundeskartellamt hat kurz vor Weihnachten allerdings gewissermaßen Öffentlichkeitsarbeit für diese Initiative gemacht. Denn am 17. Dezember 2020 teilte die Behörde mit, dass sie keine Einwände gegen die erste Umsetzungsstufe des Projekts „XPay“ beziehungsweise „#DK“ der Deutschen Kreditwirtschaft hat, ein einheitliches Bezahlsystem über alle Bezahlskanäle zu etablieren und dabei in einem ersten Umsetzungsschritt Paydirekt, GiroPay und Kwitt unter einer gemeinsamen Marke zusammenzuführen. Damit ist schon einmal eine erste Hürde genommen, auch wenn die Wettbewerbsbehörde darauf verweisen, dass die Banken ihre Pläne noch konkreter fassen müssen, um weitere Fragen klären zu können. Noch offen seien zum Beispiel Fragen, wie die Zusammenführung der Online-Bezahlsysteme mit dem Bezahlsystem im stationären Handel konkret erfolgen soll, Einzelheiten der gesellschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen für die Kooperation, die Ausgestaltung der Preisverhandlungen oder die mit der Nutzung des Systems verbundenen Geschäftsbedingungen. Zum „Gackern“ ist es also vermutlich immer noch zu früh. Gelegentliche Wasserstandsmeldungen sollte man allerdings trotzdem in Erwägung ziehen – und sei es nur eine Pressemeldung seitens der DK zum provisorischen Segen des Bundeskartellamts. Die findet sich bis heute nicht im Online-Auftritt der Deutschen Kreditwirtschaft.