



KARTEN

cards | cartes

ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Digitaler
Sonderdruck

„Der Markt braucht
gesetzgeberische Stabilität“

Interview mit Dr. Andreas Martin und Markus Müller

PAYMENT-
PERSPEKTIVEN
FÜR EUROPA

„Der Markt braucht gesetzgeberische Stabilität“

Interview mit Andreas Martin und Markus Müller



Foto: Adobe Stock (Aerial Mike)

Nicht nur die Girocard, sondern auch die Kreditkarte hat vom Trend zum bargeldlosen Bezahlen profitiert, berichten Andreas Martin und Markus Müller. Deshalb befürchten beide auch von der Aufwertung der Girocard keine Kannibalisierung des Kreditkartengeschäfts. Mit Blick auf eine künftige Regulierung wünschen sich beide vor allem gesetzgeberische Stabilität. Dazu gehört eine Akzeptanzpflicht für die digitale europäische Identität im Zahlungsverkehr und bei Instant Payments eine Umsetzungsfrist von drei Jahren, wenn es denn unbedingt einen gesetzgeberischen Eingriff geben muss. Red.

KARTEN Wie hat sich das Kartengeschäft in der genossenschaftlichen Finanzgruppe 2022 entwickelt?

Martin: Wir sind sehr zufrieden. Unser Kartengeschäft hat sich sowohl im Kredit- als auch im Debitkartenmarkt stark entwickelt. Beim Absatz von Kreditkarten sind wir um 7 Prozent auf 5,8 Millionen Karten deutlich über dem Marktdurchschnitt gewachsen und die Transaktionsentwicklung bei der Girocard war herausragend. Der Einsatz der Girocard nimmt aufgrund der Kontaktlosfunktion weiter zu, insbesondere im Bereich des alltäglichen Bedarfs. Die genossenschaftlichen Girocard-Transaktionen sind im Gesamtjahr 2022 um 12,8 Prozent auf 1,6 Milliarden Stück gewachsen. Das Volumen stieg um 12,6 Prozent auf 74,3 Milliarden Euro. Aber dieser Erfolg lässt

uns nicht ruhen, die Weiterentwicklung der Bezahlfverfahren entlang der Kundenbedürfnisse konsequent voranzutreiben.

Müller: Diese positiven Trends, wie Herr Dr. Martin sie beschreibt, kann ich aus unserem Bankgeschäft vor Ort bestätigen. Die Volksbank Rhein Ahr Eifel konnte 2022 die Anzahl der Girocard-Transaktionen sogar um knapp 14 Prozent deutlich im Vergleich zum Vorjahr steigern. Unsere mehr als 188 000 Kunden schätzen vor allem die Geschwindigkeit der kontaktlosen Bezahlung im Einzelhandel. Im Terminalgeschäft sehen wir eine verstärkte Nachfrage nach Kartenterminals. Einzelhändler, die bisher nur die Bezahlung mit Bargeld angeboten haben, lassen sich nun häufiger zu Terminallösungen beraten.

KARTEN Mit dem anhaltenden Trend dazu, verstärkt mit Karte zu bezahlen, sinken die Durchschnittsbeträge weiter. Ist das aus Bankensicht eine Entwicklung, die mit Blick auf die Profitabilität zu ungetrübter Freude Anlass gibt? Oder schlägt die steigende Zahl von Kleinbetragszahlungen negativ auf die Ertragslage durch?

Müller: Das Positive ist doch, dass unsere Karten – Debit, Kredit, als Plastik, in der Wallet oder in Apple Pay – von den Kunden als Zahlkarte für jede Gelegenheit wahrgenommen werden: egal, ob sie drei Euro für die Wochenendbrötchen oder 300 Euro im Geschäft ausgeben. Die Karte ist der alltägliche Begleiter. Im Durchschnitt können wir keine starke Reduzierung der Bon-Größe erkennen. Dies bedeutet, dass unsere Kunden ebenfalls bei größeren Bezahlungsbeträgen vermehrt zur Karte greifen.

Martin: Es war auch das Ziel, gerade über die Kontaktlosfunktion, den Karteneinsatz im Kleinbetragsbereich zu verstärken. Diese Strategie ist – beschleunigt durch das Bezahverhalten in der Corona-Pandemie – aufgegangen. Es ist nicht unser Anspruch, dass sich jede einzelne Transaktion für den Kartenemittenten lohnt, sondern es kommt vielmehr



Foto: BVR

Dr. Andreas Martin, Mitglied des Vorstands, Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (BVR), Berlin

darauf an, dass das Kartenportfolio insgesamt positiv ist.

KARTEN Trotz des Trends zum bargeldlosen Zahlen können sich die VR-Banken nicht aus der Bargeldinfrastruktur zurückziehen. Wie schlägt sich der Rückgang bei der Bargeldnutzung hier in der Kostenstruktur nieder – vor allem, wenn man noch die steigenden Kosten für die Verbesserung der Sicherheit von Geldautomaten hinzurechnet?

Müller: Zunächst möchte ich betonen, dass Abhebungen am Geldautomaten ohnehin keine gewinnbringende Leistung sind, sondern ein serviceorientiertes Angebot für die Kunden darstellen. Wir stellen diese Infrastruktur gerne bereit, das schätzen unsere Kunden. Und natürlich wirken sich zusätzliche Investitionen für die Sicherheit von Geldautomaten auf die Kostenstruktur aus.

Wir überprüfen daher regelmäßig unsere Geldautomatenstandorte bezüglich der Auslastung und dem am Standort darstellbaren Sicherheitsniveau. Eines ist uns besonders wichtig: Der Schutz von Leib und Leben der Anwohner, die neben oder über unseren Geldautomaten wohnen, hat bei der Beurteilung eines Geldautomatenstandorts für uns oberste Priorität.

Martin: Die Investitionen für Maßnahmen zur Vermeidung von Geldautomatensprengungen an Risikostandorten sind unerlässlich. Wir sind in der Deutschen Kreditwirtschaft hinsichtlich Prävention im Schulterschluss mit Bundes- und Landeskriminalämtern, Polizei, Bundesbank, Versicherungswirtschaft,

Behörden und Bundesinnenministerium aktiv.

Bargeld wird von Verbrauchern hierzulande immer noch gern als Bezahlmittel genutzt, daher können Kunden in Deutschland weiterhin auf eine Geldautomateninfrastruktur setzen, die sich an ihrem aktuellen Bezahverhalten ausrichtet. Nur wenn einzelne Geldautomaten nicht anders zu schützen sind, werden Banken die Entscheidung fällen, die betroffenen Standorte zu schließen. Dies liegt im Ermessen jedes einzelnen Hauses.

KARTEN Die Bundesbank hat in ihrem Monatsbericht vom Januar 2023 festgehalten, dass die Bargeldversorgung im Einzelhandel die bankgestützte Bargeldinfrastruktur lediglich ergänzen, nicht aber ersetzen kann. Was heißt das – gerade im ländlichen Raum – aus Bankenperspektive?

Müller: Die Volksbank Rhein Ahr Eifel ist eine regional verwurzelte Genossenschaftsbank. Dies wird auch in Zukunft so bleiben. Durch die fortschreitende Digitalisierung verändert sich jedoch das Kundenverhalten. So ergibt sich zum Beispiel aus der beschriebenen Steigerung der Kartentransaktionen ein

»Bereits im laufenden Jahr zeigt sich ein spürbares Wachstum bei den Transaktionen von Giropay.«

Markus Müller

leichter Rückgang beim Bedarf nach Bargeld. Wir überprüfen daher regelmäßig die Auslastung unserer Geldautomatenstandorte.

Die Bargeldversorgung im Einzelhandel sehen wir weder als Konkurrenz noch als Ersatz für unsere eigenen Dienstleistungen. Es ist eher eine komfortable Ergänzung zu den bestehenden Serviceangeboten, wenn Kunden im Rahmen des Wocheneinkaufs auch das gegebenenfalls benötigte Bargeld mitnehmen können – sofern sie diesen Service wünschen.

Martin: Mit bundesweit 15 520 genossenschaftlichen Geldautomaten bleiben die Volks- und Raiffeisenbanken wichtige Infrastrukturbereitsteller für den Bargeldbezug in Deutschland. Der Rückgang, den wir im Vergleich zu den

letzten beiden Jahren verzeichnen, ist auf eine – dem veränderten Kundenverhalten folgende – Abnahme bei den Filial- und SB-Standorten sowie allgemein auf eine nachlassende Bargeldnutzung in Deutschland zurückzuführen.

Auf der anderen Seite ist eine weiter zunehmende Nutzung der digitalen Kanäle sowie des digital-persönlichen Kanals (Kunden-Service-Center) zu verzeichnen. Allein das Onlinebanking und die Banking-App verzeichnen zusammen täglich mehr als 10 Millionen Logins. Die im letzten Jahr runderneuerte VR-Banking-App wird dabei sehr gut in den App-Stores bewertet.

KARTEN Wie weit ist die Zusammenführung von Giropay und Paydirekt inzwischen gekommen? Und wie ist – nach der bundesweiten Werbekampagne – die Akzeptanz bei den Kunden? Gibt es Anzeichen dafür, dass die kreditwirtschaftlichen Verfahren den internationalen Karten-Schemes und vor allem Paypal Marktanteile abnehmen können?

Martin: Die sogenannte Transitionsphase wurde Ende letzten Jahres beendet und die beiden Online-Bezahl-

verfahren der deutschen Banken und Sparkassen Paydirekt und Giropay unter der Marke „Giropay“ zusammengeführt. Zeitgleich wurde das Verfahren ergänzt um die digitale Girocard im E-Commerce. Damit decken wir bei der Freigabe der Zahlung weitestgehend alle Kundenpräferenzen ab, was die Akzeptanz bei den Kunden spürbar erhöht hat. Bereits im laufenden Jahr 2023 zeigte sich ein spürbares Wachstum bei den Transaktionen von Giropay. Dies ist erfreulich, da dies in für den E-Commerce herausfordernden Zeiten gelang. Der Aufholbedarf im Wettbewerb besteht allerdings fort.

KARTEN Durch die anstehenden beziehungsweise teilweise bereits vorgenommenen Änderungen an der Girocard wird die Debitkarte zunehmend



Foto: Volksbank RheinAhrEifel eG



Markus Müller, Mitglied des Vorstands, Volksbank RheinAhrEifel eG, Koblenz, und Vorsitzender des BVR-Fachrats Zahlungsverkehr, Berlin

online-fähig. Birgt das die Gefahr einer Kannibalisierung des Kreditkartengeschäfts? Oder muss die Kreditkarte schlicht wieder neu positioniert werden und wird wieder zur Karte für den Urlaub – Stichwort Hotelbuchung oder Autovermietung?

Martin: Die Einführung der neuen Debit-Co-Badge-Verfahren von Mastercard und Visa auf den Girocards bietet den Kunden ein attraktives Akzeptanzumfeld. Es ging dabei zunächst um Kontinuität in den gewohnten Funktionen; die Erweiterung des

KARTEN Das Aus für Maestro (und vielleicht in geringerem Maße) für V-Pay hat teilweise große Aufregung ausgelöst, nach dem Motto „Die Bankkarte verliert ihre Funktionen“. War das nur ein Sturm im Wasserglas der Medien? Oder gab und gibt es tatsächlich Verunsicherung bei den Kunden?

Martin: Es war ein Sturm im Wasserglas, denn für die Girocard-Inhaber ändert sich nahezu nichts. Anstelle des Maestro-Logos händigen die Banken ihren Kunden – erst wenn ihre Karte abgelaufen ist und sie regulär mit einer

KARTEN Eine Reihe von Kreditinstituten setzt neuerdings nicht mehr auf ein Co-Badge, sondern allein auf die Debitkarte eines der internationalen Schemes. Wie sieht das in der Genossenschaftsorganisation aus?

Martin: Für die genossenschaftliche Finanzgruppe bleibt festzuhalten: Die Girocard ist die beliebteste und beim Handel und von Kunden am stärksten eingesetzte Bankkarte in Deutschland. Jeder Bundesbürger besitzt mindestens eine Girocard. Zusammen mit den Co-Badges und der damit einhergehenden internationalen beziehungsweise europaweiten Einsetzbarkeit bietet die Girocard einen Rundumservice für den Bezahlalltag der Verbraucher. Dieses Kernprodukt können Kunden zusätzlich um eine Kreditkarte ergänzen. Diese Gesamtleistung aus Kundensicht sähe ich bei der Aushändigung nur einer Debitkarte eines internationalen Schemes derzeit nicht.

Müller: Dem kann ich mich nur anschließen. Die Volksbank Rhein Ahr Eifel hat sich für eine Zwei-Karten-Strategie entschieden. Denn es gibt in unserer Region noch eine relevante Anzahl Terminals ohne Kreditkartenakzeptanz. Auch wenn die Anzahl dieser Terminals rückläufig ist: Hier hat die Girocard eindeutig einen Heimvorteil. Bei Akzeptanzstellen, die nur auf die



»Inzwischen setzt sich die Fachkenntnis zum Co-Badging vermehrt in der Öffentlichkeit durch.«

Andreas Martin

Leistungsspektrums im E-Commerce kommt hinzu. Unabhängig davon bleibt die Kreditkarte gut positioniert, aufgrund des Leistungsumfangs und der Akzeptanz im weltweiten Ausland. Des Weiteren schätzen viele Kunden bei der Kreditkarte, dass ihr Konto nur einmal im Monat belastet wird.

Müller: Die Volks- und Raiffeisenbanken stehen hinter dieser Zwei-Karten-Strategie, um ihre Kunden bestmöglich nach ihren Bedarfen zu versorgen. Dies wurde auch im Fachrat Zahlungsverkehr bestätigt. Allerdings obliegt es jeder einzelnen Bank am Ende selbst, wie genau sie ihre Kartenstrategie umsetzt. Die Volksbank Rhein Ahr Eifel beispielsweise bietet ihren Kunden Girocards mit dem Co-Badge V-Pay und Kreditkarten mit und ohne Versicherungsdienstleistungen an.

KARTEN Welche Relevanz haben heute in der Praxis an die Kreditkarte geknüpfte Versicherungsprodukte?

Müller: Die Kombination aus Bezahlprodukt und Versicherungsleistung ist für Kunden ein sehr starkes Kaufargument. Dies zeigt sich vor allem in den Neukartenabsätzen der letzten Jahre. Sowohl die Gold Card als auch das Topprodukt Exclusive Card verzeichnen hervorragende Wachstumsraten. Neben der goldenen Kreditkarte für Privatkunden bietet unser Haus auch eine goldene Kreditkarte für Firmenkunden an. Diese Karte sichert unsere Kunden auch bei dienstlichen Reisen ab.

neuen Karte ausgestattet werden – die Girocard mit einem anderen Akzeptanzlogo aus. Das kann Debit Mastercard, Visa Debit oder weiterhin V-Pay sein. Darüber informieren wir die Kunden über alle möglichen Informationskanäle und stellen dies auch im Dialog mit den Medien dar.

Inzwischen setzt sich diese Faktenkenntnis erfreulicherweise vermehrt in der allgemeinen Öffentlichkeit durch. Mit Girocard 4.0 haben wir zudem Maßnahmen eingeleitet, um die Attraktivität der Girocard für Händler, Kunden und Kartenemittenten auch in Zukunft zu sichern.

Müller: Unser Haus ist von der Kündigung von Maestro nicht betroffen, da wir nur Girocards mit V-Pay herausgegeben haben. Grundsätzlich möchte ich aber ebenfalls unterstreichen: Für Kunden, die derzeit eine Girocard mit Maestro nutzen, sind die Effekte aus dem Wechsel des Co-Badges nicht spürbar. Die gehäufte Berichterstattung hat sicherlich dazu geführt, dass ein brancheninternes Fachthema stärker ins öffentliche Bewusstsein gerückt ist. In der genossenschaftlichen Finanzgruppe und auch in unserer Bank vor Ort war jedoch kein auffällig hohes Aufkommen an Kundennachfragen zu verzeichnen.

»An Terminals ohne Kreditkartenakzeptanz hat die Girocard eindeutig einen Heimvorteil.«

Markus Müller

internationalen Schemes setzen, können unsere Kunden über V-Pay mit ihrer Kontokarte oder mit der Kreditkarte bezahlen.

KARTEN Stichwort Europa: Wie bewerten Sie die im Februar veröffentlichte Studie zur Evaluation der Auswirkungen der PSD2?

Martin: Die genossenschaftliche Finanzgruppe hatte sich bei der umfassenden Evaluierung durch die Berater der EU-Kommission sowohl selbst als auch zusammen mit der Deutschen Kreditwirtschaft und unserer europäischen Genossenschaftsorganisation eingebracht. Die Studie hat unsere Auffassung bestätigt, dass die überwie-

gende Mehrheit aller Marktteilnehmer die Umsetzung der PSD2 für einen schwerfälligen und langwierigen Prozess hielt. Das größte Hindernis für Banken war die regulatorische Unsicherheit vor allem im Hinblick auf die Vorgaben der sogenannten PSD2-Kontenschnittstelle.

Zudem sind Vorgaben in den Mitgliedstaaten nicht einheitlich umgesetzt. Auch sind aus unserer Sicht die besonderen Anforderungen an Informationspflichten sehr hoch und zugleich nicht flexibel. Hier wurde ein Umfang erreicht, der die tatsächliche Eignung für den Verbraucher infrage stellt und heute zu einer übermäßigen Flut von Informationen führt.

KARTEN Was wären Ihre Wünsche mit Blick auf eine mögliche PSD3?

Martin: Der Markt, das sind alle Marktteilnehmer, nicht nur die Banken, benötigt gesetzgeberische Stabilität. Hier ist weiterhin Regulierung mit Augenmaß notwendig im Sinne von „Innovationen fördern statt gesetzlicher Vorgaben“. Ein Beispiel ist der marktgetriebene Ansatz im Rahmen der Arbeiten des Euro Retail Payments Boards (ERPB) zum SPAA-Regelwerk (Sepa Payment Account Access Scheme), welcher durch Beteiligung und Dialog aller Beteiligten ergänzende API-Dienstleistungen und Anwendungsfälle „jenseits PSD2“ schaffen soll.

Die aus der PSD2-Umsetzung zu ziehenden Lehren müssen zudem auch im Kontext des „offenen Finanzrahmens“ (Open Finance Framework) berücksichtigt werden. Aus Sicht der Kreditwirtschaft ist im Rahmen der Überarbeitung der PSD2 insbesondere der Zugriff von Drittdiensten auf die Infrastruktur der kontoführenden Zahlungsdienstleister zu überdenken.

Es ist sicherzustellen, dass die Entscheidungshoheit kontoführender Institute für sicherheitsrelevante Aspekte (zum Beispiel SCA) beibehalten wird. Auch sind die Erstattungs- und Haftungsregeln bei nichtautorisierten Zahlungen zu schärfen und es ist eindeutiger zu normieren, dass die Regelungen zur Änderung von Zahlungsdiensterahmenverträgen nicht von anderen nationalen oder europäischen Vorgaben überlagert werden. In diesem Zusammenhang sind auch national in Deutschland sach-

gerechte Vorgaben zu Vertragsänderungen notwendig. Hierzu sind wir vonseiten der Kreditwirtschaft bereits intensiv im Austausch mit dem Gesetzgeber.

KARTEN Aktuell wird über die Pläne der EU zu einer Akzeptanzpflicht der europäischen digitalen Identität im Zahlungsverkehr diskutiert. Wo sehen Sie hier die zentralen Probleme?

Martin: Durch die eIDAS wurde ein Standard für die Identifizierung geschaffen und das begrüßen wir ausdrücklich, weil die digitale Identifizierung auch für Banken immer noch nicht weit genug nutzbar ist, da bei den Bürgern wenig verbreitet.

Falls Banken die EU-Wallet auch im Zahlungsverkehr unterstützen müssen, bedeutet das in der Konsequenz, dass zum einen die Mitgliedsländer in der EU-Wallet auch die aktuellen Standards zum Beispiel für digitale Karten, Nutzung von NFC oder Standards fürs Online-Ban-

king umsetzen müssen, zum anderen müssten dazu auch die Infrastrukturen in Banken, zum Beispiel Automaten, und im Handel angepasst werden.

KARTEN Könnten mit der eID-Wallet die teils immer noch umständlichen Verfahren bei der starken Kundenauthentifizierung bei Online-Zahlungen vereinfacht werden? Oder droht hier schlicht neuer Umsetzungsaufwand?

Martin: Die eIDAS zielt ja nicht nur auf Online-Zahlungen ab, sondern auf den gesamten Zahlungsverkehr. Die meisten Zahlungsvorgänge im Handel, zum Beispiel mit der Girocard, erfolgen kontaktlos oft auch ohne PIN. Ähnliches im Online-Banking: Unsere Banken haben für Kunden mit modernem Smartphone auf das Decoupled-Verfahren umgestellt. Das bedeutet, dass der Kunde sich mit Biometrie in der App anmeldet und mit einem Klick bestätigen kann.

Müller: Die gleiche Vorgehensweise findet der Kunde auch beim Online-Einkauf. Zur Bestätigung reicht ein Klick in

der Securego-Plus-App zur Freigabe. Wie hier die EU-Wallet, welche als Aufbewahrungsort für digitale Ausweise und Karten, sowie eine Vereinfachung zu bestehenden Lösungen bringen soll, erschließt sich nicht. Wir denken stets aus Kundensicht. Und genau bei dieser Betrachtung können wir derzeit noch keinen wirklichen Vorteil durch die Ausweitung der eIDAS auf den Zahlungsverkehr für unsere Kunden erkennen.

KARTEN Sollten aus Ihrer Sicht Echtzeitzahlungen tatsächlich zum Standard werden, wie es die EU-Kommission fordert? Oder gibt es einige spezifische Anwendungsbereiche und andere Felder, wo Instant Payments keinen Mehrwert bieten oder sogar unpraktisch wären?

Martin: Die genossenschaftliche Finanzgruppe selbst hat die Umsetzung von Echtzeitüberweisungen seit Anbeginn unterstützt, sie wurden von uns bereits ab 2018 eingeführt. Die Echt-

»Bei der PSD2 ist der Zugriff von Drittdiensten auf die Infrastruktur der Banken zu überdenken.«

Andreas Martin

zeitüberweisung kann nicht als genereller Ersatz für die Standardüberweisung verstanden werden. Sie ist letztlich ein weiterer Baustein im etablierten kosteneffizienten Massenzahlungsverkehr, der aus verschiedenen Zahlungsinstrumenten und Produkten besteht, zum Beispiel Überweisungen, Lastschriften, Kartenzahlungen sowie ihren entsprechenden Ausprägungen.

Zudem ermöglicht die dazu neu geschaffene, teurere Infrastruktur eine Vielzahl von weiteren Innovationen. An diesen innovativen Bezahlösungen arbeitet derzeit die genossenschaftliche Finanzgruppe auf nationaler und europäischer Ebene mit. Diese Innovationen sollten in einem marktgetriebenen und nicht gesetzlich reglementierten Umfeld erfolgen können. Falls ein gesetzgeberischer Eingriff unvermeidbar ist, muss ein angemessener Umsetzungszeitraum mindestens 36 Monate betragen, statt der bisher vorgeschlagenen sechs beziehungsweise zwölf Monate.

Müller: Von unseren Kunden werden die Echtzeitüberweisungen – entsprechend

dem bestehenden Marktbedarf – sehr gut angenommen und immer häufiger genutzt. Jedoch besteht meines Erachtens kein regulatorischer Bedarf, diese Zahlungen mit einer gesetzlichen Vorgabe zum Standard zu machen. Die Umsetzungen sollten sich, wie bisher auch, rein auf Online-Kanäle konzentrieren. Gesetzliche Vorgaben zum Beispiel für Stapelverarbeitung im Massengeschäft sowie eine papierhafte Beauftragung sind unseres Erachtens nicht notwendig. Im Bereich des Firmenkundengeschäfts werden sich die zukünftigen technischen Zahlungsverkehrslösungen im Wettbewerb entwickeln.

 **KARTEN** Wer braucht den digitalen Euro wofür?

Martin: Der digitale Euro bietet die Möglichkeit, bestehende Zahlungsmittel gemäß den Anforderungen einer zunehmend digitalen Welt weiterzuentwickeln. Wir sprechen hier gerne von „digitalen Zwillingen“. Der digitale Euro für Endkunden sollte der digitale Zwilling zum heutigen Bargeld sein. Wenn dieser digitale Euro auch dieselben Kerneigenschaften wie bestehendes Bargeld hat (Offline-Fähigkeit, Anonymität, inhaberbasiert, limitiert, resilient), kann er eine moderne Ergänzung zum Bargeld sein.

Wenn der digitale Euro auf modernen Technologien basiert, ermöglicht das der Privatwirtschaft zusätzlich, digitale Mehrwertlösungen für Kunden zu entwickeln. Wichtig ist hier jedoch, dass

 **»Es besteht kein regulatorischer Bedarf, Instant Payment Zahlungen gesetzlich zum Standard zu machen.«**

Markus Müller

sich die EZB auf die Bereitstellung des digitalen Euros als „Rohmaterial“ beschränkt, um der Privatwirtschaft, welche die Bedürfnisse ihrer Kunden am besten kennt, Raum für Innovationen zu geben. Wir beobachten die Überlegungen der Europäischen Zentralbank sehr aufmerksam und prüfen die Auswirkungen auf die Geschäftsbanken und deren Geschäftsmodell sehr sorgfältig.

Müller: Würde die EZB von ihrem ursprünglichen Plan abweichen, den digitalen Euro als „Rohmaterial“ – und

damit als Zwilling zum Bargeld – zur Verfügung zu stellen, hätte dies ganz grundsätzliche Auswirkungen auf das bisherige Geschäftsmodell Zahlungsverkehr. Sollte sich die Entwicklung eher in Richtung eines neuen Zahlverfahrens auf Basis eines Hintergrundkontos bei der Europäischen Zentralbank verla-

gern, welches neben der bloßen Bereitstellung des Euros im digitalen Raum auch zusätzliche Funktionen umfasst, halte ich dies für problematisch. Dadurch würde eine staatliche Konkurrenz zu gut funktionierenden und zukünftig geplanten privatwirtschaftlichen Lösungen (zum Beispiel European Payments Initiative EPI) entstehen. Die sich hieraus ergebenden Risiken für Wirtschaft und Gesellschaft sollte die EZB durch eine tiefgreifende Auswirkungsanalyse (zum Beispiel auf Liquiditätskennziffern der Banken) vor einer etwaigen Entscheidung umfassend untersuchen.

 **KARTEN** Stichwort EPI: Was hat hier zu dem Sinneswandel der genossenschaftlichen Finanzgruppe geführt, sich doch wieder damit zu befassen?

Martin: Die genossenschaftliche Finanzgruppe hat sich immer aufgeschlossen gezeigt für europäische Lö-

sungen. Bedingungen waren hierbei ein echter Kundenmehrwert, ein hohes Verbreitungsniveau in Europa sowie ein betriebswirtschaftlich tragfähiges Lösungsangebot. Der zweite Konzeptansatz EPI 2.0 mit der Wallet-Lösung verbindet diese Anforderungen aus unserer Sicht gut.

Müller: Die genossenschaftliche Finanzgruppe hat durch ihren Impuls gegenüber EPI, verstärkt auf die Wallet und Instant Payment zu setzen, zum Strategieschwenk von EPI entscheidend beigetragen. Die jetzt diskutierte Pro-

duktausrichtung von EPI halten wir für deutlich sinnvoller.

 **KARTEN** Welche Chancen sehen Sie für EPI – und was würde eine europäische Paymentlösung konkret aus Sicht der Primärbanken bedeuten?

»Die jetzt diskutierte Produktausrichtung von EPI halten wir für deutlich sinnvoller.«

Markus Müller

Martin: EPI ist ein von Europa unterstütztes neues Scheme, nutzt bestehende Infrastruktur, was sich hinsichtlich Investitionen positiv niederschlägt, und berücksichtigt die Anforderungen der verschiedenen Perspektiven wie Konsumenten, Händler, Issuer und Acquirer. Damit sehen wir viele Bedingungen für einen echten Kundenmehrwert im Grundsatz erfüllt. Mit EPI haben wir zudem die Chance, auf Basis der effizienten Echtzeitinfrastuktur eine marktgerechte europäische Paymentlösung zu bieten.

Müller: Ziel der Volks- und Raiffeisenbanken ist es natürlich, dass Kunden – sowohl Verbraucher als auch Händler – das für sie passende Zahlungsinstrument in unserem Zahlungsangebot finden, das modernen Marktstandards entspricht und eine ausreichende Abdeckung gewährleistet. Wir glauben derzeit, dass EPI das Potenzial hat, diese Anforderungen in nicht allzu ferner Zukunft zu erfüllen.

 **KARTEN** Stichwort Nachhaltigkeit: Was erwarten Sie mit Blick auf das Recycling abgelaufener Karten? Werden die Kunden hier mitziehen und ihre Karten zu einem nennenswerten Anteil zurückgeben? Oder ist das eher ein hehres Ziel?

Müller: Die Volksbank Rhein Ahr Eifel ist fest in das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben vor Ort eingebunden. Es arbeiten Mitarbeiter aus der Region für Kunden aus der Region. Unsere Eigentümer, die Mitglieder unserer Genossenschaft, stammen ebenfalls zu einem großen Anteil aus der Region. All dies steckt sehr tief in der DNA einer genossenschaftlichen Regionalbank und ist einer der zentralen Pfeiler des genossenschaftlichen Nachhaltigkeitsleitbilds.

Bezüglich der Nachhaltigkeit im Kartengeschäft haben wir erste gute Erfahrungen mit der „Naturliebe Gold Card“ machen können. Diese Karte wird aus recyceltem Plastik hergestellt und jede verkaufte Kreditkarte kommt Umweltschutzinitiativen zugute. Hinsichtlich der Kartenrückgabe: Wir können unsere Kunden nicht zwingen, ihre Karten bei uns abzugeben. Wir weisen sie jedoch auf die Möglichkeit hin. Daher wird sich die Resonanz auf dieses Angebot noch zeigen. Wir können aber als Bank bereits bei der Kartenproduktion beeinflussen, aus welchem Rohstoff der

Kartenkörper produziert wird. Diesen Schritt sind wir mit der Naturliebe-Karte gegangen.

Martin: Die genossenschaftliche Finanzgruppe setzt in puncto Nachhaltigkeit im Kartengeschäft bereits früh in der Wertschöpfungskette an. Und das konsequent: Bis Ende 2025 sollen alle neu auszugebenden Kartenprodukte auf nachhaltige Materialien umgestellt sein.


KARTEN Wie nachhaltig sind eigentlich digitale Zahlungen? Und wie lässt

sich an dieser Stelle für mehr Nachhaltigkeit sorgen?

Martin: Wir betrachten Nachhaltigkeit ganzheitlich als ein Querschnittsthema für die genossenschaftliche Bankengruppe. Bezüglich digitaler Zahlungen sind einerseits die Anbieter der Hardware gefordert, nachhaltig zu produzieren. Andererseits sind wir mit unseren Dienstleistern im Gespräch, um zum Beispiel den Anteil der Energie, den die technischen Zahlungsverkehrs-, aber auch alle weiteren Bankanwendungen nutzen, aus nachhaltigen Quellen zu beziehen. ■