

„Mit dem neuen Co-Badging werten wir die Sparkassen-Card auf“

Interview mit Joachim Schmalzl und Ottmar Bloching



Im Spätsommer 2020 starten die Sparkassen als erste Kreditinstitute in Deutschland mit Apple Pay via Girocard. Ab dem kommenden Jahr soll die Sparkassen Card dann durch ein neues Co-Badging aufgewertet werden: Mastercard Debit anstelle von Maestro soll nicht nur die Einsatzfähigkeit im Internet ermöglichen, sondern auch die Zahlungsmöglichkeiten im Ausland verbessern. Erste Pilotsparkassen sollen zum Jahresende starten. Zu den Initiativen der DK sowie den Bemühungen um ein europäisches Payment Scheme sehen Ottmar Bloching und Joachim Schmalzl in dieser Strategie keinen Widerspruch.

Red.

KARTEN Wie hat die Corona-Krise das Bezahlverhalten der Bürger verändert und was davon wird auch in Zukunft bleiben?

Bloching: Die erste Feststellung: Obwohl in der Krise ein Großteil der Geschäfte in Deutschland geschlossen war, ist die Anzahl der Girocard-Transaktionen nicht zurückgegangen, sondern an einzelnen Tagen sogar deutlich gestiegen. Das heißt: Wir haben einen massiven Shift von der Barzahlung in die Kartenzahlung gesehen. Wir glauben, dass diese Verhaltensänderung auch in Zukunft Bestand haben wird, wenn auch vielleicht nicht im gleichen Maße wie bisher. Die Investments der Sparkassen-Finanzgruppe in die Kontaktlos-Technologie haben sich jedenfalls als sehr hilfreich und richtig erwiesen.

Schmalzl: Die Sparkassen können jede mögliche Entwicklung im Zahlverhalten nachhaltig begleiten. Wir stellen nach wie vor flächendeckend die Bargeldversorgung sicher, bieten aber gleichzeitig auch physische und digitale Karten an, damit die Kunden jederzeit selbst entscheiden können, wie sie bezahlen.

Die Möglichkeiten zum bargeldlosen Bezahlen haben sich in den letzten Wochen deutlich erhöht, weil jetzt auch viele kleine Händler Kartenzahlungen akzeptieren. Payone hat sehr viel mehr Terminals ausgeliefert als in den Monaten davor. Händler, die bisher keine Kartenzahlungen haben wollten, stehen dem jetzt deutlich offener gegenüber, weil sie merken, dass Kunden das nachfragen. Durch die höhere Akzeptanz

steigt auch per se die Attraktivität des bargeldlosen Bezahlers.

Bisher wuchs der Anteil der bargeldlosen Zahlungen am Einzelhandels-Umsatz jedes Jahr um etwa einen Prozentpunkt. Diese bislang sehr stetige Veränderung des Nutzungsverhaltens hat jetzt einen sehr großen Sprung gemacht. Ob das am Ende des Jahres ein Ergebnis ist, das wir sonst erst in drei oder vielleicht sogar erst in zehn Jahren erreicht hätten, wird man sehen. In jedem Fall beschleunigt sich der bisherige Trend hin zu mehr Kartenzahlungen.

KARTEN Hat sich durch diese Veränderung des Bezahlverhaltens die Lücke zu anderen, weniger bargeldaffinen Ländern ein Stück weit geschlossen? Oder hinkt Deutschland in Sachen Kartenzahlung immer noch hinterher, weil auch die Verbraucher in anderen Ländern noch stärker als bisher per Karte bezahlen?

Schmalzl: Wir haben das Nutzungsverhalten im letzten Jahr systematisch untersucht. Deutschland liegt eigentlich gar nicht so weit zurück, wie man das oft vermutet, sondern rangiert innerhalb Europas eher im Mittelfeld. Ich glaube schon, dass wir jetzt ein Stück nach vorne gerückt sind, eben auf-



Dr. Joachim Schmalzl, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied, Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V., Berlin

grund der stärkeren Ausstattung der kleineren Händler mit Terminals.

KARTEN Wie hat sich dieser verstärkte Trend zum bargeldlosen Bezahlen auf die Ertragslage im Zahlungsverkehr ausgewirkt?

Bloching: Das muss man sehen. Wir haben mit der Girocard ein sehr effizientes Verfahren, mit attraktiven Konditionen, ohne separate Acquiring- oder Scheme-Gebühren für die Händler. Deshalb ist die Girocard nicht nur das Lieblingskind der Verbraucher, sondern auch der Händler. Wir sehen sehr deutlich, dass Händler begonnen haben, ihr Lastschriftvolumen auf Girocard umzustellen.

Schmalzl: Aus Sicht der Sparkassen geht es darum, die Leistungsfähigkeit des Girokontos herauszustellen. Im Rahmen der Preis-Leistungsstrategie sind attraktive Bezahlfverfahren ein Beitrag, die Preiswürdigkeit der Girokonten unter Beweis zu stellen.

KARTEN Kann von der gestiegenen Zahl kleiner Händler, die Karten akzeptieren, zusätzlicher Druck in Richtung einer noch stärkeren Interchange-Regulierung ausgehen?

Schmalzl: Die EU-Kommission hat sich noch nicht entschieden, ob es eine neue Regulierung geben wird oder nicht. Wir glauben, dass mit der MIF nur ein Teilbereich der Kostenstruktur angepackt worden ist, der insbesondere zulasten der Kreditinstitute gegangen ist. Es gibt jedoch mehrere Spieler in der Wertschöpfungskette, die ungeschoren davon gekommen sind. Das wird sich die Kommission aufmerksam anschauen.



Ottmar Bloching, Mitglied der Geschäftsführung, Deutscher Sparkassen Verlag GmbH, Stuttgart

Hier gibt es jetzt mehr Transparenz. Wir werden sehen, ob es jetzt zu einer faireren Behandlung kommt oder ob man vielleicht erst einmal weiter abwartet. Denn besonders hoch sind die Entgelte jetzt ja nicht mehr.

KARTEN Was würden Sie sich von der EU-Kommission wünschen?

Schmalzl: Wir würden uns wünschen, so viele Erträge erwirtschaften zu können, dass wir auch wieder in die Systeme investieren können. Es ist außerordentlich schwierig, Investitionen in attraktive Bezahlfverfahren zu tätigen, wenn der Branche durch Regulierung die Erträge genommen werden, während andere Player, wie die großen Kartenschemes, durchaus ungeschoren davonkamen und dadurch weiter Investitionen durchführen können, die den Wettbewerb etwas verschieben. Ich fände es schön, wenn es etwas klarer würde, dass die bisherige Regulierung eine unfaire Behandlung der Banken und Sparkassen darstellt.

KARTEN Würde die Interchange nochmals gesenkt – was hieße das für Apple Pay? Immerhin müssen die Emittenten hier einen Teil der Erträge an Apple abtreten. Wird Apple Pay dann zum Verlustgeschäft?

Schmalzl: Für uns ist Apple Pay ein weiterer Beitrag, die Leistungsfähigkeit des Girokontos zu steigern. Unsere Strategie ist es, nicht bei jedem einzelnen Bezahlfverfahren die Gewinn- und Verlustrechnung durchzurechnen. Sondern wir betrachten die Bezahlfverfahren als Gesamtportfolio. Hier halte ich Apple Pay für eine ganz wichtige Bereicherung unseres Payment-Portfolios. Insofern sind Änderungen in der Preisstellung von Teilkomponenten nicht ausschlaggebend.

KARTEN Stichwort Investitionen: Wie ist der Stand der Dinge beim Thema #DK?

Bloching: Ziel dieses Payment-Projekts ist es, Verbrauchern und Händlern sowohl im stationären Handel als auch im E-Commerce durch eine Bündelung der bestehenden Verfahren Vorteile in der Handhabung und eine höhere Wiedererkennbarkeit zu bieten. Wir möch-

ten sicherstellen, dass der Kunde immer und überall bequem und idealerweise mit einem Instrument bezahlen kann. Er kann entweder seine Kartendetails eintippen oder Zahlungen über Benutzername und Passwort ausführen. Gemeinsam mit den anderen Beteiligten der Kreditwirtschaft arbeiten wir daran, hier Verbesserungen umzusetzen.

Schritt eins ist sicherlich die Kombination der bestehenden Verfahren, um für die Kunden das Bezahlen noch bequemer zu machen. Hier geht es nicht darum, große Investitionen loszutreten, sondern darum, das, was schon vorhanden ist und sich in der Praxis bewährt hat, clever zu kombinieren und in ein sauberes Rollout-Verfahren zu packen, um die Vorteile für Kunden und Händler erlebbar zu machen.

KARTEN Wie sieht es auf europäischer Ebene aus?

Schmalzl: Die Politik hat erkannt, wie wichtig europäische Zahlungssysteme sind, allein schon, um die Datensouveränität der europäischen Bürgerinnen und Bürger im Zahlungsverkehr zu erhalten. Wir unterstützen das auch. Es gibt auf dieser Ebene sehr viele Gespräche. Das Zahlungsverhalten in den verschiedenen europäischen Ländern ist allerdings sehr unterschiedlich, und das Kundenverhalten definiert letztlich auch die verschiedenen Systeme.

Die richtige Lösung aus Kundensicht zu präsentieren ist nicht trivial. Daran müssen wir arbeiten, denn sie muss den Kunden gefallen und nicht der Politik oder den Banken.

Bloching: Das ist der wichtigste Punkt in der Diskussion im europäischen Umfeld, die ja einen klaren politischen Impetus hat. Damit ein europäisches Payment-Scheme zum Einsatz kommt, muss es letztlich einen klaren Vorteil bieten.

E-Commerce bedeutet beispielsweise für einen Niederländer typischerweise, dass er mit Ideal zahlt, für einen Franzosen, dass er mit Carte Bancaire zahlt. Die Herausforderung, vor der wir alle gemeinsam stehen, ist es deshalb, die unterschiedlichen Kundenverhaltensweisen auf dem Weg zu einem europäischen Payment-Scheme mitzunehmen.

Wir müssen uns einen klaren Migrationspfad überlegen, wie man zu einem gemeinsamen Produkt kommt, obwohl die Ausgangsvoraussetzungen sehr unterschiedlich sind. Es ist der klare Wille vorhanden, dies gemeinsam zu lösen, um auf europäischer Ebene ein Gegen-

Schmalzl: Hierzu läuft gerade die Diskussion. Es gibt verschiedene Varianten mit Umbrella-Marken und nationalen Marken. Möglicherweise gibt es auch eine Kombination. Aus Sparkassen-sicht hätten wir es gern, dass der Kunde das Gefühl hat, mit den Sparkas-

versichert haben, Maestro und V-Pay auch weiter zu betreiben.

»Wie die Bezahlverfahren heißen, ist oft eine bloße Diskussion unter Fachleuten.«

Joachim Schmalzl

gewicht zu den amerikanischen Anbietern zu haben, die momentan vor allem im Cross-Border-Geschäft führend sind.

KARTEN Wie kann das gelingen?

Schmalzl: Natürlich müssen wir ein kosteneffizientes Verfahren bauen. Das heißt, dass Teile davon gemeinschaftlich entwickelt werden müssen, um genügend Skaleneffekte zu erreichen, die im Zahlungsverkehr immer eine ganz wesentliche Rolle spielen. Es muss aber auch Migrationswege geben, damit die Kunden keine neuen Verfahren mit ganz neuen Vorgehensweisen lernen müssen. Neues wird es vor allem im Hintergrund in den Bereichen Clearing und Settlement geben. Es wird aber auch Punkte geben, wo man den Kunden – ausgehend vom heutigen Bezahverhalten – auf neue Verfahren und Standards migrieren wird. Das ist sicher ein sinnvoller Weg, um den Kunden nicht an den Wettbewerb zu verlieren.

Bloching: Wenn wir uns auf eine europäische Lösung zubewegen, ist die Mission klar: Es muss erstens als Kern eine Infrastruktur herauskommen, die sowohl karten- als auch kontobasierte Zahlungen verarbeiten kann. Zweitens muss diese Infrastruktur ermöglichen, dass sowohl der Kunde als auch der Händler die Zahlung auslöst. Unter diesen beiden Prämissen lässt sich sehr viel von dem, was wir heute in Deutschland und Europa haben, zusammenfassen. Das sollte auch die Marschroute sein.

KARTEN Was heißt das für die Markenstrategie? Wird es eine neue europäische Marke geben oder bleibt es bei den bisherigen nationalen Marken?

sen-Funktionen zu bezahlen. Wie die einzelnen Bezahlverfahren heißen, ist oft eine bloße Diskussion unter Fachleuten. Die wenigsten Kunden wissen bis heute, dass die Girocard Girocard heißt. Das ist aber auch nicht die dominante Frage.

KARTEN Wie soll künftig die Sparkassen Card standardmäßig aussehen?

Bloching: Die Sparkassen Card ist heute typischerweise eine Co-Badged-Karte mit Girocard und Maestro beziehungsweise V-Pay. Dieses leistungsfähige Instrument bringen wir auf eine neue technische und funktionelle Basis, indem wir Maestro und wahrscheinlich

KARTEN Visa will V-Pay allerdings perspektivisch auslaufen lassen ...

Bloching: Das ist richtig. Das wird kommen, je mehr sich in dem neuen Umfeld entwickelt. Auch bei Mastercard wird die normative Kraft des Faktischen über die Zeit Veränderungen herbeiführen, allerdings nicht kurzfristig.

KARTEN War die Online-Einsatzfähigkeit der Sparkassen Card ausschlaggebend für die Entscheidung?

Schmalzl: Das Bezahlen mit diesen Co-Badged-Funktionen im E-Commerce ist natürlich ein wichtiger Punkt. Das geht bisher nicht oder nur selten mit dem Maestro-Co-Badge. Mit dem Debit Mastercard-Co-Badge wird es funktionieren. Die beiden Verfahren – Girocard und DMC – auf einer Karte werden sich also gegenseitig auf. Das ist die subsidiäre Funktion des Co-Badgings.

Es geht aber nicht nur um den E-Commerce. Mit der Debit Mastercard im Co-Badge wird die Einsatzfähigkeit im

»Wir bringen im Spätsommer das Bezahlen mit Apple Pay via Girocard live.«

Ottmar Bloching

auch V-Pay gegen Mastercard Debit und perspektivisch auch Visa Debit tauschen. Das heißt, wir modernisieren die Co-Badged-Funktion, damit die Sparkassen Card State of the Art bleibt. Die Sparkassen entscheiden jedoch eigenständig, ob beziehungsweise wann sie dieser Empfehlung folgen wollen.

KARTEN Täuscht der Eindruck, dass die Marke Maestro allmählich zum Auslaufmodell wird?

Bloching: Funktionalitäten wie Maestro oder V-Pay werden nicht abgeschaltet werden. Für Sparkassen ist es wichtig, wie sie ihr Produkt positionieren wollen. Wir sehen, dass die Investitionen der großen Schemes vor allem in ihre Kernmarken gehen, sprich Mastercard und Mastercard Debit beziehungsweise Visa und Visa Debit, wobei beide uns


Ausland noch weiter ausgebaut. Und auch „Mobiles Bezahlen“ wird nicht mehr nur mit der Kreditkarte, sondern auch mit der Debitkarte weltweit möglich sein. Das ist unser Anspruch.

Bloching: Wir haben auch viele Kunden, die bewusst keine Kreditkarte nutzen, sondern alle Transaktionen auf dem Girokonto sehen wollen. Auch für diese Kunden müssen wir die Sparkassen-Card so leistungsfähig ausstatten, dass sie alle Bedürfnisse rund ums Bezahlen erfüllt.

KARTEN Ist der Wechsel von Maestro zu Mastercard Debit auch die Lösung für Apple Pay, für diejenigen Kunden, die keine Kreditkarte nutzen?

Bloching: Wir bringen im Spätsommer das Bezahlen mit Apple Pay via Gi-


rocard live. Das ist ein wichtiger Beitrag, um zu demonstrieren, dass die Girocard ein modernes und leistungsfähiges Produkt ist.

 **KARTEN** Was hat die im Gesetz „zur Umsetzung der Änderungsrichtlinie zur Vierten EU-Geldwäscherichtlinie“ enthaltene Erweiterung bezüglich der Schnittstellen von Systemunternehmen gebracht? Ist dieser Artikel 4 hilfreich in den Verhandlungen bezüglich der Girocard und Apple Pay?

Schmalzl: Diese Regulierung, die der deutsche Gesetzgeber im Dezember in Gang gebracht hat, hat die Sparkassen-Finanzgruppe begrüßt. Wir haben sie allerdings nie als „Lex Apple Pay“ bezeichnet, auch wenn die Diskussion häufig darauf reduziert wird.

Für uns geht es bei der Öffnungsdiskussion um viele Schnittstellen, die die großen Plattformanbieter haben. Die wichtigste ist aus Sparkassensicht die Sprache. Denn es gab durchaus Versuche, Kreditinstituten den Zugang auf Sprachplattformen mit Banking-Funktionen zu verweigern. Es gab auch schon Funktionen, die wieder vom Markt genommen werden mussten, weil die Sprachanbieter eigene Plattformen hatten. Wir haben es deshalb sehr begrüßt, dass der deutsche Gesetzgeber diesen Streit darum, dass die Sprachplattformen ihre Monopolposition nutzen, um Finanzdienstleistern den Zugang zu verweigern, angegangen ist und so die Diskussion um den Zugang zu den Schnittstellen in Gang gekommen ist.

In nächster Zeit werden wir mehr Funktionen mit Sprachdiensten sehen, als es sie im vergangenen Jahr gab. Ob das mit dem Gesetz in Verbindung steht oder nicht, lässt sich nicht ursächlich zurückführen. Jedenfalls stellen wir eine größere Gesprächsbereitschaft der Anbieter auf der Sprachseite fest und freuen uns darüber. Das trägt auch stark zur Barrierefreiheit bei.


 **KARTEN** Wie sieht der Zeitplan bei der Umstellung auf Mastercard-Debit-Co-Badging aus?

Bloching: Die Arbeiten sind sowohl von der Finanz Informatik als auch vonseiten der DSV-Gruppe abgeschlossen.

Aktuell sind zehn Sparkassen im Family & Friends Test, um sicherzustellen, dass das Produkt so funktioniert wie geplant. Ende dieses Jahres werden die ersten Pilotsparkassen starten, die teilweise auch flächendeckend in den Austausch gehen. Im nächsten Jahr wird das dann Auswirkungen auf die Entscheidungen der Institute haben, wie sie in der Breite damit umgehen. 2020 ist also ganz klar ein Pilotjahr. Ab 2021 beginnt es, ein Regelthema zu werden.

Schmalzl: Typischerweise werden Sparkassen das Mastercard-Debit-Co-Badging in ihre Rollout-Entscheidungen einbeziehen. Die wenigsten werden einen sofortigen Kartenumtausch in Gang

nenswerten anderen Bezahverhalten als heute. Der Anteil derjenigen Transaktionen, bei denen Kunden von der Möglichkeit der Anwenderauswahl Gebrauch machen, dürfte deutlich im Bereich unter einem Prozent liegen. Auch aus dem Feedback von Händlern, die das Thema pilotiert haben, lässt sich ableiten, dass es im Tagesgeschäft weder für die Händler noch für die Kunden Relevanz hat.


 **KARTEN** Warum haben Sie sich jetzt dazu entschieden, die Girocard aufzuwerten? Ist das ein Zeichen dafür, dass es bei #DK nicht schnell genug vorangeht?

»Es wird immer die Notwendigkeit für ein Co-Badge geben.«


Joachim Schmalzl

setzen. Auf Basis der normalen Kartenaustauschzyklen dürfte dann bei Sparkassen, die ihren Kunden dieses Produkt anbieten wollen, in vier Jahren der Rollout abgeschlossen sein.

Bloching: Derzeit laufen zudem Überlegungen, wie sich der Rollout beschleunigen lässt, wenn man ihn digital umsetzt. Solche Dinge werden mit dem Mobile Payment möglich.


 **KARTEN** Wie wird die Girocard mit Mastercard-Debit-Co-Badging technisch online einsatzfähig?

Bloching: Der Schlüssel dafür ist der Chip. Äußerlich wird die Karte fast genauso aussehen wie heute – allerdings mit dem veränderten Logo. Und es wird auf der Vorderseite eine 16-stellige Kartenummer aufgedruckt. Die kann der Kunde dann für Online-Bezahlvorgänge verwenden. Das Bezahlen am Terminal funktioniert nach wie vor über den Chip.

 **KARTEN** Am Terminal hat der Kunde das Recht zur Anwenderauswahl der Funktionen auf der Karte. Inwieweit wird das in der Praxis tatsächlich genutzt?

Bloching: Die gesetzlichen Anforderungen sind natürlich erfüllt. Ich rechne dadurch allerdings nicht mit einem nen-

Schmalzl: Die Überlegungen zum Thema Co-Badging laufen bei uns schon sehr lange. Als wir damit begonnen haben, war von #DK noch gar nicht die Rede. Das Projekt zum omnikanalfähigen Bezahlsystem der deutschen Kreditwirtschaft hat viele Varianten. Das sehen wir nicht als konkurrierend an. Je leistungsfähiger es am Schluss wird, desto weniger wird das Co-Badge gebraucht. Auch wenn das europäische Payment Scheme Realität wird, wird man immer eine Bezahlmöglichkeit außerhalb Europas brauchen. Insofern wird es immer die Notwendigkeit für ein Co-Badge geben. Die Frage ist im Grunde nur, welchen Stellenwert es einnimmt.

 **KARTEN** Führt der Trend zum verstärkten bargeldlosen Bezahlen dazu, dass die Sparkassen heute schon über einen Rückbau der Bargeld-Infrastruktur nachdenken? Oder wäre es dafür noch zu früh?

Schmalzl: Für solche Überlegungen ist es noch zu früh. Die Zahl der Bargeldabhebungen ist in den letzten vier Monaten gar nicht so sehr zurückgegangen. Es wird zwar weniger bar bezahlt, aber als Wertaufbewahrungsmittel wird Bargeld nach wie vor genutzt. Insgesamt ist die Bargeldnutzung also relativ stabil. Deshalb halten wir die flächendeckende Bargeldversorgung auch weiterhin aufrecht. ■