

ProChip

Das Magazin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. Nr. 23

Katja Muñoz
**Europas digitale
Zeitenwende**

Oliver Hommel,
Susanne Raupbach
**Die Rolle der girocard im
europäischen Zahlungs-
verkehr der Zukunft**

Dennis-Kenji Kipker
**Digitale Souveränität
braucht mehr
als Cloud und KI**

**Europas
neue
Souveränität**



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

MACHT JEDEN  Login SICHER.



**REINER SCT
LOGIN**

- Schutz vor Passwort-diebstahl und Phishing
- FIDO, TOTP und zertifikatsbasierte Anmeldung
- Für Unternehmen und Verwaltungen

**Sichere Logins.
Einfach umgesetzt.**

**Schützen Sie Windows und Unternehmensanwendungen
mit MFA und Hardware-Token von REINER SCT.**

Jetzt sichere Anmeldung kennenlernen:
reiner-sct.com/security



Liebe Leserinnen, liebe Leser,



herzlich willkommen zur neuen Ausgabe der ProChip. „Back to the roots“, möchte ich an der Stelle fast sagen. Nach zwei rein digitalen Ausgaben erscheint sie wieder gedruckt. Denn so praktisch digitale Formate auch sind, gerade im persönlichen Austausch zeigt sich, dass diese Variante ihren ganz eigenen Wert hat. Etwas in die Hand nehmen, darin blättern, einen Beitrag markieren oder die Ausgabe weitergeben – das gehört zu guter Kommunikation. Natürlich wird die ProChip weiterhin auch digital verfügbar sein.

Thematisch haben wir Ihnen dieses Jahr wieder einiges Spannendes mitgebracht. Neue Technologien, geopolitische Verschiebungen und der wachsende Wunsch nach digitaler und wirtschaftlicher Souveränität verändern die Diskussion im Zahlungsverkehr. Zugleich entstehen neue Zahlungslösungen, während etablierte Systeme vor der Aufgabe stehen, ihre Stärken in eine zunehmend digitale Zukunft zu überführen.

Wie diese Zukunft aussehen kann, darüber wird derzeit intensiv diskutiert. Welche Rolle kann der digitale Euro spielen? Was bedeutet Wero für den europäischen Zahlungsverkehr? Welchen Stellenwert werden nationale Zahlungssysteme wie die girocard künftig in einer europäischen Zahlungslandschaft haben? Und – ganz wichtig – wie entwickelt sich die Debitkarte der deutschen Banken und Sparkassen weiter?

Wir freuen uns deshalb besonders über die vielfältigen Beiträge in dieser Ausgabe. In unserem Schwerpunkt beleuchten Oliver Hommel und Susanne Raupbach die Rolle nationaler Zahlungssysteme. Tanja Müller-Ziegler, Vorstandsmitglied des Bundesverbandes Deutscher Volksbanken und Raiffeisenbanken, zeigt in ihrem Gastbeitrag, warum privatwirtschaftliche Zahlungssysteme ein wichtiger Baustein für Europas digitale Souveränität sind.

Dass die ProChip selbst in diesem Jahr auf 20 Jahre zurückblickt, passt dabei besonders gut zu diesem Blick in die Zukunft. Seit zwei Jahrzehnten begleitet unser Magazin die Entwicklungen der Zahlungsbranche, dokumentiert Veränderungen und bringt unterschiedliche Stimmen und Perspektiven zusammen. Vieles hat sich seither verändert. Und doch bleiben zentrale Fragen erstaunlich aktuell: Wie wollen wir bezahlen? Welche Infrastruktur brauchen wir dafür? Und wie schaffen wir es, Innovation und Vertrauen miteinander zu verbinden?

Der Zahlungsverkehr bleibt also in Bewegung. Wir laden Sie ein, die unterschiedlichen Perspektiven mit uns zu entdecken.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre!

Ingo Limburg
Vorstandsvorsitzender der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.



Fokus

06

SOUVERÄN IN DER TRANSFORMATION

Die Rolle der girocard im europäischen Zahlungsverkehr der Zukunft
von Oliver Hommel und Susanne Raupbach

12

ZAHLEN, DATEN, TRANSAKTIONEN

So bezahlt Europa

14

PRIVATWIRTSCHAFTLICHE ZAHLUNGSSYSTEME

Baustein für digitale Souveränität
Gastbeitrag von Tanja Müller-Ziegler

16

VOM GETRIEBENEN ZUM GESTALTER

Europas digitale Zeitenwende
Gastbeitrag von Katja Muñoz

18

PSD3 UND PSR

Dieses Reformpaket stärkt die Souveränität der EU
Gastbeitrag von René Repasi

20

DIGITALER EURO

Unabhängige Infrastruktur – mit Schnittstellen für die Banken
Standpunkt von Moritz Heuberger

22

WERO

Neuer Anlauf im europäischen Zahlungsverkehr

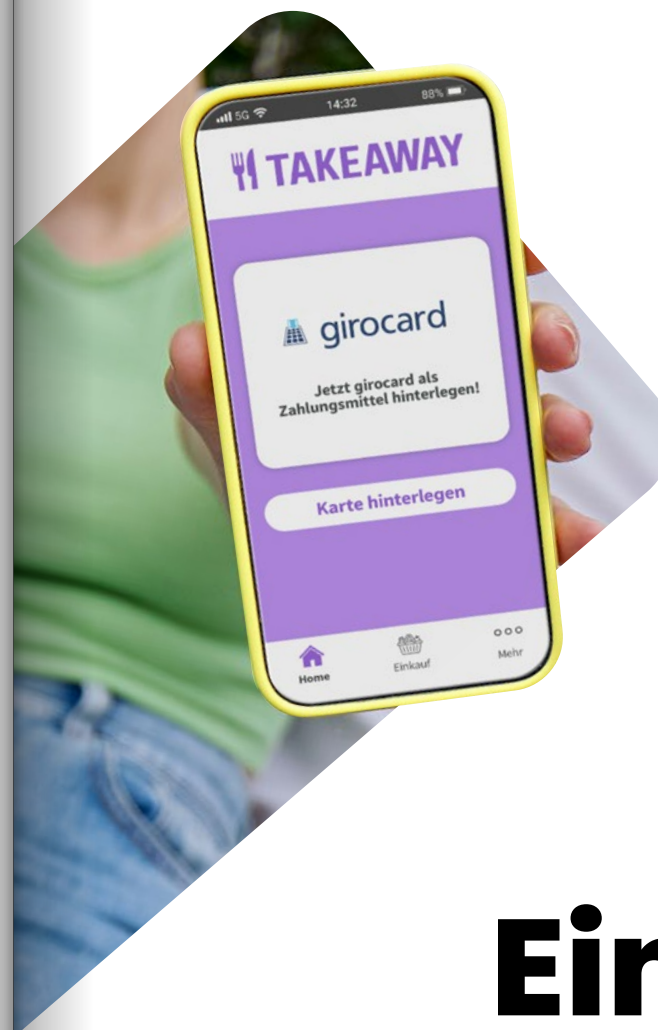
24

WERTSCHÖPFUNG ALS KOMPASS

Digitale Souveränität braucht mehr als Cloud und KI
Gastbeitrag von Dennis-Kenji Kipker



Innovation



26

SENSIBILISIERUNGSKAMPAGNE

Betrugsbekämpfung als Gemeinschaftsaufgabe
Gastbeitrag von Dirk Schrade

28

DIE GIROCARD IN DER HÄNDLER-APP

Mehr Volumen, mehr Souveränität
Interview mit Christopher Kirsch

30

DIE GIROCARD IM ALLTAG

Wie das deutsche Zahlungssystem neue Rollen übernimmt

32

EINE FRAGE, VIELE PERSPEKTIVEN

Wie bezahlen wir in 20 Jahren?

34

IBI-PAYMENT-REPORT

Welche Rolle spielt Bargeld in Deutschland?
Gastbeitrag von Stephan Weber und Nils Deichner

36

ALLENSBACH-STUDIE

Europa will eigene Wege gehen, Deutschland bleibt zurückhaltend

Einblick

40

INTERESSENVERTRETUNG IN BERLIN

Der persönliche Kontakt allein reicht nicht mehr aus
Interview mit Carolin Zeller

42

EIN ZEITDOKUMENT DER KARTENZAHLUNG

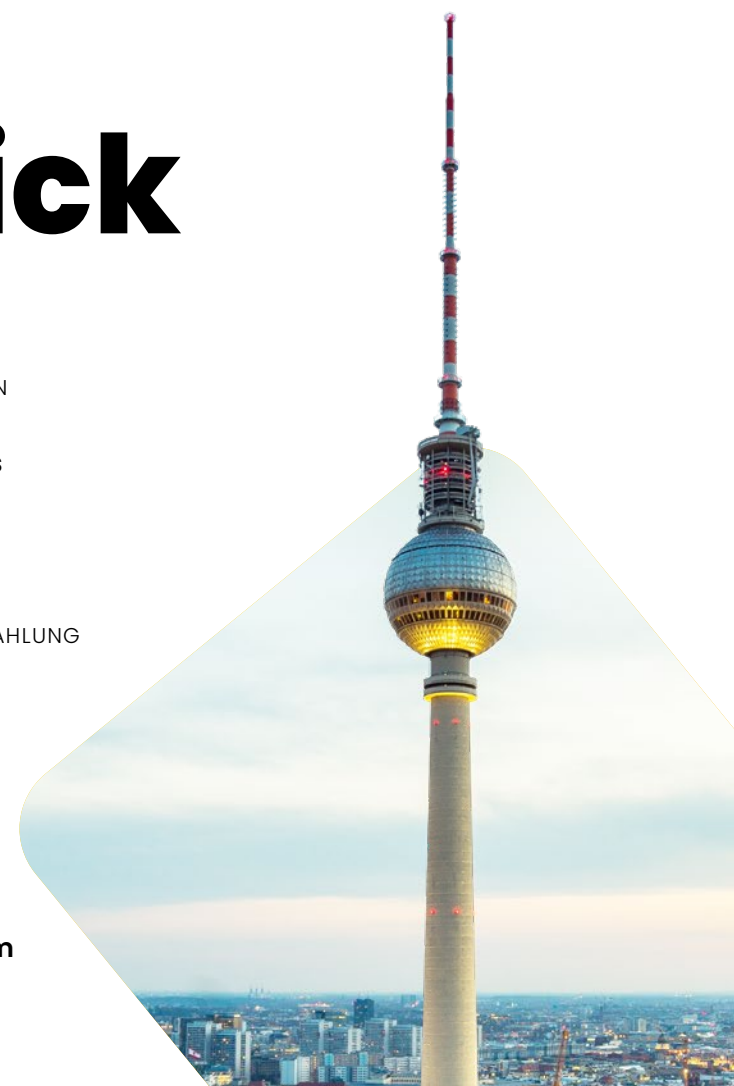
20 Jahre ProChip

46

MITGLIEDERVERZEICHNIS

48

Über die IDZ und Impressum



Souverän in der Transformation

Die Rolle der girocard im europäischen Zahlungsverkehr der Zukunft

Neue Zahlungslösungen verändern den Markt – doch die girocard startet aus einer starken Position in diese Transformation. Mit hoher Reichweite, gewachsenen Netzwerkeffekten und kontinuierlicher Weiterentwicklung bringt sie beste Voraussetzungen mit, ihre Rolle im deutschen und europäischen Zahlungsverkehr auch künftig aktiv zu gestalten.

Der Zahlungsverkehr in Europa befindet sich in einem tiefgreifenden Transformationsprozess. Neue Zahlungssysteme entstehen, das Nutzungsverhalten verändert sich, und die Wertschöpfungsketten im Markt werden vielfältiger. Instant Payments und Account-to-Account-Lösungen gewinnen an Bedeutung, mobile Wallets werden zunehmend selbstverständlicher, und mit dem digitalen Euro nimmt eine weitere große europäische Initiative konkrete Konturen an. Gleichzeitig eröffnen softwarebasierte Akzeptanzlösungen neue Möglichkeiten, bargeldlose Zahlungen breiter und kostengünstiger anzubieten.

Angesichts dieser Entwicklungen stellt sich zwangsläufig die Frage, welche Rolle etablierte Zahlungssysteme künftig spielen werden. Können Lösungen wie die girocard, die den deutschen Zahlungsverkehr seit Jahrzehnten prägen, ihre starke Position in einem sich verändernden Markt behaupten?

Die bisherigen Erfahrungen sprechen dafür, mit Zuversicht auf diese Entwicklung zu blicken. Denn der Zahlungsverkehr verändert sich in der Regel nicht durch eine vollständige Ablösung bestehender Systeme von heute auf morgen. Er entwickelt sich vielmehr evolutionär. Neue Zahlverfahren ergänzen das bestehende Angebot, erschließen zusätzliche Anwendungsfelder oder greifen auf bereits vorhandene Infrastrukturen zurück.

Das zeigt sich beispielsweise bei digitalen Wallets. Große Wallet-Anbieter haben die grundlegende Infrastruktur des Zahlungsverkehrs nicht neu erfunden, sondern bauen bewusst auf bestehenden Kartenverfahren, deren Akzeptanzinfrastruktur und ihren etablierten Netzwerkeffekten auf. Auch neue Account-to-Account-Lösungen wären ohne die technischen Grundlagen, die mit Instant Payments geschaffen wurden, kaum denkbar.

Natürlich verändert ein wachsendes Angebot an Zahlungslösungen den Wettbewerb. Zwar wächst der unbare Zahlungsverkehr weiterhin, und die Nutzung von Bargeld nimmt ab. Gleichzeitig verteilen sich Transaktionen und Umsätze auf eine größere Zahl von Verfahren. Etablierte Systeme müssen sich deshalb ebenso weiterentwickeln wie neue Anbieter ihre Position erst noch erarbeiten müssen.

Rund

100



Millionen
ausgegebene Karten

40%



aller Kartenumsätze
am Point of Sale
entfallen auf die
girocard.

8,5



Milliarden
Transaktionen



Über

300

Milliarden
Euro Umsatz



Über

1,4

Millionen
Akzeptanzstellen



Aus einer Position der Stärke

Die girocard geht aus einer ausgesprochen starken Position in diese Transformation. Sie ist mit großem Abstand das dominierende Zahlverfahren am Point of Sale in Deutschland. Rund **100 Millionen ausgegebene Karten**, etwa **1,4 Millionen Akzeptanzstellen** und **rund 8,5 Milliarden Transaktionen** im Jahr – das sind ca. **eine Million pro Stunde** – verdeutlichen die Reichweite des Systems. Mit einem Umsatz von mehr als **300 Milliarden Euro** hat die girocard laut EHI Retail Institute im Jahr 2025 mehr als **40 Prozent des Umsatzes** im stationären deutschen Einzelhandel abgewickelt.

Der Erfolg eines Zahlungssystems hängt dabei nicht allein von Technologie ab. Entscheidend sind auch Vertrauen und vor allem die Netzwerkeffekte, die ein System über Jahre hinweg aufbauen kann. Je selbstverständlicher Kund:innen ein Zahlungsmittel bei möglichst vielen Händlern einsetzen können, desto attraktiver wird es für alle Beteiligten. Genau hier verfügt die girocard über eine Stärke, die über Jahrzehnte gewachsen ist.

Diese Reichweite ist keine Erfolgsgarantie für alle Zeiten. Sie schafft jedoch eine hohe Stabilität und eine ausgesprochen gute Ausgangsbasis für die kommenden Veränderungen im europäischen Zahlungsverkehr.

Auch der Blick auf andere Märkte ist aufschlussreich. Selbst heute erfolgreiche Account-to-Account-Systeme wie Twint in der Schweiz oder Swish in Schweden benötigten mehrere Jahre, um eine breite Nutzung zu erreichen. Gleichzeitig spielen Kartenzahlungen am Point of Sale in beiden Ländern weiterhin eine zentrale Rolle. Und auch in anderen europäischen Märkten setzen die Beteiligten nicht auf eine Ablösung bestehender nationaler Kartenzahlungssysteme, sondern investieren gezielt in deren Weiterentwicklung. Neue digitale Funktionen, die Integration in Wallets und zusätzliche Einsatzmöglichkeiten sollen etablierte Systeme fit für die Anforderungen eines sich verändernden Zahlungsverkehrs machen.

Überträgt man diese Erfahrungen auf einen komplexen Markt wie Deutschland oder gar auf gesamteuropäische Initiativen, wird deutlich: Der Aufbau relevanter Netzwerke braucht Zeit. Gleichzeitig zeigt der Blick ins Ausland, dass starke nationale Zahlungssysteme auch unter veränderten Marktbedingungen weiterentwickelt werden können. Die girocard wiederum hat ihre heutige Position über mehr als drei Jahrzehnte hinweg aufgebaut. Diese gewachsene Basis ist ein erheblicher Wert.

Wirtschaftlicher Nutzen für alle Beteiligten

Neben ihrer Reichweite hat die girocard weitere starke Argumente auf ihrer Seite. Denn langfristig können sich Zahlungssysteme nur dann behaupten, wenn sie für alle Beteiligten einen nachvollziehbaren wirtschaftlichen Nutzen schaffen.

Der Handel schätzt die girocard als verlässliches, sicheres und vergleichsweise kostengünstiges Zahlverfahren. Hinzu kommt eine Besonderheit des Systems: Bei kaum einem anderen Zahlverfahren kann der Handel durch eigene Verhandlungen in vergleichbarer Weise Einfluss auf die wirtschaftlichen Konditionen nehmen.

Auch auf der Akzeptanzseite wächst das Interesse. Immer mehr Dienstleister und Anbieter, die bislang nicht mit der girocard gearbeitet haben, integrieren entsprechende Lösungen in ihre Systeme. SumUp ist dafür ein prominentes Beispiel. Dahinter steht eine klare Erkenntnis:

Wer ein nachhaltig erfolgreiches Point-of-Sale-Angebot für den deutschen Markt aufbauen möchte, kommt an der girocard kaum vorbei.



Gleichzeitig kann ihre Akzeptanz auch für die Anbieter selbst wirtschaftlich attraktiv sein, weil sie zur besseren Skalierung des eigenen Geschäfts beiträgt und interessante Positionierungen innerhalb der Wertschöpfungskette ermöglicht.

Auch kartenausgebende Institute profitieren von der Kosteneffizienz des Systems. Die girocard verbindet hohe Transaktionsvolumina mit vergleichsweise niedrigen Scheme-Entgelten und einem hochskalierten, effizienten Abwicklungsmodell. Auch wenn die Einnahmen je Transaktion unter denen einzelner Wettbewerbssysteme liegen können, kann der wirtschaftliche Ertrag pro Transaktion dadurch besonders attraktiv ausfallen.

Reichweite, Kosteneffizienz und wirtschaftliche Gestaltungsspielräume schaffen so eine Win-win-Situation für Akzeptanzpartner, kartenausgebende Institute sowie Verbraucher:innen.

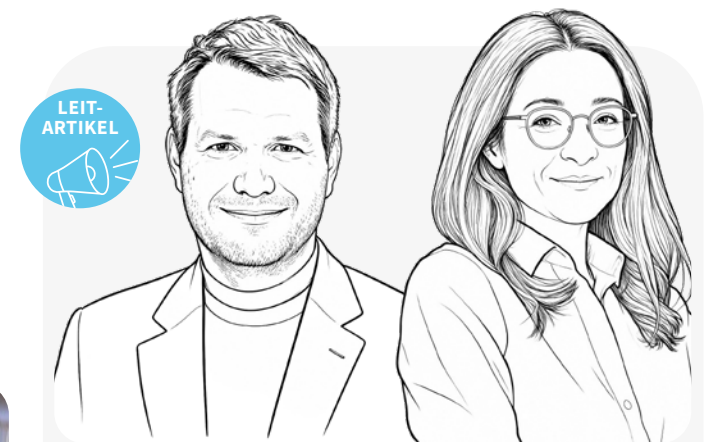


Die Grundlage für die nächste Entwicklungsstufe ist gelegt

Eine starke Ausgangsposition bedeutet allerdings nicht Stillstand. Gerade in einem sich wandelnden Markt kommt es darauf an, bewährte Stärken weiterzuentwickeln und neue Anforderungen frühzeitig aufzugreifen.

Die girocard hat dafür in den vergangenen Jahren wichtige Grundlagen geschaffen. Mit Reservierungstransaktionen, Serienautorisierungen, verlängerten Zahlungsgarantiefristen und Teilzahlungen wurden zentrale funktionale Lücken zu internationalen Wettbewerbssystemen geschlossen. Damit wird die girocard auch für Anwendungsfelder interessanter, die bislang vor allem von internationalen Kartensystemen geprägt waren – etwa in Hotellerie, Gastronomie und Mobility. Gleichzeitig entstehen neue Einsatzmöglichkeiten im stationären Handel, beispielsweise für autonome Stores.

Mit der Möglichkeit, die girocard direkt in Apps von Händlern und Dienstleistern zu hinterlegen und Zahlungen unmittelbar darüber auszulösen, erschließt das System zudem ein weiteres Anwendungsfeld: Fernzahlungen. Damit entsteht eine zusätzliche Option neben Lastschriftverfahren und internationalen Kartensystemen, die diesen Bereich bislang dominieren.



Oliver Hommel
Vorsitzender der Geschäftsführung der EURO Kartensysteme GmbH

Susanne Raupbach
Geschäftsführerin der EURO Kartensysteme GmbH

Seit Dezember 2021 ist Oliver Hommel Geschäftsführer der EURO Kartensysteme GmbH. Seit dem 1. November 2022 hat er den Vorsitz der Geschäftsführung. Der Payment- und Open-Banking-Experte verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung im Zahlungsverkehr und war zuvor unter anderem beim BVR, DSGVO und bei Accenture tätig.

Seit Januar 2025 ist Susanne Raupbach Geschäftsführerin der EURO Kartensysteme GmbH. Die Juristin war mehrere Jahre im Bank- und Kapitalmarktrecht tätig, bevor sie 2019 zur EURO Kartensysteme wechselte und dort die Rechtsabteilung aufbaute.

Auch beim Mobile Payment hat sich die girocard kontinuierlich weiterentwickelt. Die Möglichkeit, digitale girocards in gängige Wallets einzubinden, wurde schrittweise ausgebaut und wird weiterhin wachsen. So können kartenausgebende Institute auf das steigende Bedürfnis ihrer Kundschaft nach mobilen Zahlungslösungen reagieren. Bereits heute können Kund:innen ihre girocard über Apple Pay bei mehr als 1.900 Händlern im E-Commerce einsetzen, sofern die jeweilige Wallet diese Transaktionsart unterstützt.

Hinzu kommen neue Zusatzfunktionen. Die Online-Altersverifikation und die Möglichkeit, Kundenbindungsprogramme in den Bezahlprozess zu integrieren, zeigen, wie sich die girocard in den vergangenen Jahren über die reine Zahlungsfunktion hinaus weiterentwickeln kann. Solche Einsatzmöglichkeiten können Prozesse am Point of Sale vereinfachen und gleichzeitig die Bequemlichkeit für Karteninhaber:innen erhöhen.

Zugang erleichtern, Innovation beschleunigen

Neben diesen funktionalen Erweiterungen geht es in den kommenden Jahren darum, die infrastrukturellen Voraussetzungen für die nächste Entwicklungsphase zu schaffen.

Die girocard muss sowohl auf der Issuing- als auch auf der Akzeptanzseite für neue Marktteilnehmer attraktiv bleiben. Da ihre Skalierung im Wesentlichen regional begrenzt ist, kommt einem möglichst einfachen Zugang besondere Bedeutung zu. Die notwendigen Investitionen und Aufwände für eine girocard-Implementierung sollten deshalb so gering wie möglich sein.

Dafür gilt es, technische Anforderungen zeitgemäß weiterzuentwickeln, Zulassungsverfahren zu vereinfachen und zu beschleunigen sowie die Systemteilnehmer dort, wo es sinnvoll ist, durch zentrale Infrastrukturangebote zu entlasten.

Gleichzeitig bieten neue Technologien die Chance, Innovationen schnell in die Breite zu bringen. Auf der Akzeptanzseite eröffnen softwarebasierte Lösungen wie SoftPOS erhebliche Potenziale. Sie können bargeldlose Zahlungen auch in Situationen ermöglichen, in denen klassische Kartenakzeptanz bislang wirtschaftlich oder praktisch nicht sinnvoll war. Mit AppPOS hat die girocard bereits erste Schritte in diese Richtung unternommen. Jetzt gilt es, diese Entwicklung konsequent fortzusetzen. Dabei bleibt die Sicherheit ein zentraler Erfolgsfaktor.

Denn mit neuen Technologien verändern sich auch mögliche Angriffsmuster. Sicherheitsarchitekturen und Präventionssysteme sind deshalb kontinuierlich weiterzuentwickeln, um Risiken frühzeitig zu erkennen und wirksam darauf reagieren zu können.

Anschlussfähig für Europas Zahlungsverkehr

Eine weitere zentrale Aufgabe besteht darin, die girocard klug in die sich entwickelnde europäische Zahlungsverkehrsinfrastruktur einzubetten. Die Fähigkeit, europäische Standards in die eigene Infrastruktur zu integrieren und Synergien mit anderen Zahlungssystemen zu schaffen, war schon in der Vergangenheit eine Stärke des girocard-Systems.

Mit der zunehmenden Verbreitung von Account-to-Account-Lösungen und dem digitalen Euro zeichnet sich bereits heute ab, dass API-Schnittstellen und Instant Payments künftig eine noch wichtigere Grundlage für europäische Zahlungsinfrastrukturen bilden werden.

Vor diesem Hintergrund bietet die anstehende Weiterentwicklung auch die Chance, die infrastrukturelle Basis der girocard grundlegend zu modernisieren. Dabei lohnt sich der Blick auf die derzeit entstehenden Infrastrukturen für den digitalen Euro und andere Zahlungssysteme. Gemeinsame technische Grundlagen können Implementierungen für die Systemteilnehmer vereinfachen, Synergien schaffen und zusätzliche Skaleneffekte ermöglichen.

Eine modernisierte und anschlussfähige Infrastruktur würde die Voraussetzungen für Kooperationen weiter verbessern – mit anderen Kartenzahlungssystemen, Account-to-Account-Lösungen und perspektivisch möglicherweise auch mit dem digitalen Euro. Statt dass jedes System vollständig isoliert seinen eigenen Weg geht, könnten gemeinsame Schnittstellen und Infrastrukturen dazu beitragen, Souveränität und Resilienz im europäischen Zahlungsverkehr schneller zu stärken.

Souverän in die Zukunft

Die girocard startet mit einer starken Ausgangsposition in die nächste Phase des Zahlungsverkehrs. Ihre Reichweite und die über Jahrzehnte aufgebauten Netzwerkeffekte treffen auf neue Funktionen, zusätzliche Einsatzmöglichkeiten und eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Systems.

Die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die girocard bereit ist, neue Anforderungen aufzunehmen und ihr Einsatzspektrum zu erweitern. Wenn auf diese funktionale Weiterentwicklung nun auch eine konsequente Modernisierung der infrastrukturellen Basis folgt, sind die Voraussetzungen gut, um die eigene Stärke auch in einem zunehmend vielfältigen europäischen Zahlungsverkehr auszubauen.

Die Zukunft des Zahlungsverkehrs wird nicht von einem einzelnen Verfahren geprägt sein. Sie wird vielfältiger, vernetzter und digitaler.

Die girocard bringt dafür genau das mit, was in einem solchen Umfeld besonders wertvoll ist: eine starke Basis durch Reichweite, Vertrauen und Skaleneffekte. //



Die Zukunft des Zahlungsverkehrs wird nicht von einem einzelnen Verfahren geprägt sein. Sie wird vielfältiger, vernetzter und digitaler.

Zahlen, Daten, Transaktionen

So bezahlt Europa

Ob kontaktlos, gesteckt oder mobil – in Europa wird inzwischen immer häufiger mit Karte bezahlt. Doch welche Infrastruktur die Transaktionen abwickelt, ist von Land zu Land verschieden. Während viele Staaten ihre Kartenzahlungen vollständig internationalen Anbietern überlassen, halten neun EU-Länder an einem eigenen nationalen Kartensystem fest. Ein Blick auf die Landkarte des Bezahlens – und darauf, warum eigene Systeme mehr sind als eine Frage des Logos.

Die Stärke nationaler Systeme

Rund 61 Prozent der Kartenzahlungen im Euroraum laufen über internationale Schemes wie Visa oder Mastercard. Nationale Systeme halten dagegen: Sie sichern die Resilienz des Zahlungsverkehrs durch unabhängige Infrastruktur im Inland. Zudem schützen sie die Wirtschaft vor geopolitischen Abhängigkeiten, garantieren transparente Entgelte und bieten Lösungen, die zum heimischen Markt passen. Damit beweisen sie täglich, dass Souveränität im Zahlungsverkehr wichtig und möglich ist. Acht von neun Ländern mit eigenem Kartensystem gehören zur Eurozone.

Belgien: Bezahlen per Gesetz

Belgien ist einen Schritt weiter und schreibt elektronisches Bezahlen gesetzlich vor: Seit Juli 2022 muss jedes Unternehmen mindestens eine elektronische Zahlungsmöglichkeit anbieten. Hinter dem nationalen System steht Bancontact, die belgische Antwort auf internationale Kartenanbieter. Auch in Deutschland wird diskutiert, ob neben Bargeld auch eine digitale Bezahlmethode am POS verpflichtend angeboten werden sollte. Das Vorhaben ist im aktuellen Koalitionsvertrag festgehalten. Im September wurde ein erstes Eckpunktepapier des zuständigen Finanzministeriums öffentlich.

Spanien: Systemwechsel nach 40 Jahren

Spanien zeigt, wie schnell Eigenständigkeit verloren gehen kann: Über 40 Jahre lang prägten die nationalen Systeme Servired, Sistema 4B und Euro 6000 den spanischen Zahlungsverkehr. Nach deren Fusion im Jahr 2018 stuft die Europäische Zentralbank das System heute jedoch nicht mehr als eigenständiges Kartensystem ein. Die technische Abwicklung der Zahlungen erfolgt zwar weiterhin im Inland, die Markenrechte und Systemregeln liegen inzwischen jedoch bei internationalen Anbietern.

Deutschland und Frankreich: Starke Marktanteile

Dass sich heimische Netze erfolgreich behaupten können, belegen die Strukturen in Deutschland und Frankreich. In Deutschland dokumentiert die Bundesbank für die girocard einen umsatzbezogenen Marktanteil von knapp 72 Prozent an allen Debitkartenzahlungen (Stand Ende 2024). Frankreichs nationales System Cartes Bancaires (CB) verzeichnet nach Jahren des Rückgangs – der Marktanteil fiel zwischenzeitlich von über 90 Prozent auf rund 75 Prozent – wieder eine stabile Nachfrage. Aktuell wickelt CB rund 80 Prozent der inländischen Kartentransaktionen ab. //

Belgien – Bancontact

(gesetzliche E-Zahlungspflicht seit 1. Juli 2022)
Kartenumsatz: **85,9 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **2,0 Milliarden**
Einwohner:innen: **11,9 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **172**

Frankreich – Cartes Bancaires

Kartenumsatz: **423,8 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **10,6 Milliarden**
Einwohner:innen: **68,9 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **154**

Dänemark – Dankort

Keine EZB-Euroraum-Zahlen verfügbar (kein Euro-Mitglied)

Deutschland – girocard

Kartenumsatz: **308 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **8,3 Milliarden**
Einwohner:innen: **83,6 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **99**

Slowenien – Karanta

Kartenumsatz: **6,9 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **209 Millionen**
Einwohner:innen: **2,1 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **100**

Italien – Bancomat/PagoBancomat

Kartenumsatz: **194,2 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **4,4 Milliarden**
Einwohner:innen: **58,9 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **75**

Portugal – Multibanco

Kartenumsatz: **74,9 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **1,5 Milliarden**
Einwohner:innen: **10,7 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **139**

Malta – Cashlink

Kartenumsatz: **4,8 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **67 Millionen**
Einwohner:innen: **0,6 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **112**

Bulgarien – Bcard (BORICA)

Kartenumsatz: **11,8 Milliarden Euro**
Anzahl Transaktionen: **319 Millionen**
Einwohner:innen: **6,4 Millionen**
Transaktionen pro Kopf: **50**

Baustein für digitale Souveränität

Die vergangenen Jahre haben unseren Blick auf Souveränität verändert. Resilienz und wirtschaftliche Handlungsfähigkeit hängen heute maßgeblich davon ab, ob Europa seine kritischen Infrastrukturen selbst gestalten kann. Dazu gehört auch der Zahlungsverkehr. Gerade jetzt, da die europäischen Trilogverhandlungen zum digitalen Euro in ihre entscheidende Phase eintreten, werden die Weichen dafür gestellt, wie souverän Europa seine Zahlungsinfrastruktur künftig ausgestaltet.

Für uns Banken und Sparkassen ist klar: Der Zahlungsverkehr ist Teil der wirtschaftlichen Infrastruktur und damit ein strategischer Faktor für Europas Handlungsfähigkeit. Wer den Zahlungsverkehr kontrolliert, kontrolliert Datenströme und hat damit Einfluss auf Märkte, Innovation und wirtschaftliche Souveränität.

In allen Krisen bewährt

Den Weg zu mehr Souveränität zu beschreiten, bedeutet aber keineswegs, alles neu zu erfinden. Vielmehr gilt es, das Bewährte klug weiterzuentwickeln, Technologien mutig aufzugreifen und unsere Stärken als stabiles Fundament gezielt einzubinden, wenn es darum geht, Innovationen zu entwickeln und nicht nur auf solche zu reagieren. Es geht dabei nicht um Protektionismus, sondern um Chancengleichheit. Es geht darum, dass Europa nicht zum bloßen Spielfeld für außereuropäische Plattformgiganten wird.

Die gute Nachricht ist: Europa muss hier nicht bei null anfangen. Der europäische Zahlungsverkehr gehört zu den Bereichen, die so zuverlässig funktionieren wie Strom oder Wasser. Privatwirtschaftlich organisiert, verbindet er Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und Staaten milliardenfach – in Echtzeit und rund um die Uhr. Als Teil unserer kritischen Infrastruktur hat er sich in allen Krisen bewährt. In der nächsten Dekade wird es nun darum gehen, unsere strategische Resilienz und Souveränität zu stärken – gerade angesichts disruptiver Innovationen im Bereich künstlicher Intelligenz und der grundlegenden Veränderung, wie Menschen Zahlungsverkehr nutzen.



girocard als Basis für Souveränität

Souveränität bedeutet für uns konkret, dass der deutsche Mittelständler und der europäische Verbraucher auch in einer Dekade sicher sein können, dass ihre Daten und ihr Geld in einem rechtlichen Rahmen bleiben, den wir in Europa selbst gestalten. Hier haben wir mit SEPA und der girocard die Basis für zukünftige Souveränität etabliert. Sie sind leistungsfähige, privatwirtschaftlich organisierte Zahlungssysteme in eigener Hand. Die girocard ist im deutschen Handel tief verankert. Millionen Menschen zahlen täglich mit ihr – über acht Milliarden Mal im Jahr. Für viele Händler ist sie bis heute das wirtschaftlich attraktivste Kartenzahlverfahren und wird es auch bleiben, denn im Zahlungsverkehr gilt der große Stellenwert von Netzwerkeffekten heute stärker denn je.

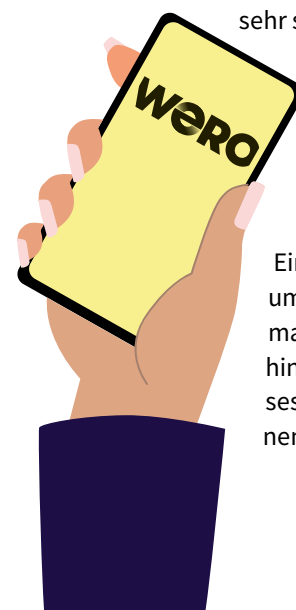
In Ländern ohne solche Systeme dominieren internationale Anbieter. Das schafft Abhängigkeiten von Geschäftsmodellen sowie von strategischen Entscheidungen, die außerhalb Europas getroffen werden. Deutschland zeigt, dass es anders geht. Und genau deshalb ist die gemeinsame Weiterentwicklung europäischer Systeme so wichtig – auch bei Wero. Hier entwickeln wir ein gemeinschaftliches, grenzüberschreitendes Angebot zwischen Bürgerinnen sowie Bürgern und im Handel, welches eine echte Chance für den europäischen Zahlungsverkehr bildet.

Digitaler Euro stärkt europäische Unabhängigkeit

Und wenn wir über den souveränen Zahlungsverkehr in einer Dekade sprechen, dann kommen wir am digitalen Euro nicht vorbei. Dieser kann ein weiterer sinnvoller Baustein für europäische Unabhängigkeit sein, insbesondere in Ländern ohne eigene Systeme. Aber er muss von Beginn an richtig gestaltet sein. Denn ein digitaler Euro ist kein Selbstzweck, auch wenn die Debatte um ihn

sehr stark von geopolitischen Aspekten geprägt ist. Er muss einen klaren Mehrwert für die Menschen und die Wirtschaft bieten, ohne dabei das bewährte Finanzsystem zu schwächen.

Ein realistisches Haltelimit ist nötig, um zu verhindern, dass es zu einer massiven Verschiebung von Einlagen hin zur Zentralbank kommt. Denn dieses Geld, die Einlagen unserer Kundinnen und Kunden, ist die Basis für die



Tanja Müller-Ziegler

Mitglied des Vorstands beim Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken

Tanja Müller-Ziegler ist seit April 2023 Vorstandsmitglied des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR). Sie verantwortet unter anderem die Bereiche Banktechnologie und Innovation, Zahlungsverkehr, Betriebswirtschaft und Banksteuerung sowie das Personalmanagement. Vor ihrem Eintritt in den BVR war sie unter anderem Vorstandsmitglied der Berliner Sparkasse und stellvertretendes Vorstandsmitglied der Berliner Volksbank.

Kreditvergabe. Auch muss die zukünftige Koexistenz von staatlichen Zahlverfahren und privatwirtschaftlichen Lösungen genauestens kalibriert werden. Dies gilt für ein faires Entgeltmodell ebenso wie für den Verzicht auf staatliche Bezahlfunktionen in Form einer EZB-App. All dies sind Kernaspekte, um die bewährte Rollenverteilung zwischen Staat und Kreditwirtschaft nicht zu unterminieren.

Das Erreichte nicht verspielen

Die Nähe zu Kundinnen und Kunden, das Verständnis für deren Bedürfnisse und das Risikomanagement sind die Kernkompetenzen der Kreditwirtschaft, jetzt und auch in Zukunft. Europa steht vor der Aufgabe, seine wirtschaftliche Handlungsfähigkeit zu sichern. Nutzen wir unsere Stärken, statt gut funktionierende Strukturen zu schwächen oder durch immer weitergehende Regulation Kapazitäten zu binden, welche eigentlich für kluge Innovation nötig sind – sei es etwa im Bereich KI oder digitales Geld. Wenn uns das gelingt, dann wird Europa auch im digitalen Zahlungsverkehr eine selbstbewusste und souveräne Rolle spielen.

//

Vom Getriebenen zum Gestalter

Europas digitale Zeitenwende

GAST-
BEITRAG

Dr. Katja Muñoz

Senior Research Fellow im Zentrum für Geopolitik, Geoökonomie und Technologie der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (GDAP)

Dr. Katja Muñoz erforscht im Rahmen ihrer Tätigkeit bei der GDAP das Zusammenspiel zwischen sozialen Medien und Politik. Ihr Fokus liegt hierbei auf dem Mobilisierungspotenzial von Influencer:innen. Ihre Forschung umfasst auch die Schnittstelle zwischen künstlicher Intelligenz (KI), Demokratie und Sicherheit.

Die neoliberale Ordnung ist ins Wanken geraten; wir erleben eine Renaissance der Staatsmacht. Interdependenzen gelten nicht mehr als Stabilitätsanker, sondern als strategische Verwundbarkeiten. Nirgends wird dieser Paradigmenwechsel so sichtbar wie im digitalen Raum: Die Kontrolle über Rechenzentren, Protokolle und Datenflüsse entscheidet, wer Normen setzt. Die USA konsolidieren ihre Dominanz über Hyperscaler und KI-Modelle, China verfolgt mit der digitalen Seidenstraße eine techno-autoritäre Expansionsstrategie. Und Europa? Verharrt in der Zuschauerrolle.

Der europäische Anteil am globalen Markt für Informations- und Kommunikationstechnologie sank von 22 Prozent (2013) auf 18 Prozent (2023); unter den 50 größten Tech-Unternehmen der Welt stammen nur fünf aus Europa. Bei Cloud, Halbleitern und Datenhoheit liegt die strukturelle Macht klar außerhalb Europas.

In Ermangelung einer kohärenten Vision hat sich Brüssel auf das Naheliegende konzentriert: Regulierung. Über 100 Gesetzesinitiativen seit 2010 minimieren Risiken, geben aber keine Richtung vor. Ohne eigene technologische Gestaltungskraft bleibt Europa nur die Rolle als regelsetzender Juniorpartner nicht europäischer Plattformen. Das Paradoxon hierbei ist: Je erfolgreicher Europa in der Vergangenheit regulierte, desto abhängiger wurde es von der Innovationskraft Dritter als Konsequenz der hohen Compliance-Kosten für die lokale Wirtschaft.

Gesamtstrategie statt Einzelmaßnahmen

Mit ihrer internationalen Digitalstrategie vom Juni 2025 versuchte die Kommission, sich global strategisch zu positionieren. Der Fokus auf kritische Infrastrukturen und das Bekenntnis zu einem wertebasierten Ansatz sind begrüßenswert. Doch ambitionierte Einzelmaßnahmen ersetzen keine kohärente Gesamtstrategie.

Es braucht eine Grand Strategy. Grand Strategy bedeutet aber, Kräfte zu bündeln und begrenzte Ressourcen strategisch einzusetzen. Vor allem aber missversteht die Kommission digitale Souveränität als Möglichkeit zur Kooperation und sieht sie nicht als Voraussetzung für Gestaltungsmacht. Kooperation ersetzt keine eigene Machtbasis. Das Technologiesouveränitätspaket vom Juni dieses Jahres geht hingegen einen Schritt weiter und behandelt erstmals den gesamten Stack – Chips, Cloud, Software, KI – als ein strategisches Problem; doch auch hier werden nur die Bausteine benannt, ohne ihr Zusammenwirken zu erklären. Zusammenhang entsteht nicht durch Regulierung, sondern durch Nachfrage: Ein strategisch eingesetztes Beschaffungswesen – etwa Souveränitätsklauseln für KI-Modelle in kritischen Sektoren – wäre beispielsweise ein wirksamer, bislang ungenutzter Hebel, um Ankerkunden für eigene Lösungen über den ganzen Stack zu schaffen.

Der europäische Weg

Genau hier muss man auf sechs Grundprinzipien bauen, denn prinzipiengeleitete Governance, strategische Resilienz, Interoperabilität, Nachhaltigkeit, Vertrauen und ein dezentrales Wirtschaftssystem umreißen eine dritte Option demokratischer Technologiegestaltung. Die zentrale These: Europa kann nicht überall dominieren, sondern muss hart priorisieren. Führung dort, wo sich Normsetzung, wirtschaftliche Hebel und Resilienz bündeln, etwa bei KI-Basismodellen, Cloud-Infrastrukturen und Quantencomputing. Nicht jede Lücke muss europäisch geschlossen werden.

Dafür braucht Europa strukturelle Reformen: einen Souveränitätspakt nach Artikel 20 des Vertrags über die Europäische Union (EUV), der integrationswilligen Mitgliedstaaten Entscheidungen jenseits der Einstimmigkeit ermöglicht.

Außenpolitisch flankiert eine „Trusted International Partners“-Liste – etwa mit Kanada, Japan, Indien und der Ukraine – den Aufbau strategischer Resilienz. Ziel ist ein zweiter „Brüssel-Effekt“: nicht mehr durch nachgelagerte Regulierung, sondern durch den Export vertrauenswürdiger Technologien und menschenzentrierter Standards. Von Indiens Aadhaar, einer persönlichen Identifikationsnummer für alle Bürger:innen des Landes, über Brasiliens Pix, das Echtzeitzahlungssystem der brasilianischen Zentralbank, bis zur ukrainischen E-Government-App Diia zeigt sich bereits die massive globale Nachfrage nach demokratischen Alternativen.

Wer im digitalen Zeitalter Kapazitäten kontrolliert, Standards setzt und Plattformen betreibt, bestimmt die Spielregeln internationaler Ordnung. Während die USA und China längst investieren, skalieren und Standards setzen, droht Europa zu spät zu kommen. Doch noch kann sich die EU zum strategischen Impulsgeber einer digitalen Ordnung hin entwickeln, wo Demokratie, Offenheit und Souveränität zusammenkommen. //

GAST-
BEITRAG

Prof. Dr. René Repasi
Mitglied des Europäischen
Parlaments

Prof. Dr. René Repasi ist seit 2022 Mitglied des Europäischen Parlaments. Seit 2024 führt er dort als Vorsitzender die SPD-Gruppe in der Fraktion der Progressiven Allianz der Sozialdemokraten. Der gebürtige Karlsruher ist zudem ständiger Gast im SPD-Bundesvorstand und im Präsidium der Partei. Seit 2021 lehrt und forscht er als Professor für Europarecht an der Erasmus-Universität Rotterdam.

PSD3 und PSR

Dieses Reformpaket stärkt die *Souveränität* der EU

Wie Europäerinnen und Europäer zahlen, wie Unternehmen ihre Finanztransaktionen abwickeln und wie Betrüger versuchen, sich unrechtmäßig fremder Gelder zu bemächtigen, das hat sich seit der Zweiten Zahlungsdiensterichtlinie (Payment Services Directive 2, kurz PSD2) von 2015 stark verändert. Darauf reagierte die Europäische Kommission 2023 mit einem Reformpaket. Dieses teilt das Europäische Zahlungsdiensterecht in eine neue Richtlinie (PSD3) und eine direkt geltende Verordnung (Payment Services Regulation, kurz PSR).



Zahlungssysteme sind für unsere Wirtschaft essenziell. Ihr Transaktionsvolumen übersteigt die Wirtschaftsleistung um ein Vielfaches. Spätestens seit der US-Sanktionierung des am Internationalen Strafgerichtshof tätigen Richters Nicolas Guillou ist offensichtlich:

**Bei Zahlungsdiensten besitzt die EU
keine echte Souveränität.**

Nicht europäische Anbieter verweigerten Guillou die Nutzung ihrer Dienste, sodass seine Teilhabe am Alltag eingeschränkt wird. Zugleich fehlen in vielen Mitgliedstaaten nationale Alternativen zu Visa, Mastercard und American Express. Und bis heute gibt es im Alltag von Menschen und Unternehmen keine echten grenzüberschreitenden Zahlungssysteme.

Schärfere Regeln gegen Zahlungsbetrug

Das PSD3-/PSR-Paket leistet einen Beitrag zur Stärkung der Unabhängigkeit der Europäischen Union. Ein Schwerpunkt ist die Bekämpfung von Zahlungsbetrug. Hierzu müssen Zahlungsinstitute künftig zahlreiche Maßnahmen ergreifen, um den volkswirtschaftlichen Schaden von schätzungsweise 50 Milliarden Euro jährlich zu senken. Beispielhaft ist die aus der Geldwäschebekämpfung bekannte Transaktionsprüfung bei sendenden und empfangenden Zahlungsinstituten. Sie kann eine Transaktion unterbinden, wenn der im Auftrag genannte Empfängername nicht mit dem tatsächlichen übereinstimmt oder andere Auffälligkeiten festgestellt werden.

Heute sind soziale Medien häufig Ausgangspunkt von Zahlungsbetrug. Das passiert etwa, wenn Anzeigen mit prominenten Personen zum Kauf von fragwürdigen Investments auffordern. Bislang fühlten sich die Plattformen dafür nicht verantwortlich, da dies ihren Profitinteressen widerspricht. Das wird nun korrigiert. Wer in Europa Geschäfte macht, muss sich an europäisches Recht halten. Hervorzuheben ist die neue, erstmals EU-weit einheitliche sekundäre Plattformhaftung:

War einer Plattform ein rechtswidriger Inhalt bekannt, haftet sie für daraus entstehenden Zahlungsbetrug.

Verantwortlich gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern bleibt das Zahlungsinstitut, das die Plattform in Regress nehmen kann.

Mehr Wettbewerb: Zugang, Gebühren, Interoperabilität

Abschließend möchte ich die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit europäischer Lösungen bei Zahlungsdiensten beleuchten. Das Zahlungspaket setzt hierfür neue Impulse. Es geht dem digitalen Euro voraus und führt eine marktpositionsunabhängige Regel (FRAND – „fair, reasonable and non-discriminatory“) ein. Sie verpflichtet alle Anbieter von Hard- und Software für den Zahlungsverkehr zu einem interoperablen Zugang. Verbunden mit der Sofortüberweisung könnten so neue europaweite Zahlungsmöglichkeiten entstehen. Das Innovationspotenzial zeigt die European Payments Initiative.

Zur Verbesserung der Unabhängigkeit von kartenbasierten Zahlungssystemen sollen neue Transparenzvorgaben für Gebühren die Position der Kundinnen und Kunden stärken.

Weitere Elemente können zur Stärkung des Wettbewerbs über delegierte Rechtsakte der Europäischen Kommission eingeführt werden. Zudem zeichnet sich eine Überarbeitung der Regeln zu Interbankengebühren ab, um wettbewerbsverzerrende Strukturen zu verhindern.

Europäische Souveränität und größere Unabhängigkeit von ausländischen Technologie- und Zahlungsinfrastrukturanbietern sind kein alleinstehendes Ziel. Eigenständigkeit ist kein Selbstzweck, sondern Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit der EU. Ob sich der europäische Weg, Wettbewerb und Marktposition europäischer Lösungen zu stärken, trägt, muss sich allerdings erst noch beweisen.

//



Kurz erklärt

Die neue Richtlinie PSD3 regelt künftig die Autorisierung und Lizenzierung der Zahlungsdienstleister (bisher unter anderem Kapitel II der PSD2). Die Zahlungsdiensteverordnung PSR vereinheitlicht EU-weit die Anforderungen an Zahlungs- und E-Geld-Dienstleistungen. Im Fokus stehen Transparenz, Informationspflichten sowie die Rechte und Pflichten der Nutzenden. Vom Europäischen Gesetzgeber wird gegen Ende 2026 die finale Annahme des Zahlungsdienstpakets erwartet. Erste Regeln könnten dann ab Anfang 2027 gelten.

Unabhängige Infrastruktur – mit Schnittstellen für die Banken

Milliarden fließen jährlich aus dem Euroraum ab – an außereuropäische Zahlungsdienstleister. Das ist nicht nur eine Frage europäischer Wertschöpfung, es ist auch ein sicherheitspolitisches Problem. Der digitale Euro könnte hier nach Auffassung von Moritz Heuberger eine Gegenbewegung einleiten: als öffentliche, unabhängige Infrastruktur für alle Bürgerinnen und Bürger im Euroraum. Was er leisten muss, damit er wirklich genutzt wird, beschreibt der Politiker in seinem Gastbeitrag.



Dr. Moritz Heuberger
Mitglied des Deutschen Bundestages, Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen

Dr. Moritz Heuberger ist seit 2025 direkt gewählter Abgeordneter von Bündnis 90/Die Grünen für den Wahlkreis Berlin-Tempelhof-Schöneberg. Er ist ordentliches Mitglied im Finanzausschuss und im Ausschuss für Digitales und Staatsmodernisierung. Im Jahr 2022 promovierte er in Verwaltungswissenschaft zum Thema „Die Koordination der digitalen Verwaltung“.

Der Trend geht klar zum digitalen Bezahlen. Zwar bleibt Deutschland ein Land, in dem Bargeld für Freiheit und Unabhängigkeit geschätzt wird, trotzdem wird zunehmend mit Karte, PayPal oder dem Handy gezahlt. Viele schätzen den Komfort und auch sonst bringt diese Digitalisierung verschiedene Vorteile. Wir begeben uns damit jedoch in die Abhängigkeit von außereuropäischen Unternehmen und gefährden die Souveränität des Zahlungsverkehrs im Euroraum. Das ist ein sicherheitspolitisches Problem und betrifft außerdem europäische Wertschöpfung: Nach Berechnungen auf Basis von EZB-Daten fließen durch Transaktionsgebühren jährlich bis zu neun Milliarden Euro aus dem Euroraum ab. Das deutsche girocard-System ist dabei eine positive Ausnahme, aber bisher nicht flächendeckend im europäischen Ausland funktionsfähig.

Ich begrüße die Pläne für einen digitalen Euro und bin froh, dass es nun eine Einigung im Europäischen Parlament gab. Denn es braucht dringend eine europäische Ergänzung zu den bestehenden Zahlungsmöglichkeiten, parallel zum Bargeld, aber eben digital. So wird eine verlässliche und unabhängige Infrastruktur geschaffen, die durch geringere Transaktionsgebühren Kosten für Bürgerinnen und Bürger sowie den Handel spart.

Es ist mir wichtig, dass diese öffentliche Infrastruktur von der EZB bereitgestellt wird – nur so kann der digitale Euro ein gesetzliches Zahlungsmittel-Äquivalent zum Bargeld werden. Darüber hinaus erwarte ich, dass ein im Alltag gut funktionierender digitaler Euro nur mit der Expertise der Geschäftsbanken möglich ist. Meine Zielvorstellung ist daher eine EZB-App, die Basisfunktionen des digitalen Euros ermöglicht, aber auch offene Schnittstellen enthält, über die Banken zusätzliche Lösungen anbieten können, zum Beispiel Ratenzahlungen. Dadurch steht der digitale Euro nicht in Konkurrenz zu Bankeninitiativen wie Wero, sondern bietet ihnen im Gegenteil die Chance, auf eine EZB-Infrastruktur im gesamten Euroraum zugreifen zu können.

Das Projekt wird sich nur lohnen, wenn der digitale Euro tatsächlich genutzt wird. Benutzerfreundlichkeit und Vertrauen in die Sicherheit der Zahlungsdaten müssen also oberste Priorität haben. Die Menschen werden den digitalen Euro nur nutzen, wenn er einfache, sichere und kostenfreie Zahlungen ermöglicht. Zuletzt ist mir noch wichtig, dass bei diesem großen Projekt auf alle Interessen eingegangen wird: die des Handels, der Bürgerinnen und Bürger, der EZB und der Geschäftsbanken. Ein guter Dialog ist entscheidend, wenn der digitale Euro erfolgreich sein soll. //

Der digitale Euro: ein Überblick

Was ist er? Was ist er nicht?

Der digitale Euro ist Zentralbankgeld, herausgegeben von der Europäischen Zentralbank (EZB), kein privates Zahlungssystem, keine Kryptowährung. Der digitale Euro soll Bargeld nach Angaben der EZB ergänzen, nicht ersetzen. Als gesetzliches Zahlungsmittel wäre er im gesamten Euroraum akzeptiert, geht es nach der EZB, online wie offline. Die grundlegende Nutzung soll für Privatpersonen kostenlos sein.

Wie funktioniert er?

Eine, voraussichtlich von der EZB bereitgestellte, digitale Geldbörse (Wallet/App) soll sicherstellen, dass ein digitaler Euro für alle, die ein digitales Gerät besitzen, zugänglich wäre. Für Menschen ohne Smartphone oder Bankkonto ist eine physische Karte vorgesehen, aufladbar bei öffentlichen Stellen.

Datenschutz

Datenschutz ist ein erklärtes Kernprinzip. Das geplante System soll den Datenschutzstandards der EU entsprechen. Bei Offline-Zahlungen sollen Transaktionsdaten nur der zahlenden und der empfangenden Person bekannt sein, ähnlich wie beim Bargeld. Onlinetransaktionen wiederum sollen pseudonymisiert abgewickelt werden: Eine Identifizierung durch das Eurosystem wäre dann nicht möglich.

Wer ist dabei?

Das Eurosystem, also die EZB und die nationalen Zentralbanken des Euroraums, trägt das Projekt. Die Ausgabe soll über beaufsichtigte Zahlungsdienstleister laufen. Banken spielen dabei eine Schlüsselrolle. Nach einer Aufforderung zur Interessenbekundung im März bewarben sich mehr als 50 Zahlungsdienstleister um die Teilnahme am Pilotprojekt. 36 Anbieter aus dem gesamten Euroraum wurden ausgewählt.

Wann kommt er?

Der Zeitplan hängt vom Gesetzgebungsverfahren ab. Im Juli stimmte das Plenum für die Aufnahme von Verhandlungen mit dem Ministerrat zur Einführung des digitalen Euros. Wird die EU-Verordnung, wie angestrebt, noch in diesem Jahr verabschiedet, könnte das zwölfmonatige Pilotprojekt in der zweiten Jahreshälfte 2027 starten. Die endgültige Entscheidung über die Ausgabe trifft der EZB-Rat nach Verabschiedung der Rechtsgrundlage. Ziel des Eurosystems ist es, für eine mögliche Erstaussgabe des digitalen Euro im Jahr 2029 bereit zu sein.



WERO

Neuer Anlauf im europäischen Zahlungsverkehr

Eine europäische Zahlungslösung zu schaffen, ist keine neue Idee. Seit den Nullerjahren gibt es Bestrebungen, den fragmentierten europäischen Zahlungsverkehr stärker zu verbinden und eine Alternative zu internationalen Angeboten zu schaffen.

Trotz gemeinsamer Währung, SEPA und harmonisierter Regulierung ist der Zahlungsverkehr in Europa bis heute von verschiedenen nationalen Verfahren geprägt. Hinzu kommen internationale Kartensysteme und Zahlungsanbieter, die längst europaweit und darüber hinaus operieren. Der Wunsch nach einer eigenen, grenzüberschreitenden Lösung begleitet den europäischen Zahlungsverkehr deshalb schon länger.

Viele Versuche, ein gemeinsames Problem

Bereits frühere Initiativen sollten nationale Grenzen im Zahlungsverkehr überwinden. Das Monnet Project verfolgte das Ziel eines europäischen Kartensystems, während die Euro Alliance of Payment Schemes (EAPS) bestehende nationale Zahlungsverfahren miteinander verbinden wollte. Während die Arbeiten an Monnet 2012 eingestellt wurden, gilt EAPS spätestens mit der Halbierung der Zahl der beteiligten Nationen als gescheitert.

Auch weitere Projekte wie PayFair blieben ohne europäischen Durchbruch. Dies zeigt, wie schwierig es ist, eine gemeinsame europäische Zahlungslösung zu etablieren. Unterschiedliche Interessen der Beteiligten, nationale Marktstrukturen und fehlende tragfähige Geschäftsmodelle standen einer breiten Skalierung ebenso im Weg wie das klassische Henne-Ei-Problem: Ohne ausreichend Nutzer:innen bleibt ein Verfahren für den Handel wenig attraktiv – ohne Akzeptanz fehlt Verbraucher:innen wiederum ein Grund, es zu nutzen.

Vor diesem Hintergrund startete 2020 die European Payments Initiative (EPI). Statt auf ein neues europäisches Kartensystem konzentrierte sich EPI auf eine digitale, kontobasierte Zahlungslösung auf Basis von Instant Payments. Das Ergebnis: Wero.

Nicht bei null anfangen

Ein wichtiger Unterschied zu manchen Vorgängerprojekten liegt darin, dass Wero nicht vollständig bei null startet. EPI übernahm 2023 die Anbieter hinter iDEAL und Payconiq und sicherte sich damit Zugang zu bereits etablierten Zahlungsstrukturen in den Benelux-Ländern. Der Aufbau eines neuen europäischen Zahlungssystems erfolgt damit zumindest teilweise auf bestehender Marktakzeptanz und vorhandener Infrastruktur.

Gestartet ist Wero zunächst als Möglichkeit, Geld in Echtzeit von Konto zu Konto zu senden. Inzwischen entwickelt sich das Angebot schrittweise weiter.

Wero ist derzeit in Deutschland, Frankreich und Belgien verfügbar; nach Angaben des Unternehmens unterstützen dort inzwischen die meisten Banken das Verfahren. Weitere Institute und Länder, darunter die Niederlande und Luxemburg, sollen zeitnah folgen.

Auch beim Funktionsumfang hat Wero den nächsten Schritt bereits vollzogen. Neben Zahlungen zwischen Privatpersonen wird die Lösung zunehmend für den Onlinehandel geöffnet. Mit Eventim, Decathlon und Lidl sind schon jetzt größere Onlineshops dabei. Im Rahmen der geplanten Migration von iDEAL wäre Wero auch bei Amazon im Check-out präsent. In Deutschland haben unter anderem Sparkassen, Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie weitere Institute die E-Commerce-Funktion eingeführt oder angekündigt. Parallel entstehen die ersten Händleranbindungen und technische Integrationen über Payment Service Provider.

Der Weg führt in den Alltag

Damit beginnt für Wero allerdings erst die entscheidende Phase. Ein Zahlungssystem gewinnt seine Relevanz nicht allein durch die Zahl der teilnehmenden Banken. Entscheidend ist, ob es im Alltag tatsächlich genutzt wird und für Verbraucher:innen einen nachvollziehbaren Mehrwert bietet, oder ob diese ein akutes Problem beim Bezahlen empfinden. Gerade im Zahlungsverkehr ist das Nutzerverhalten vergleichsweise träge: Wer mit bestehenden Lösungen zufrieden ist, stellt sich bei einem neuen Verfahren zwangsläufig die Frage, welche Vorteile es gegenüber anderen Zahlungsmöglichkeiten bietet und warum das eigene Zahlverhalten verändert werden sollte. Genau hier wird sich zeigen müssen, ob Wero und die teilnehmenden Institute und der Handel ein ausreichend überzeugendes Angebot machen können.

Nach dem Einstieg in den E-Commerce soll deshalb auch der stationäre Handel folgen. Wero plant zunächst Zahlungen per QR-Code am Point of Sale. Darüber hinaus nennt das Unternehmen weitere Ausbaustufen wie One-Click-Zahlungen, Abonnements und perspektivisch auch NFC-basierte Zahlungen. Gerade diese zusätzlichen Anwendungsfälle könnten entscheidend dafür sein, ob es gelingt, Verbraucher:innen einen erkennbaren Grund für die regelmäßige Nutzung von Wero zu bieten.

Der Schritt in die „Offline-Welt“ dürfte für die weitere Entwicklung deshalb entscheidend sein. Dort trifft Wero auf einen Markt, in dem etablierte Kartenverfahren, digitale Wallets und nationale Zahlungslösungen bereits fest verankert sind. Eine hohe Zahl teilnehmender Banken ist deshalb nur eine Voraussetzung für den Erfolg. Ebenso wichtig werden eine einfache Nutzererfahrung, eine breite Händlerakzeptanz und ein wirtschaftlich überzeugendes Modell sein. Der Übergang von einer Lösung für Konto-zu-Konto-Zahlungen zu einem im Alltag breit akzeptierten Zahlverfahren ist ein großer Schritt.



Souveränität



Echtzeit-zahlung



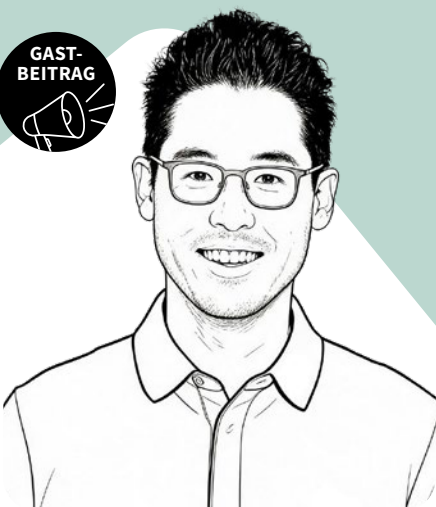
Point of Sale

Ob Wero gelingt, was seinen Vorgängern nicht gelungen ist, wird sich deshalb nicht allein an der Zahl der angeschlossenen Banken entscheiden. Am Ende wird der Markt – allen voran die Verbraucher:innen – darüber befinden, ob aus der europäischen Initiative auch ein europäisches Alltagszahlverfahren wird. //

Wertschöpfung als Kompass

Digitale Souveränität

braucht mehr als Cloud und KI



Prof. Dr. Dennis-Kenji Kipker
Research Director des
cyberintelligence.institute

Prof. Dr. Dennis-Kenji Kipker ist ein führender Cybersicherheitsexperte und Gründer des cyberintelligence.institute. Er berät unter anderem die Bundesregierung und die EU-Kommission. 2025 setzte ihn das Magazin Capital auf die Liste der „Top 40 unter 40“. Die Auszeichnung würdigt Persönlichkeiten, deren Arbeit als besonders einflussreich und zukunftsweisend gilt.

Als Deutschland und Frankreich zu Mitte Juni dieses Jahres ihr gemeinsames Papier zu Kriterien digitaler Souveränität vorlegten, richtete sich die öffentliche Aufmerksamkeit vor allem auf die Cloud- und KI-Industrie. Dass sich hinter der Debatte um Rechenzentren, Chips und Algorithmen eine noch grundlegendere Frage verbirgt, wird dabei leicht übersehen: Wer die Infrastruktur kontrolliert, über die wirtschaftliches Handeln in Europa tatsächlich abgewickelt wird, bestimmt langfristig auch deren Handlungsfähigkeit.

Der Zahlungsverkehr ist dafür ein Musterbeispiel, weil er kritische Infrastruktur, geopolitische Abhängigkeit und tägliche Lebenswirklichkeit so eng miteinander verbindet wie kaum ein anderer Bereich.

Souveränität beginnt an der Ladenkasse

Mit rund 100 Millionen ausgegebenen Karten zählt das deutsche girocard-System zu den größten kartenbasierten Zahlverfahren Europas und veranschaulicht zugleich, wie digitale Souveränität im Zahlungsverkehr praktisch aussehen kann. Anders als bei den großen internationalen Kartensystemen liegen Betrieb, Datenverarbeitung und strategische Steuerung innerhalb der Europäischen Union. Vergleichbare Strukturen finden sich in mehreren europäischen Nachbarländern, deren nationale Debitsysteme auf ähnlichen Prinzipien beruhen. Diese gewachsene Infrastruktur verdient deshalb in Zeiten zunehmender globaler Unsicherheit eine politische Flankierung, die ihre Rolle im europäischen Zahlungsverkehr auch künftig absichert.

Wertschöpfung als neues Kriterium europäischer Souveränität

Bemerkenswert an dem aktuellen deutsch-französischen Papier ist, dass es wirtschaftliche Wertschöpfung erstmals als eigenständiges Souveränitätskriterium benennt. Nicht allein der Speicherort von Daten soll damit künftig darüber entscheiden, ob ein digitales Angebot als souverän gelten kann, sondern auch, wo Arbeitsplätze, Forschung und operative Kontrolle tatsächlich verankert sind. Übertragen auf den Zahlungsverkehr, bedeutet dieser Gedanke, dass europäische Systeme nicht allein aus Gründen der Datenhoheit, sondern auch aus industriepolitischer Überzeugung gestärkt werden sollten. Jede Transaktion, die über eine europäisch kontrollierte Infrastruktur läuft, schafft Beschäftigung, Steueraufkommen und technologische Kompetenz innerhalb der EU, während Gebühren für außereuropäisch dominierte Systeme diesen Wirtschaftskreislauf verlassen.

SWIFT und die Verwundbarkeit einer globalisierten Infrastruktur

Wie verwundbar eine auf wenige außereuropäische Anbieter konzentrierte Zahlungsinfrastruktur sein kann, zeigt der Blick auf das internationale Netzwerk SWIFT der Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications, dessen Nutzung wiederholt zum Instrument geopolitischer Auseinandersetzungen wurde. Der Zahlungsverkehr ist damit längst nicht allein mehr eine Frage betriebswirtschaftlicher Effizienz, sondern ein Element strategischer Resilienz, von dem zahlreiche weitere Wirtschaftsbereiche abhängen. Ein Kontinent, der seine eigene Zahlungsinfrastruktur nicht beherrscht, begibt sich in eine Abhängigkeit, die sich in Krisenzeiten empfindlich auswirken kann. Vor diesem Hintergrund gewinnt der Aufbau europäischer Alternativen, wie sie mit der girocard und vergleichbaren nationalen Systemen sowie mit Wero von der European Payments Initiative (EPI) verfolgt werden, eine strategische Bedeutung, die weit über den einzelnen Zahlungsvorgang hinausreicht.

Politische Konsequenzen für den europäischen Zahlungsverkehr

Daraus ergibt sich eine klare Erwartung an die politischen Entscheidungsträger in Berlin, Paris und Brüssel: Die im deutsch-französischen Papier jüngst formulierten Kriterien für Cloud- und KI-Systeme sollten konsequent auf den Zahlungsverkehr übertragen werden, denn auch hier entscheiden der Sitz der rechtlichen Steuerungseinheit, die technische Kontrolle über Infrastruktur und Daten sowie der Ort der Wertschöpfung darüber, ob von digitaler Souveränität gesprochen werden kann. Eine Privilegierung europäischer Zahlungssysteme, sei es durch regulatorische Vorgaben, öffentliche Beschaffung oder gezielte Förderung, würde nicht nur die wirtschaftliche Resilienz und Krisenfestigkeit Europas stärken, sondern auch ein Signal an die eigene Industrie senden, dass sich Investitionen in digitalsouveräne europäische Infrastruktur langfristig und für alle auszahlen.



CYBERINTELLIGENCE
Institute

Das cyberintelligence.institute (CII) in Frankfurt am Main und Berlin entwickelt an der Schnittstelle von Wirtschaft und Wissenschaft, NGOs und Start-ups neue Lösungen für eine sichere digitale Zukunft. Kerngedanke sind die Kooperation, der Dialog und der interdisziplinäre und globale Informations- und Wissensaustausch, um Staat, Wirtschaft und Gesellschaft resilienter zu machen. Gefragt sind dabei ganzheitliche Konzepte, die Cybersicherheit nicht nur als abstrakte, technisch-organisatorische Gewährleistungsverantwortung, sondern als gesamtgesellschaftliche Aufgabe zum Schutz gemeinsamer europäischer Werte verstehen. Damit tritt das CII aktiv für mehr digitale Sicherheit in einem Zeitalter neuer digitaler Herausforderungen ein.

Die girocard in der Händler-App

Mehr Volumen, mehr Souveränität



Christopher Kirsch
Direktor Produktmanagement
girocard

Christopher Kirsch ist seit Dezember 2022 bei der EURO Kartensysteme tätig, seit Januar 2026 als Direktor für Produktmanagement. Davor war er knapp neun Jahre bei der Unternehmensberatung Accenture tätig, zuletzt als Senior Manager für Financial Services.



Die girocard ist seit Jahren das Rückgrat des bargeldlosen Zahlungsverkehrs in Deutschland. Jetzt wird sie dort nutzbar, wo der Handel seine Kundschaft zunehmend erreicht: in der eigenen App.

Christopher Kirsch, Leiter Produktentwicklung girocard, spricht im Interview über die neue In-App-Zahlungsfähigkeit und darüber, was diese für Handel und Institute konkret bedeutet.

Herr Kirsch, warum ist die In-App-Zahlungsfähigkeit der girocard aus Sicht der Kreditwirtschaft ein strategisch wichtiger Schritt?

Das Einkaufsverhalten wird immer hybrider: Man informiert sich online, kauft im Laden, zahlt in der App – oder umgekehrt. Die Zahlungen folgen dieser Entwicklung und wandern vermehrt vom Terminal in den digitalen Check-out, zum Beispiel in Händler-Apps. Dieser Raum war bisher eher von anderen, teilweise internationalen Marktteilnehmern besetzt.

Mit der In-App-Zahlung der girocard bringen wir ein souveränes, in Deutschland entwickeltes Verfahren dorthin, wo die digitalen Transaktionen entstehen.

Die girocard verlässt damit nicht ihren Kern, sondern erweitert ihn – vom klassischen POS in die Apps.

Welche konkreten Vorteile ergeben sich für Banken und Sparkassen, wenn girocard-Zahlungen künftig auch in Händler-Apps stattfinden?

Für die Institute spielen insbesondere zwei Dimensionen eine bedeutende Rolle: Kosten und Kontrolle. Studien zeigen, dass internationale Kartensysteme für Institute deutlich höhere Kosten verursachen als die girocard. Wenn nun zusätzliche Transaktionen im girocard-System bleiben, verstärkt das die Skaleneffekte und erhöht die Wirtschaftlichkeit. Gleichzeitig

verhindern die Institute, dass Volumina still und leise an andere Anbieter abwandern. Dazu kommt ein dritter Punkt: digitale Souveränität. Wer auf heimische Zahlungssysteme setzt, macht sich unabhängiger und stärkt die eigene Position im Wettbewerb – das ist mehr als Technik, das ist Strategie.

Eine Schlüsselrolle spielt die Banking-App. Wie funktioniert die In-App-Hinterlegung der girocard aus Kundensicht?

Der Prozess soll sich „wie gewohnt“ anfühlen. Kund:innen hinterlegen ihre girocard aus der Händler-App heraus und bestätigen dies mit dem TAN-Verfahren. Sie müssen keine Kartendaten abtippen und sich nicht extra registrieren. Beim Bezahlen können sie jede Transaktion einzeln per starker Kundenauthentifizierung freigeben oder ein Handelsunternehmen einmalig per „Whitelisting“ authentifizieren. Wichtig ist: Die Banking-App bleibt der zentrale Vertrauensanker. Das Institut behält die Hoheit über Informationen, Freigaben und Sicherheit, auch dann, wenn Zahlungen über Whitelisting besonders schnell laufen.

Der Handel verlagert seine Kundenschnittstellen zunehmend in eigene Apps. Welche Rolle spielt die girocard hier für Omnichannel-Strategien?

Händler-Apps sind für viele Unternehmen der „neue POS“. Ein großer Teil des Handels nutzt bereits Payment-Funktionen in eigenen Apps oder steht kurz davor.

Ob Zapfsäule, Click and Collect, Lieferdienst oder ÖPNV-Ticket – der digitale Check-out wird zum Standard.

Wenn dort die girocard verfügbar ist, können Institute und Handel die gewohnten, kostengünstigen Konditionen und Sicherheitsstandards der girocard nutzen. Für die Kundschaft entsteht ein durchgängiges Erlebnis: Sie zahlt mit derselben Karte – im

Vorteile !



Attraktive Händler-entgelte inklusive Zahlungsgarantie



Komfortables und sicheres Bezahlerlebnis steigert die Kundenzufriedenheit



Verlässlichkeit auf das eigenständige Kartenzahlungssystem der Deutschen Kreditwirtschaft



Weitere Informationen

Laden, im Webshop und in der App. So wird Omnichannel nicht nur Marketingbegriff, sondern gelebter Zahlungsaltag.

Wie können Institute sich an der Einführung beteiligen, und was empfehlen Sie den Mitgliedern der Initiative Deutsche Zahlungssysteme?

Wir haben die Anforderungen für In-App-Zahlungen in einer standardisierten Pilotierungsvereinbarung verankert. Dort sind alle vertraglichen, technischen und operativen Details festgehalten, die für die Einführung der Funktion erforderlich sind. Wer frühzeitig beginnt, sichert sich Erfahrungen in einem wichtigen Wachstumsfeld und schärft zugleich das eigene Digitalprofil. Und er sendet ein starkes Signal an die Kundschaft:

Wir stehen für sichere, komfortable und souveräne Zahlungen „made in Germany“ – nicht nur am Terminal, sondern überall dort, wo heute bezahlt wird.

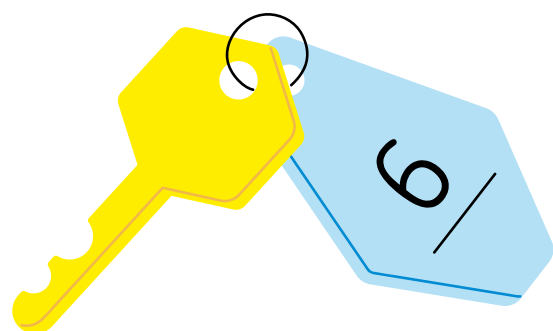
Vielen Dank für das informative Gespräch und Ihre Zeit, Herr Kirsch.//

Wie das *deutsche Zahlungssystem* neue Rollen übernimmt

Morgens an der SB-Kasse im Supermarkt, mittags am Verkaufsautomaten, abends im Restaurant: Wer in Deutschland bargeldlos zahlt, nutzt dafür meist die girocard. Rund 100 Millionen Karten sind im Umlauf – sie ist das mit Abstand meistgenutzte bargeldlose Zahlungsmittel hierzulande. Die aktuellen Neuerungen zeigen: Die girocard rückt näher an typische Alltagssituationen heran. Damit wird sie perspektivisch häufiger dort zum Einsatz kommen, wo bislang andere Anbieter vorherrschend waren.

3 Szenarien ...

1 Mietwagen und Hotel – die girocard als Reservierungskarte



Bislang galt: Wer ein Hotelzimmer reservieren oder einen Mietwagen buchen will, nutzt dafür häufig eine Kreditkarte. Künftig soll hier auch die girocard eine Rolle spielen.

Viele kartenausgebende Institute, insbesondere Sparkassen und Volksbanken, haben die technischen Voraussetzungen dafür bereits geschaffen. Gespräche mit Händler- und Akzeptanzpartnern laufen. Für die Unternehmen ist das mehr als eine Zusatzoption: **Die Nutzung der girocard ist in der Regel günstiger als Kreditkartenlösungen.** Für Verbraucher:innen bedeutet es: Sie können vertraute Buchungprozesse künftig mit einem ihnen ebenso vertrauten Zahlungsmittel abwickeln.

2 Alterskontrolle – sicher zahlen an Automat und SB-Kasse

Eine weitere Neuerung zeigt sich dort, wo Jugendschutz und Bezahlung zusammenkommen: Seit Mitte 2023 gibt es an Zigarettenautomaten die Online-Altersverifikation mit girocard. Wer dort mit der (digitalen) girocard zahlt, wird automatisch auf seine Berechtigung zum Kauf geprüft. **Dabei ist es möglich, das Alter von 16 Jahren oder auch die Volljährigkeit zu ermitteln.**

Dieses Prinzip wird nun weitergedacht. Beim Kauf von Alkohol an SB-Kassen im Supermarkt oder an Verkaufsautomaten könnte die girocard künftig ebenfalls die Alterskontrolle übernehmen. Bislang ist hier oft noch der Einsatz des Ladenpersonals erforderlich. Für Händler ist das besonders attraktiv: **Prozesse werden schlanker, zusätzliche Prüfmechanismen entfallen, und gesetzliche Anforderungen lassen sich effizient erfüllen.**

Für Kund:innen bleibt der Ablauf komfortabel: Sie zahlen wie gewohnt und merken im Idealfall nur, dass es funktioniert.



3 Händler-App – die girocard dort, wo der Alltag digital ist

Der Alltag ist heute oft „App first“: Punkte sammeln, Angebote checken, den Einkauf planen – vieles läuft über Händler-Apps. Künftig soll dort noch etwas dazukommen: die girocard als Bezahlalternative.

Voraussichtlich ab dem Frühjahr können Kund:innen ihre girocard in Händler-Apps hinterlegen und direkt über diese bezahlen. Besonders interessant ist das sogenannte Händler-Whitelisting: Kund:innen können Händler, bei denen sie regelmäßig einkaufen, als „vertrauenswürdig“ markieren. Dadurch müssen sie folgende Transaktionen nicht einzeln erneut authentifizieren. **Die girocard bleibt sicher, wird im digitalen Alltag aber deutlich bequemer.**

Auch Bezahlmöglichkeiten wie Payback Pay, die bislang oft auf dem Lastschriftverfahren und Kreditkarte basieren, wollen die girocard künftig integrieren. Übrigens: Inzwischen ist es auch möglich, bei Bezahlung mit girocard gleichzeitig Punkte zu sammeln. Wer über eine girocard der Sparkassen verfügt, kann diese direkt mit Payback verknüpfen und muss beim Bezahlen nicht mehr separat die Payback-Karte vorzeigen.

Was sich nicht ändert: *Kosten-effizienz* und die physische Karte

Bei aller Weiterentwicklung bleibt eines konstant:

Die girocard soll nicht teurer werden. Die deutsche Kreditwirtschaft verfolgt das Ziel, die bewährte Kosteneffizienz auch mit den neuen Funktionen zu erhalten. Damit bleiben Händler und Institute in einem wirtschaftlich attraktiven System, das seine Leistungsfähigkeit ausbaut, ohne die Gebührenstruktur aus den Augen zu verlieren.

Damit bleibt sie das, was sie seit Jahren ist: ein sicheres, weit verbreitetes und vertrautes Zahlungsmittel in Deutschland. Aber sie bekommt neue Bühnen – beim Hotel-Check-in, in der Mietwagenstation, an der SB-Kasse, im Automaten und in der Händler-App.

Für die Mitgliedsinstitute der Initiative Deutsche Zahlungssysteme bedeutet das: Ein bewährtes „Arbeitspferd“ im Zahlungsverkehr wird vielseitiger. Die girocard ist nicht nur Infrastruktur, sie wird mehr und mehr zum flexiblen Werkzeug für moderne, souveräne Zahlungslösungen „made in Germany“ – genau dort, wo der Alltag der Kund:innen stattfindet. //





Oliver Behrens

Leiter Zahlungssysteme und Mobilitätstechnologien, Deutsche Tamoil GmbH

Bezahlen in Deutschland läuft überwiegend digital, kontaktlos und KI-gestützt ab. Smartphones und Agent Commerce machen den Bezahlprozess einfacher und nahtloser. Europäische Lösungen werden an Relevanz gewinnen. Bargeld bleibt im Einsatz – reduziert, aber als gefühlt letzte Bastion für Datenschutz, Unabhängigkeit und Krisensicherheit. Der Handel wird sich hoffentlich weiter emanzipieren und entsprechende Lösungen vorantreiben. Die Zukunft des Bezahls ist damit intelligent, vernetzt und vielfältig.



Roland Ermer

Bäckermeister aus der Lausitz und Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.

Wahlfreiheit beim Bezahlen bleibt zentral: Neben digitalen Optionen wird es weiterhin Bargeld geben. Es stärkt die Resilienz am Verkaufstresen, denn selbst bei Netz- oder Stromausfällen läuft der Verkauf weiter und die Grundversorgung bleibt gesichert. Zudem ist Bargeld für die soziale Teilhabe unverzichtbar: Es ermöglicht allen das Einkaufen, unabhängig von Bonität und technischer Ausstattung.



Hella Fuhrmann

Country Managerin DACH, Adyen N.V.

Bezahlen wird kein Vorgang mehr sein, wie wir ihn heute kennen. Wir werden Bargeld und Bezahlkarten aus Plastik vermutlich im Museum finden, und selbst das Zücken des Smartphones wird uns dann umständlich vorkommen. Bezahlbuttons und Kassentresen wird es nicht mehr geben, stattdessen wechseln Gelder durch biometrische Erkennung, KI-Assistenten oder einfach durch das Verlassen des Ladens die Besitzer. Bei Adyen arbeiten wir schon heute daran, diese Schnittstellen aufzulösen und den Handel nahtlos zu gestalten, tragen dabei aber auch die Verantwortung für eine sichere Zukunft. Denn je unsichtbarer Bezahlprozesse werden, desto höhere Maßstäbe müssen wir an den Schutz von Daten, Identitäten und Finanzen legen.



Verena Bentele

Präsidentin, Sozialverband VdK Deutschland e. V.



Ulrich Binnebösel

Abteilungsleiter Zahlungsverkehr, Logistik und Online-Redaktion, Handelsverband Deutschland (HDE) e. V.

Das Thema Bezahlen im Einzelhandel bekommt aktuell viel Aufmerksamkeit. Es wird über bargeldlose Zahlungen, Wahlfreiheit und den digitalen Euro diskutiert. In 20 Jahren werden diese Diskussionen weitgehend abgeschlossen sein. Transaktionen laufen im Hintergrund ab, sind nahezu kosten- und reibungslos integriert. Wichtiger als der Bezahlvorgang ist die Gestaltung der Vereinbarungen, die Zahlungen auslösen. Statt einfacher Zahlungsanfragen und -autorisierungen stehen individuelle, flexible Absprachen im Vordergrund. Hier entstehen die eigentlichen Mehrwerte. Digitale Identitäten und automatisierte Systeme sorgen dafür, dass die Kundenbedürfnisse erkannt und erfüllt werden. Konto-zu-Konto-Zahlungen sind Standard. Technische Schnittstellen und Haftungsfragen sind einheitlich geregelt. Und trotz aller Digitalisierung: Bargeld gibt es noch.

In Zukunft werden digitale Bezahlverfahren noch selbstverständlicher und vielfältiger sein als heute. Entscheidend ist, dass Barrierefreiheit und Sicherheit der verbindliche Standard sind. Bargeld muss als verlässliche, einfach zugängliche Zahlungsmöglichkeit erhalten bleiben. Denn Wahlfreiheit ist ein wichtiger Teil gesellschaftlicher Teilhabe. Gute Bezahlssysteme zeichnen sich durch Innovation, Sicherheit, Datenschutz und die Möglichkeit aus, dass alle Menschen sie unabhängig von Alter, Behinderung oder technischer Ausstattung nutzen können.



Tobias Simon

Geschäftsführer, POS-cashservice GmbH

Bezahlen am Point of Sale wird so selbstverständlich sein, dass der eigentliche Vorgang kaum noch wahrgenommen wird. Wo heute Selbstbedienungskassen und Self-Check-out-Lösungen Standard sind, ermöglichen künftig voll automatisierte Check-outs den Einkauf ohne aktiven Bezahlvorgang. Künstliche Intelligenz, digitale Identitäten und intelligente Vernetzung sorgen für Sicherheit, Komfort und individuelle Einkaufserlebnisse. Vertrauen, Wahlfreiheit und Verfügbarkeit bleiben dabei entscheidende Erfolgsfaktoren. POS-cashservice gestaltet diese Zukunft mit, überführt Innovationen in verlässliche Lösungen für Handel und Verbraucher:innen und vereinfacht den Zugang dazu.



Thomas Spreitzer

CEO, Nexi DACH GmbH

Bezahlen ist noch stärker digital und nahtlos in den Alltag integriert. Entscheidend bleibt die Wahlfreiheit: Verbraucher:innen sollten selbst entscheiden können, wie sie bezahlen, wobei überall mindestens eine digitale Möglichkeit zur Verfügung stehen sollte. Europas Souveränität hängt davon ab, ob wir sichere, resiliente und innovative europäische Zahlungsinfrastrukturen stärken, die global interoperabel bleiben. Öffentliche Lösungen wie der digitale Euro und privatwirtschaftliche Angebote sollten sich ergänzen, denn nur gemeinsam sichern sie Vertrauen, Wettbewerb und Innovation.



Tanja Müller-Ziegler

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

2046 klingt weit weg, angesichts der rasanten Innovationssprünge im Zahlungsverkehr müssen wir als Volks- und Raiffeisenbanken die Zukunft aber schon heute mitdenken. Wenn ich auf die vergangenen 20 Jahre zurückblicke, hat sich die Art, wie wir bezahlen, fundamental verändert. Welche Technologien und Bezahlverfahren wir in Zukunft nutzen werden, ist deshalb kaum vorherzusagen. Künstliche Intelligenz wird sicher nicht die letzte disruptive Innovation sein. Eine Konstante wird jedoch bleiben: das Vertrauen der Menschen in ihre Volks- und Raiffeisenbanken. Deshalb bin ich überzeugt, dass sie auch in 20 Jahren neue Bezahlösungen über ihre vertraute Bank nutzen werden – und das auf Basis starker europäischer Lösungen.

EINE Frage, VIELE PERSPEKTIVEN

„Wie bezahlen wir in 20 Jahren?“



Philipp Hübner

Director of Payment Research, EHI Retail Institute e. V., Mitglied im Vorstand, EHI Stiftung

Der Zahlungsverkehr wird sich extrem verändert haben. Ein Blick auf die vergangenen 20 Jahre zeigt, wie dynamisch dieser Prozess ist: Der Cash-Anteil im Handel hat sich auf knapp 32 Prozent halbiert, Kartenzahlungen sind auf über 65 Prozent geklettert. Das EHI wird auch künftig mit verlässlichen Marktzahlen zeigen, wie sich Bezahlgewohnheiten neu sortieren. Spannend bleibt, wie schnell sich europäische und internationale Lösungen in den Bereichen Instant Payments, Wallets, Digitalwährungen und mobile oder biometrische Bezahlösungen im Alltag etablieren werden.

Welche Rolle spielt Bargeld in Deutschland?

GAST-
BEITRAG



Jetzt anmelden & 20% Rabatt sichern

ibi-Zahlungsverkehrsforum
am 28. und 29. Oktober 2026
in Frankfurt/Main

Rabatt-Code
IDZ-ZVF-20%

Schweden verpflichtet Lebensmittelgeschäfte und Apotheken wieder zur Annahme von Bargeld – ein überraschender Kurswechsel für das einstige Vorzeigeland des bargeldlosen Bezahlers. Doch wie steht es um die Zukunft des Bargelds in Deutschland? Der aktuelle Payment-Report von ibi research zeigt, warum Münzen und Scheine für viele Menschen weiterhin unverzichtbar sind und welche Rolle Bargeld im digitalen Zahlungsalltag noch immer spielt.

Schweden galt lange als Musterbeispiel für eine nahezu bargeldlose Gesellschaft. Nun stärkt das Land die Rolle des Bargelds wieder. Seit Juli 2026 sind Lebensmittelgeschäfte und Apotheken verpflichtet, Barzahlungen anzunehmen¹. Das neue Gesetz soll sicherstellen, dass die Bevölkerung auch bei Stromausfällen, Cyberangriffen oder sonstigen Störungen digitaler Zahlungssysteme grundlegende Waren und Dienstleistungen bezahlen kann. Die Entwicklungen in Schweden zeigen: Die Diskussion über die Zukunft des Bargelds ist längst nicht abgeschlossen. Zwar gehören Karten, Smartphones und digitale Wallets zum Alltag in Deutschland, doch Bargeld bleibt für viele Verbraucher:innen unverzichtbar. Das zeigt eine repräsentative Befragung im Rahmen des ibi-Payment-Reports in Zusammenarbeit von ibi research, S&N Invent, S-Payment sowie VR Payment.

1) https://www.riksdagen.se/en/news/articles/2026/may/27/the-possibility-to-use-cash-to-be-improved-fiu39_cms285b4cfc-0c3c-461a-9a6c-dcaaf6aee6aen

Überblick behalten, Anonymität sichern

Besonders deutlich zeigt sich die Bedeutung des Bargelds bei Einkäufen bis zehn Euro. 71 Prozent der Befragten gaben an, solche Beträge häufig bar zu bezahlen. Mit zunehmendem Alter wächst diese Neigung. 54 Prozent der Generation Z greifen bei kleinen Einkäufen häufig zu Münzen und Scheinen, der Anteil der Babyboomer liegt bei 84 Prozent. Bargeld bleibt damit gerade bei alltäglichen Zahlungen fest verankert.

Hinter der Nutzung steckt mehr als bloße Gewohnheit. Rund 60 Prozent der Befragten sagten, dass sie mit Bargeld einen besseren Überblick über ihre Ausgaben behalten als bei Kartenzahlungen. In Zeiten steigender Lebenshaltungskosten kann diese Art der Kontrolle besonders wichtig sein. Gut die Hälfte der Befragten schätzt zudem die Möglichkeit, anonym bezahlen zu können. Knapp 44 Prozent nutzen Münzen und Scheine zudem, weil Kartenzahlungen aus ihrer Sicht noch immer nicht überall möglich sind.

Bei allen Altersgruppen weiterhin relevant

Bei größeren Beträgen verschiebt sich das Bild. Anschaffungen ab 50 Euro werden deutlich seltener bar bezahlt. Lediglich 37 Prozent stimmten der Aussage zu, solche Käufe gerne bar zu begleichen. Hier spielen Karten und andere digitale Zahlverfahren ihre Vorteile aus. Sie sind bequem, schnell und machen es unnötig, größere Bargeldbeträge mitzuführen. Die Ergebnisse sprechen daher für eine situationsabhängige Nutzung verschiedener Bezahlverfahren.

45 Prozent der Befragten gaben an, möglichst nur mit Karte zu bezahlen. Gerade jüngere Menschen stehen digitalen Bezahlformen offen gegenüber. Dennoch bleibt Bargeld selbst in dieser Gruppe relevant. Rund die Hälfte der Generation Z sieht darin einen besseren Weg, die eigenen Ausgaben zu kontrollieren. Während Schweden Bargeld vor allem als Absicherung für Krisen und technische Ausfälle gesetzlich stärkt, zeigen die deutschen Ergebnisse eine zusätzliche Perspektive. Bargeld erfüllt weiterhin Bedürfnisse nach Übersicht, Anonymität, Verlässlichkeit und Wahlfreiheit.

Gesamt		Generation Z 1996–2010	Generation Y 1980–1995	Generation X 1965–1979	Babyboomer 1946–1964
71 %	Bei Kleinbeträgen (bis 10 Euro) greife ich noch häufig auf Bargeld zurück.	54 %	66 %	76 %	84 %
60 %	Mit Bargeld habe ich einen besseren Überblick über meine Ausgaben als mit Karte.	49 %	59 %	67 %	64 %
51 %	Ich nutze Bargeld, weil ich gerne anonym zahle.	40 %	52 %	53 %	55 %
45 %	Ich bezahle, wenn möglich, nur mit Karte.	50 %	51 %	39 %	40 %
44 %	Die eingeschränkte Akzeptanz von Kartenzahlung ist für mich ein Grund, Bargeld zu nutzen.	45 %	50 %	40 %	43 %
37 %	Größere Anschaffungen (ab 50 Euro) bezahle ich gerne in bar.	39 %	34 %	39 %	36 %



Dr. Stephan Weber
Research Director
und Gesellschafter,
ibi research

Nils Deichner
Senior Consultant,
ibi research

Dr. Stephan Weber ist Research Director und Gesellschafter bei ibi research an der Universität Regensburg. Er forscht und berät vor allem in den Bereichen Trend- und Innovationsanalyse, Digital Finance, künstliche Intelligenz sowie Zahlungsverkehr und Payment. Er ist Autor von zahlreichen Veröffentlichungen in diesen Themenfeldern sowie Moderator und Referent bei Veranstaltungen und Kongressen.

Nils Deichner ist Senior Consultant bei ibi research an der Universität Regensburg. Seine Forschungs- und Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen E-Commerce, digitaler Handel und Zahlungsverkehr. Zudem tritt er regelmäßig als Referent auf Veranstaltungen auf und veröffentlicht Fachartikel sowie Studien.

Die Digitalisierung des Bezahlers schreitet voran, doch ein vollständiger Abschied von Münzen und Scheinen entspricht nicht den Präferenzen großer Teile der Bevölkerung. Entscheidend wird deshalb sein, dass die Menschen auch künftig zwischen verschiedenen Bezahlmöglichkeiten wählen können.

Der ibi-Payment-Report 2026 widmet sich zahlreichen Zukunftsthemen des Zahlungsverkehrs und steht kostenlos zur Verfügung unter www.ibi.de/payment-report2026. //

Allensbach-Studie

Europa will eigene Wege gehen, Deutschland bleibt zurückhaltend

Mit Wero und dem digitalen Euro entstehen neue europäische Optionen für das Bezahlen. In Deutschland sind diese Angebote in der breiten Bevölkerung bislang jedoch kaum bekannt. Wie stehen die Menschen zu den neuen Bezahlmöglichkeiten? Und was hat sich in ihrem Zahlungsalltag verändert? Unsere aktuelle Allensbach-Studie untersucht, wie die Menschen heute bezahlen, und vergleicht die Ergebnisse mit denen der vergangenen Jahre. Sie zeigt zudem, welche Systeme künftig eine Rolle spielen könnten und wie die Befragten Deutschlands Position beim bargeldlosen Bezahlen im europäischen Vergleich bewerten.

Deutschland im EU-Vergleich: Nachholbedarf erkannt

Nur fünf Prozent der Befragten halten Deutschland beim bargeldlosen Bezahlen für führend in Europa. Vier von zehn (41 Prozent) meinen, andere europäische Länder seien deutlich weiter, drei von zehn (29 Prozent) sehen sie zumindest etwas weiter vorn. 26 Prozent sind unentschieden.

Besonders kritisch fällt das Urteil zu Deutschlands Rolle bei denjenigen aus, die selbst bevorzugt mit Karte oder Smartphone zahlen. Ob sich darin persönliche Erfahrungen mit der Akzeptanz bargeldloser Zahlungen im Alltag widerspiegeln, lässt die Umfrage offen.

Mehr zum Thema „Bezahlen in Europa“ lesen Sie auf den Seiten 12 und 13.



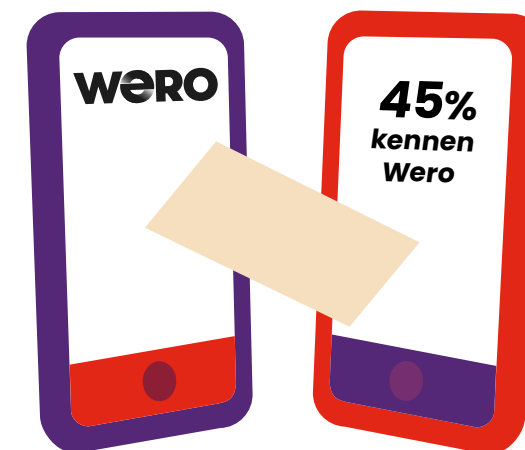
Wo sehen Sie Deutschland bei der Verbreitung bargeldloser Bezahlmöglichkeiten im Vergleich zu anderen europäischen Ländern?



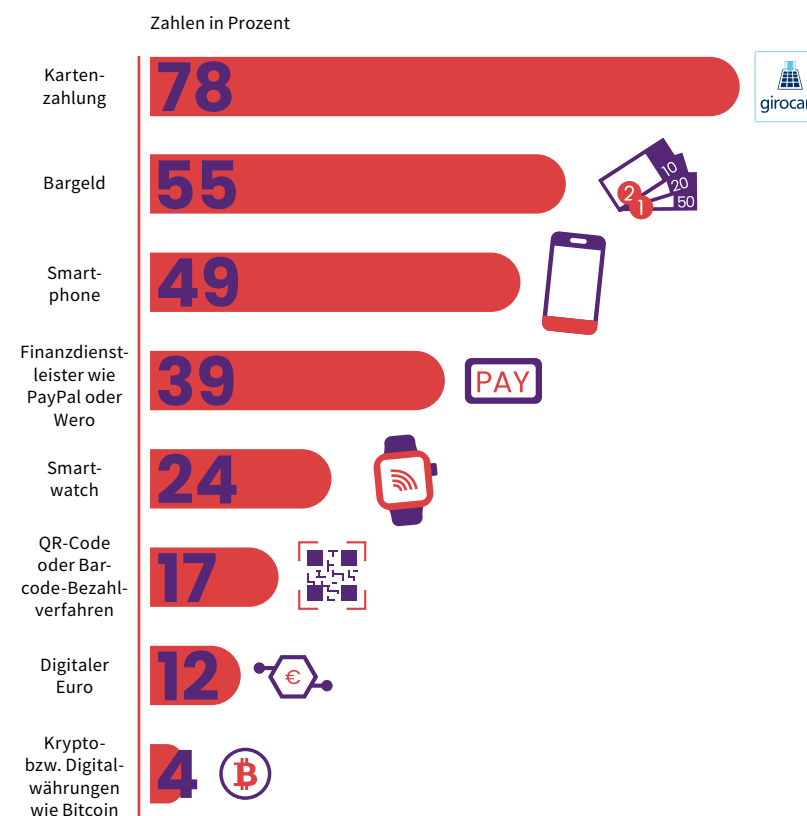
Wero noch weitgehend unbekannt

Seit rund zwei Jahren gibt es mit Wero eine privatwirtschaftliche Zahlungslösung, die als Alternative zu US-amerikanischen Systemen gestartet ist. Trotzdem hat die Mehrheit der Befragten (55 Prozent) noch nie von dem Bezahlssystem gehört. 45 Prozent kennen Wero. Unter den 30- bis 44-Jährigen ist der Bekanntheitsgrad am höchsten – hier kennen sechs von zehn Befragten (59 Prozent) Wero. Bei den ab 60-Jährigen liegt die Bekanntheit dagegen bei gerade einmal 28 Prozent.

Doch wie steht es um die Nutzung? Unter den Befragten, die Wero kennen, überwiegt die Zurückhaltung: 30 Prozent sagen, Wero sei nichts für sie. Nur fünf Prozent haben das Bezahlssystem bereits genutzt, weitere vier Prozent haben es immerhin freigeschaltet. Rund die Hälfte (46 Prozent) kann sich eine Nutzung grundsätzlich vorstellen. Weniger Interesse daran zeigen die Befragten, die Wero nicht kennen: Nur rund zehn Prozent von ihnen könnten sich vorstellen, das Bezahlssystem zu nutzen. Die Mehrheit (61 Prozent) lehnt eine Nutzung ab. Besonders groß ist die Skepsis unter den älteren Befragten: Acht von zehn (80 Prozent) der ab 60-Jährigen, die Wero nicht kennen, sagen, es sei nichts für sie.



Was werden Sie in fünf Jahren häufig zum Bezahlen nutzen?



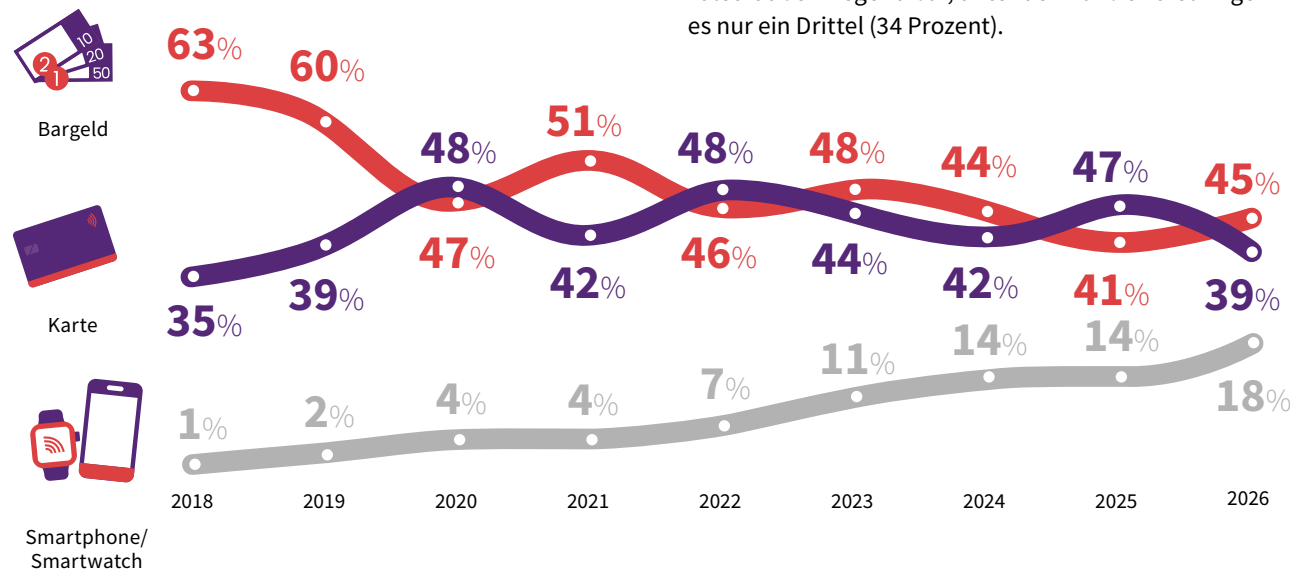
Digitaler Euro: Wenige wollen ihn nutzen

Ähnlich sieht es beim digitalen Euro aus. Circa die Hälfte der Befragten (54 Prozent) hat vom digitalen Euro gehört. Jedoch erwächst aus dem Wissen um die digitale Währung kaum Interesse: Nur sieben Prozent würden ihn wahrscheinlich nutzen, weitere 23 Prozent könnten es sich zumindest vorstellen. Demgegenüber schließt ein Drittel der Befragten (31 Prozent) die Nutzung gänzlich aus. Weitere 20 Prozent geben an, sich eine Nutzung eher nicht vorstellen zu können. Zwei von zehn (20 Prozent) zeigen sich in der Befragung unentschieden. Deutlich fallen die Unterschiede zwischen den Generationen aus: Von den 16- bis 29-Jährigen würden 17 Prozent den digitalen Euro wahrscheinlich nutzen, von den ab 60-Jährigen nur zwei Prozent. In dieser Altersgruppe schließt die Hälfte (47 Prozent) eine Nutzung gänzlich aus.

54% kennen den digitalen Euro

Bezahlen im Wandel: bargeldlos liegt vorn

Nach ihrer grundsätzlichen Zahlungspräferenz gefragt, nennt die Hälfte (48 Prozent) der Befragten das Bargeld. Sechs von zehn (61 Prozent) zahlen am liebsten bargeldlos, davon 41 Prozent mit Karte. Das Smartphone bevorzugen 18 Prozent, eine Zahlung mittels Smartwatch zwei Prozent.

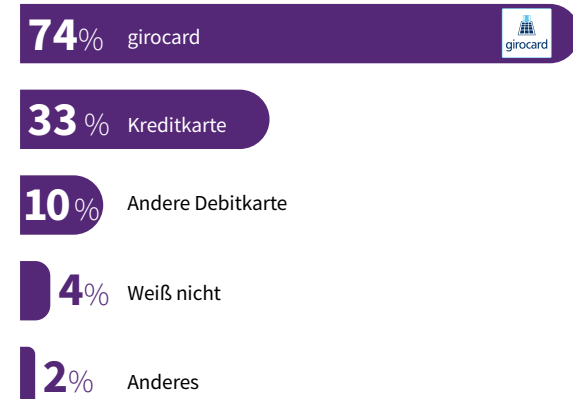


Wie beim letzten Einkauf bezahlt wurde, unterscheidet sich stark nach Alter: Von den 16- bis 29-Jährigen zahlten beim letzten Einkauf 35 Prozent per Smartphone. Bei den Älteren (ab 60 Jahre) griffen nur vier Prozent zum Mobiltelefon. Bargeld dominiert nach wie vor bei der älteren Generation: Zwei Drittel (65 Prozent) der über 60-Jährigen zahlten zuletzt überwiegend bar, unter den 16- bis 29-Jährigen war es nur ein Drittel (34 Prozent).

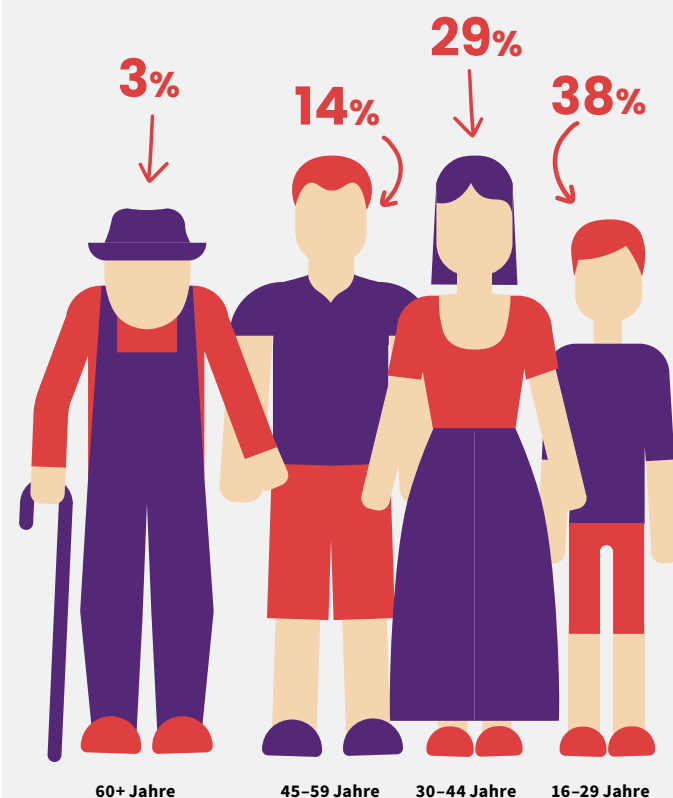
Mobiles Bezahlen: eine Generationenfrage

Knapp ein Drittel der Bevölkerung hat bereits Erfahrung mit dem mobilen Bezahlen: Immerhin jede:r fünfte Befragte (17 Prozent) gibt an, häufig mit dem Smartphone oder der Smartwatch zu zahlen, weitere zwölf Prozent gelegentlich. 18 Prozent können es sich vorstellen. Die Hälfte der Befragten (50 Prozent) lehnt es für sich ab. Auch hier verläuft eine „Trennlinie“ zwischen den Generationen: **38 Prozent der 16- bis 29-Jährigen zahlen häufig mobil.** Unter den ab 60-Jährigen sind es lediglich drei Prozent. Entsprechend hoch fällt die Ablehnung in dieser Gruppe aus: Acht von zehn (78 Prozent) sagen, mobiles Bezahlen sei nichts für sie.

Welche Karte haben Sie in Ihrem Smartphone/Ihrer Smartwatch hinterlegt?



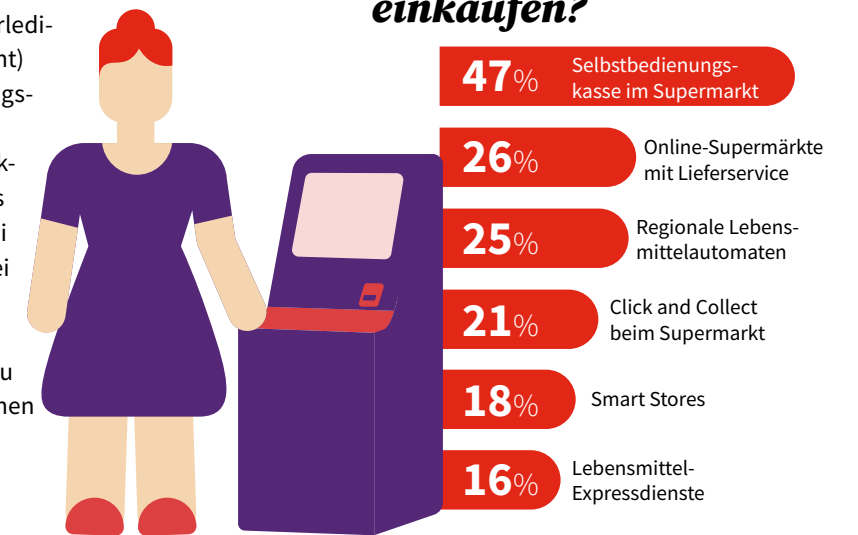
Schon häufig mobil bezahlt haben ...



Einkauf der Zukunft: Selbstbedienungskassen vorn

Ein klarer Trend zeichnet sich bei der Frage ab, wie die Menschen künftig ihren Lebensmitteleinkauf erledigen möchten: Jede:r zweite Befragte (47 Prozent) wünscht sich Supermärkte mit Selbstbedienungskassen, an denen mit Karte oder Smartphone gezahlt wird. Besonders beliebt sind Self-Checkout-Kassen bei den Jüngeren: Unter den 16- bis 29-Jährigen möchten sie 67 Prozent nutzen, bei den ab 60-Jährigen dagegen nur 29 Prozent. Bei Online-Supermärkten mit Lieferservice möchten 26 Prozent in Zukunft bestellen. Einkäufe per Click and Collect zu erledigen, also online zu bestellen und Einkäufe vor Ort abzuholen, können sich zwei von zehn (21 Prozent) vorstellen.

Wo wollen Sie in Zukunft verstärkt Ihre Lebensmittel einkaufen?



Bargeld: dabei, aber nicht unersetzlich

In neun von zehn Portemonnaies findet sich in der Regel Bargeld: 87 Prozent der Befragten haben es normalerweise dabei. Nur sieben Prozent stecken grundsätzlich keines ein. Zugleich führen 55 Prozent Bargeld nach eigener Aussage vor allem für den Notfall mit, falls bargeldloses Bezahlen einmal nicht möglich ist. Bargeld bleibt damit weit verbreitet, verliert aber seinen Status als selbstverständliche erste Wahl.

Eindeutig fällt das Votum zur Zukunft des Bargelds aus: Eine deutliche Mehrheit von 85 Prozent spricht sich gegen eine Abschaffung aus. Nur fünf Prozent fänden es gut, wenn Bargeld abgeschafft würde. Selbst unter den Personen, die bevorzugt mit dem Smartphone zahlen, lehnen zwei Drittel (64 Prozent) diesen Schritt ab.



Akzeptanzpflicht: knappe Mehrheiten, keine klare Linie

Eine gesetzliche Pflicht für Geschäfte und Restaurants, neben Bargeld auch immer Kartenzahlung anzubieten, befürworten 48 Prozent der Befragten. Vier von zehn (43 Prozent) lehnen eine solche Regelung ab. Etwas mehr Zustimmung findet die umgekehrte Verpflichtung: 55 Prozent halten es für richtig, wenn der Handel neben Kartenzahlung auch Bargeld annehmen müssten. Ebenfalls vier von zehn (39 Prozent) plädieren auch hier für Entscheidungsfreiheit der Geschäfte.

Debitkarte ist Standard

98 Prozent der Bevölkerung ab 16 Jahren besitzen eine girocard oder eine andere Debitkarte – eine nahezu lückenlose Verbreitung in allen Einkommens- und Altersgruppen. Eine Kreditkarte haben 57 Prozent der Befragten. Hier zeigt sich ein deutlicher Einkommenseffekt: In Haushalten mit einem monatlichen Nettoeinkommen unter 2.000 Euro besitzen lediglich 32 Prozent eine Kreditkarte, in Haushalten ab 4.000 Euro sind es 71 Prozent.

Die Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme stützt sich auf insgesamt 1.039 Interviews mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahren. Die Interviews wurden im August 2026 mündlich-persönlich durchgeführt.

Interessenvertretung in Berlin

Der persönliche Kontakt allein reicht nicht mehr aus!



INTERVIEW

Prof. Dr. Carolin Zeller

Als Expertin für politische Strategieentwicklung und Positionierung unterstützt sie seit vielen Jahren Verbände und Unternehmen in ihrer politischen Interessenvertretung auf Landes-, Bundes- und Europaebene. Seit März 2025 ist Carolin Zeller Direktorin bei der Beratungsgesellschaft von Beust & Coll. Zuvor war sie als Professorin für Politikwissenschaften und Public Affairs an der Quadriga Hochschule Berlin tätig und begleitete verschiedene Aus- und Weiterbildungsprogramme.

Es kommt auf tiefgehende fachliche Expertise und ein hohes politisches Verständnis an.

Frau Professorin Zeller, wie würden Sie einem Bekannten auf einer Party Ihren Job erklären?

Wir sind Botschafter:innen, Vermittler:innen und manchmal auch „Die Sendung mit der Maus“ zwischen Unternehmen und Verbänden auf der einen und der Politik auf der anderen Seite. Wir übersetzen Interessen so, dass die Politik sie versteht und sie in Regulierung münden können, aber nicht müssen. Der andere Teil des Jobs besteht darin, komplexe politische Gemengelagen in die Wirtschaftswelt zu vermitteln. Wir sind Grenzgänger zwischen zwei Welten, in denen Menschen nicht immer dieselbe Sprache sprechen.

Wer sind Ihre Ansprechpersonen im Politikbetrieb?

Das hängt davon ab, was ich erreichen will. Wenn ich ein Thema vertrete, das noch niemand auf dem Schirm hat, betreibe ich zunächst Agenda-Setting und versuche, einflussreiche Politiker:innen dafür zu gewinnen. Wenn es um eine Gesetzesnovelle geht, spreche ich direkt mit den Fachreferent:innen in den Ministerien, also mit denen, die das Gesetz schreiben. Sie sind daran interessiert, Gesetze praxistauglich zu gestalten, und wir können sagen: Wenn ihr diese Formulierung wählt, passiert auf Unternehmensseite das.

In den vergangenen Jahren hat sich die Interessenvertretung stärker professionalisiert. Was funktioniert heute anders?

Nach dem Zweiten Weltkrieg bündelten wenige starke Verbände die Interessen der Wirtschaft. Heute sind Unternehmen selbstbewusster, und viele sind nicht mehr deutsch sozialisiert. Große Konzerne wollen außerhalb ihres Verbands wirken, viele Mittelständler fühlen sich nicht mehr vertreten und werden selbst aktiv. Parallel hat die Regulierung massiv zugenommen. Ich sage immer: Heute versteht jeder Knopfhersteller auf der Schwäbischen Alb, warum die Regulierung in Berlin für ihn wichtig ist. Früher hieß es: Ich bin nur ein kleines Rädchen, mit Politik muss ich mich nicht beschäftigen.

Interessenvertretung in Berlin ist komplexer geworden – und anspruchsvoller. Carolin Zeller, Direktorin bei der Politikberatung von Beust & Coll., erklärt, warum persönliche Kontakte allein heute nicht mehr genügen, was 2.400 Verbände im Lobbyregister für die eigene Sichtbarkeit bedeuten und weshalb gut gemachtes Lobbying keine Einbahnstraße ist.

Ist Fragmentierung, also das Verteilen der Interessen auf viele Verbände, der richtige Weg, um im lauten Berlin gehört zu werden?

Die 1974 eingeführte Verbändeliste erfasste rund 600 Organisationen. Bei der Überführung der Liste in das heutige Lobbyregister waren es schon rund 2.400. Hier stellt sich die Frage: Wie werde ich als Verband wahrgenommen? Die bloße Tatsache, dass ich da bin, führt nicht dazu, dass ich gehört werde. Je mehr Akteure es gibt und je lauter es wird, desto professioneller muss ich mit meinen Ressourcen umgehen, um Wirkung zu erzielen. Das ist die eigentliche Professionalisierungsbewegung, die wir beobachten.

Wie hat diese Entwicklung Ihre Arbeit verändert?

Der persönliche Kontakt allein reicht nicht mehr aus. Es kommt auf tiefgehende fachliche Expertise und ein hohes politisches Verständnis an. Diese Kompetenz bildet sich entweder „on the job“ heraus oder durch Stationenwechsel, beispielsweise vom Bundestag auf Unternehmensseite. So entstehen eigene Politikabteilungen in Unternehmen, oder es wird Expertise über Beratungsgesellschaften zugekauft. Hinzu

kommt: Das Parteiensystem hat sich grundlegend verändert. Klare Mehrheiten der großen Volksparteien und stabile Koalitionen sind nicht mehr selbstverständlich. Und wir haben in den vergangenen Jahren große, multiple Krisen erlebt – das hat auch die Interessenvertretung unter Druck gesetzt.

Gut gemachte Interessenvertretung ist ein Geben und Nehmen.

Der Bundestag ist auf 630 Abgeordnete geschrumpft. Nehmen Sie diese Entwicklung in der Interessenvertretung wahr?

Ja, deutlich. Mit 100 Abgeordneten weniger als in der Legislaturperiode zuvor betreuen die Verbliebenen mehr Ausschüsse. Zudem ist die Zahl ansprechbarer Abgeordneter kleiner geworden – auch, weil es an den Rändern des politischen Spektrums Personen gibt, die nicht konstruktiv in solche Prozesse einsteigen. Das erhöht den Priorisierungsdruck – gerade bei Themen, die noch nicht etabliert sind – und macht Interessenvertretung spürbar schwieriger.

Ist Lobbyismus grundsätzlich etwas Positives?

Gut gemachte Interessenvertretung ist ein Geben und Nehmen. Verlässliche Informationen können in beide Richtungen fließen. Ministerialbeamte:innen schreiben hervorragende Gesetze, aber sie wissen nicht, wie eine Regelung im verarbeitenden Betrieb umgesetzt werden soll. Woher auch? Also muss diese Vermittlung stattfinden. Die Abgeordneten sind nicht dumm. Nur weil ich regelmäßig den Deutschen Bundestag besuche und mich mit Politiker:innen austausche, tun sie nicht das, was man ihnen sagt. Was es braucht: konsequenten Ausschluss von Korruption und Transparenz – dafür ist das Lobbyregister ein gutes Instrument.

Vielen Dank für das informative Gespräch und Ihre Zeit, Frau Professorin Zeller.

//



Ein Zeitdokument der Kartenzahlung

20 Jahre ProChip

Zum 20-jährigen Jubiläum blicken drei Kennerinnen des Magazins zurück: Nicole Heyder, Mitgründerin der Initiative und ihre erste Geschäftsführerin, sowie Sandra Schubert, die die ProChip viele Jahre aufseiten der EURO Kartensysteme begleitet hat. Beide sind heute nicht mehr in diesen Positionen tätig. Die Dritte im Bunde ist Heike Lange, die das Magazin als aktuelle Geschäftsführerin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. seit Jahren mitträgt.

„Das Feedback war überwältigend positiv. Endlich ein zeitgemäßes Printmedium, ein Hochglanzmagazin für die Deutsche Kreditwirtschaft!“

Nicole Heyder



2006

Ein modernes Verbandsmagazin betritt die Bühne

Die Idee war so einfach wie mutig: den Mitgliedern der Initiative GeldKarte e. V. Informationen über bargeldloses Bezahlen nicht als trockenes Verbandsdokument in die Hand zu geben, sondern als zeitgemäßes Printmedium. Hinter der ProChip stand insbesondere der damalige Vorstandsvorsitzende Volker Koppe.

2007

Ein Verband, ein Sprachrohr, eine Idee

Nicole Heyder beschreibt die ProChip als totales Novum für die Branche: analog, aber trotzdem in modernem Look. Das brachte auch Gegenwind mit sich – wie immer, wenn man etwas ganz Neues entwickeln will. Doch die Arbeit lohnte sich und das Verbandsmagazin traf den Nerv der Zeit. Als Sandra Schubert 2007 zur Initiative stieß, feierte die ProChip gerade den ersten Geburtstag. Bei ihrer ersten Jahresversammlung spürte die neue Kollegin: Hier passiert etwas. Die Energie und Begeisterung der Teilnehmer:innen ließ sich förmlich greifen. Die Chipkarte der deutschen Kreditwirtschaft war kein bloßes Bezahlmittel, sie war ein Versprechen. Jugendschutz, bargeldloses Bezahlen in Fußballstadien, die ersten Schritte in Richtung Kontaktloszahlung: Themen, die damals noch Zukunftsmusik waren. Die ProChip sollte all das sichtbar machen – als Sprachrohr der Initiative, als Brücke zwischen Branche und Politik, als Dokument einer Bewegung.



Zum damaligen Zeitpunkt sorgte eine Vielzahl an Initiative-Mitgliedern dafür, dass die GeldKarte an über 350 Schulen bundesweit zum Einsatz kam.

Mehr als Bezahlen – eine Frage der Teilhabe

Viele Jahre begleitete die ProChip das Thema Schulverpflegung. Schnell wurde klar, dass es dabei um weit mehr ging als um einen Anwendungsfall für bargeldloses Bezahlen. Heike Lange und Sandra Schubert besuchten Schulen, sprachen mit Ernährungsexpert:innen, Vertreter:innen des Deutschen Kinderschutzbunds und Politiker:innen. Ihr Anliegen: zeigen, dass die Chipkarte soziale Inklusion ermöglicht. Wer in der Mensa mit Karte zahlt, verrät nicht, ob das Mittagessen staatlich gefördert ist. Das war der Kern: eine Karte, die nicht nur zahlt, sondern diskret schützt. Für Fotoshootings fuhren sie in Schulen, weil Stockfotos nicht mehr zum Konzept des Magazins passten. Die ProChip wollte authentisch sein, nah an den Menschen, die hinter den Themen stehen.

„Man hat einfach gemerkt, wie dieses Netzwerk dahintersteht – und dass in der Payment-Branche Aufbruchstimmung herrscht.“

Sandra Schubert



2013

Ein neues Gesicht und ein neues Selbstverständnis

Sieben Jahre nach der ersten Ausgabe erschien die ProChip 2013 in einem komplett überarbeiteten Layout. Was auf den ersten Blick wie ein gestalterischer Schritt wirkte, war gleichzeitig ein inhaltlicher Aufbruch. Das frühere Format hatte seinen Wert, es war seriös, klar strukturiert und informationsreich. Aber es spiegelte nicht mehr wider, was die Initiative und ihr Magazin längst geworden waren: dynamisch, vernetzt, thematisch breit aufgestellt. Das neue Design sollte genau das sichtbar machen. Wiederkehrende Rubriken schufen Orientierung und Wiedererkennung. Authentische Bildmotive sorgten für Nahbarkeit und neue Farbwelten für einen zeitgemäßen Look.



Politische Gastbeiträge mit Weitblick

Das Magazin positionierte sich von Beginn an als ernst zu nehmendes Forum, in dem Politiker:innen als Zielgruppe angesprochen wurden, aber auch als Gesprächspartner:innen zu Wort kamen. Das Redaktionsteam hatte von jeher ein gutes Gespür dafür, welche Stimmen aus der Politik etwas zu sagen hatten und welche noch viel zu sagen haben würden. Über die Jahre gelang es der Redaktion, Politiker:innen für Gastbeiträge zu gewinnen, die einmal bedeutende Ämter übernehmen sollten. Dr. Danyal Bayaz etwa, der später Finanzminister in Baden-Württemberg wurde sowie Steffen Bilger, inzwischen Bundesminister für Verkehr. Oder Bettina Stark-Watzinger, die als FDP-Bundesbildungsministerin bekannt wurde. Und Florian Toncar, der als parlamentarischer Staatssekretär im Bundesfinanzministerium wirkte. Für die ProChip waren und sind die Gastbeiträge stets ein Qualitätsmerkmal.

„Es wird wirklich unterschätzt, wie viel Zeit, Kraft und Liebe in solch ein Medium fließen!“

Nicole Heyder



„Das war die Initiative ‚at its best‘, weil alle an einem Strang gezogen und wir damit sehr viel erreicht haben.“

Sandra Schubert

Wenn alle an einem Strang ziehen

Für Sandra Schubert und Heike Lange ist sie bis heute das persönliche Highlight ihrer Arbeit an der ProChip: die Sonderausgabe zur E-Mobilität im Jahr 2022. Das Thema war größer als das Magazin, es war ein Gemeinschaftsprojekt. Bundesverband E-Mobilität, kommunale Spitzenverbände, ADAC: Viele Organisationen zogen mit, um Kartenzahlung an öffentlichen Ladesäulen als Standard zu verankern. Die Ausgabe gab es auf Deutsch, Englisch und Französisch, sie lag im Deutschen Bundestag aus und erschien als Sonderbeilage in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ).



Sonderausgabe zur E-Mobilität 2022

„Es ist ein echtes Zeitdokument. Mit der ProChip noch einmal durch zwei Jahrzehnte Kartenzahlung zu gehen, ist Wahnsinn.“

Heike Lange

Geschäftsführerin der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.



Mit der Zeit gehen

Nach der Coronapandemie wechselte die ProChip vorübergehend ins Digitale – aus pragmatischen Gründen: weniger Veranstaltungen, andere Nutzungsgewohnheiten der Leser:innen, neue Vertriebswege. Die digitale Aufgabe überzeugte und bleibt auch künftig ein wichtiger Pfeiler für die Verbreitung. Dennoch ist die Rückkehr zum gedruckten Magazin eine bewusste Entscheidung. In einer von Bildschirmen geprägten Zeit bietet das gedruckte Magazin eine willkommene Pause. Es gibt den Leser:innen wieder etwas Hochwertiges an die Hand – zum Blättern, Verweilen und als Gesprächsöffner.



Was bleibt, was kommt

20 Jahre ProChip. 20 Jahre bargeldloses Bezahlen in Deutschland – von der GeldKarte und girogo bis zur girocard von heute. Die ProChip hat diesen Wandel nicht nur begleitet, sie hat ihn mitgestaltet. Für Nicole Heyder war dabei von Anfang an wichtig, dass die ProChip nicht in der Ecke der angestaubten, langweiligen Verbandsmagazine landet. Und das hat das Magazin geschafft. Was die ProChip auf keinen Fall verlieren darf? Die Adlerperspektive. Die vielen Stimmen. Den gesellschaftlichen Anspruch. Und das Herzblut, das jede Ausgabe trägt – seit der ersten Nummer.

Die Mitglieder

- Förderer:**
EURO Kartensysteme GmbH
Oliver Hommel
Solmsstraße 6, 60486 Frankfurt (Main)
www.eurokartensysteme.de
- REINER Kartengeräte GmbH und Co. KG**
Andreas Staiger
Baumannstraße 16–18, 78120 Furtwangen
www.reiner-sct.com
- Premiumpartner:**
Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller e. V.
Matthias Junkers
Konrad-Zuse-Ring 4, 41179 Mönchengladbach
www.bdta.de
- CCV GmbH**
Peter Flötner
Gewerbering 1, 84072 Au in der Hallertau
www.ccv.eu
- Computop Paygate GmbH**
Tim Albrecht
Schwarzenbergstraße 4, 96050 Bamberg
www.computop.com
- ecs electronic cash syländer gmbh**
Helmut Syländer
Aicht 5, 83137 Schonstett
www.sylaender.de
- First Data GmbH**
Jörg Stahl
Marienbader Platz 1,
61348 Bad Homburg v. d. Höhe
www.telecash.de
- Ingenico GmbH**
Jürgen Göbel
Daniel-Goldbach-Straße 17–19, 40880 Ratingen
www.ingenico.com/de
- NEXI Group**
Thomas Spreitzer
Helfmann-Park 7, 65760 Eschborn
www.nexigroup.com
- PAYMENTEXPERTS GmbH**
Thomas Binzer
Rupert-Mayer-Straße 44, Gebäude 64.07,
81379 München
www.paymentexperts.de
- PAYONE GmbH**
Jens-Gerd Schmidt
Lyoner Straße 15, 60528 Frankfurt (Main)
www.payone.com
- POS-cashservice GmbH**
Tobias Simon
Hohenbusch-Markt 1 b, 01108 Dresden
www.pos-cashservice.de

- S-Payment GmbH**
Kay Heidemann
Am Wallgraben 115, 70565 Stuttgart
www.s-payment.com
- SECO Northern Europe GmbH**
Stefan Eich
Schlachthofstraße 20, 21079 Hamburg
www.seco.com
- SIZ GmbH**
Dr. Beate Schmitz
Simrockstraße 4, 53113 Bonn
www.siz.de
- tobaccoland Automatengesellschaft mbH & Co. KG**
Alexandra Meister
Krahnendonk 121 a+b,
41066 Mönchengladbach
www.tobaccoland.de
- Verifone GmbH**
Michael Trinks
Seilerweg 2 f, 36251 Bad Hersfeld
www.verifone.com/de/de
- VR Payment GmbH**
Markus Solmsdorff
Platz der Republik 6, 60325 Frankfurt (Main)
www.vr-payment.de
- Partner:**
BOKU GmbH
Bo Kreter
Lister Straße 24, 30163 Hannover
www.bueroboku.de
- Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft e. V.**
Dr. Aris Kascheff
Universitätsstraße 5, 50937 Köln
www.bdv-vending.de
- Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e. V.**
Matthias Hönisch
Schellingstraße 4, 10785 Berlin
www.bvr.de
- Bundesverband deutscher Banken e. V.**
Matthias Lange
Burgstraße 28, 10178 Berlin
www.bankenverband.de
- Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands e. V.**
Claudia MacGregor
Lennéstraße 11, 10785 Berlin
www.voeb.de
- Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V.**
Mariana Velikova-Chausheva
Charlottenstraße 47, 10117 Berlin
www.dsgv.de

- Deutsche Tamoil GmbH**
Oliver Behrens
Alsterufer 5, 20354 Hamburg
www.hem-tankstelle.de
- Elavon/U.S. Bank Europe DAC**
Udo Schwerber
Lyoner Straße 36, 60528 Frankfurt (Main)
www.elavon.de
- epay I transact Elektronische Zahlungssysteme GmbH**
Jan Rübel
Fraunhoferstraße 10, 82152 Martinsried
www.epay.de
- equensWorldline SE & Co. KG**
Michel Bastin
Pascalstraße 19, 52076 Aachen
https://worldline.com/
- Ernst Kühner e. K.**
Peter Ehrl
Neuer Weg 11, 96450 Coburg
www.genussvollzug.de
- FEIG ELECTRONIC GmbH**
Klaus Orthofer
Industriestraße 1a, 35781 Weilburg
www.feig.de
- Giesecke+Devrient ePayments GmbH**
Daniela Smirnow
Prinzregentenstraße 161, 81677 München
www.gi-de.com
- Handelsverband Deutschland – HDE – e. V.**
Ulrich Binnebößel
Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
www.einzelhandel.de
- IDEMIA Germany GmbH**
Christopher Goulet
Konrad-Zuse-Ring 1, 24220 Flintbek
www.idemia.com
- LAVEGO AG**
Jan-Peter Knoop
Zielstattstraße 10 a, 81379 München
www.lavego.de
- Ostermeier GmbH & Co. KG**
Rudolf Ostermeier
Otto-Hahn-Straße 17, 85521 Riemerling
www.ostermeier.de
- Schulz Marketing & Sales**
Csaba Schulz
Boden 5, 6376 Emmetten (Schweiz)
www.schulz.swiss
- Thales DIS Deutschland GmbH**
Matteo Izzicupo
Werinherstraße 81, 81541 München
www.thalesgroup.com/en

- Basismitglieder:**
2m Advertising GmbH
Nadja Mumbächer
Budenheimer Weg 73, 55262 Ingelheim
www.2m-advertising.de
- Adson AS**
Markus Hövekamp
Rotermanni tn 6, 10111 Tallinn (Estland)
www.adson.eu
- Automatenland GmbH**
Moritz Haendel
Ikarusstraße 24, 40474 Düsseldorf
www.automatenland.shop
- Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH**
Michael Blümer
Bismarckstraße 122–124, 51373 Leverkusen
www.bayer04.de
- BE Bezahlexperten GmbH**
Milan Klesper
Bachemstraße 8, 50676 Köln
www.bezahlexperten.de
- Business Service Solution GmbH**
Neslihan Ortakasapbasi
Flößaustraße 22, 90763 Fürth
www.bssgmbh.com
- Card4Vend GmbH**
Torben Dankers
Wilhelmshöher Allee 157–159, 34121 Kassel
www.card4vend.de
- conomo GmbH**
Maximilian Zehfuss
Dieselstraße 3, 64807 Dieburg
www.conomo.de
- CPI Crane Payment Innovations International Ltd.**
Dr. Robert Hausleitner
Emil-Dietz-Straße 10, 65201 Wiesbaden
www.cranepi.com/de
- DG Nexolution eG**
Ralf Nicklas
Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden
www.dg-nexolution.de
- EDV-Service Schaupp GmbH**
– Teil der ParentPay Group –
Michael Radic
Gansäcker 25, 74321 Bietigheim-Bissingen
www.edv-schaupp.de
- ENGELTEC GmbH & Co. KG**
Ulli Engel
Siemensstraße 21, 74343 Sachsenheim
www.engeltec.de
- FHDS Solutions & Services GmbH**
Franz Schraml
Jacobsenweg 51–59, 13509 Berlin
www.fhds-gmbh.de
- Frankfurter Sparkasse**
Michael Mücke
Neue Mainzer Straße 47–53,
60255 Frankfurt (Main)
www.frankfurter-sparkasse.de

- Future Payments GmbH**
Martin Damaszek
Eiffestraße 598, 20537 Hamburg
www.future-payments.de
- Hamburger Sparkasse AG**
Anna Fender
Dammtorstraße 1, 20354 Hamburg
www.haspa.de
- ibi research an der Universität Regensburg GmbH**
Dr. Georg Wittmann
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg
www.ibi.de
- Karl Gengenbach GmbH & Co. KG**
Oliver Gengenbach
Aschenhausweg 4, 74523 Schwäbisch Hall
www.gengenbach-sha.de
- KlarVerwaltung GmbH**
Frank Liebisch
Schönfelder Weg 23–31, 16321 Bernau
www.kassen-gobd.de
- Kreissparkasse Köln**
Marcus Schmitter
Neumarkt 18–24, 50667 Köln
www.ksk-koeln.de
- Kreissparkasse Ludwigsburg**
Konstantin Chatzis
Schillerplatz 6, 71638 Ludwigsburg
www.ksklb.de
- Kurt A. Behrmann Wäschereimaschinen und Reinigungsanlagen GmbH**
Sven Kröger
Gustav-Adolf-Straße 66, 22043 Hamburg
www.behrmann.de
- MCS MICRONIC Computer Systeme GmbH**
Michael Pfeil
Geneststraße 5, Aufgang E, 10829 Berlin
www.mcsberlin.de
- OPC cardsystems Gesellschaft für mobiles Bezahlen mbH**
Klaus Dieter Schömer
Diedenhofener Straße 22, 54294 Trier
www.opc.de
- Pagateq – eine Marke der VÖB-ZVD Processing GmbH**
Stefan Motzer
Alemannenstraße 1, 53175 Bonn
www.pagateq.com
- palmline GmbH**
Peter Palm
An der Krummen Lake 8, 12559 Berlin
www.palmline.de
- Publik. Agentur für Kommunikation GmbH**
Barbara König
Havellandstraße 12, 68309 Mannheim
www.agentur-publik.de
- REMONDIS Recycling GmbH & Co. KG**
Marc Herrmann
Econova-Allee 33, 45356 Essen
www.remondis-recycling.de

- S&Z Elektronik GmbH**
Peter Polak
Im Gotthelf 7, 65795 Hattersheim am Main
www.suz-elektronik.de
- SCHMIDT GmbH – Maschinen & Gerätebau**
Ulf Schmidt
Draisstraße 2, 77933 Lahr
www.schmidtsysteme.de
- SCHWARZ Computer Systeme GmbH**
Manfred Schwarz
Altenhofweg 2 a, 92318 Neumarkt
www.schwarz.de
- SECANDA Systems AG**
Ulf Bernstorff
Marienstraße 10,
78054 Villingen-Schwenningen
www.secanda.com
- Sielaff GmbH & Co. KG – Automatenbau Herrieden**
Thomas Zottmann
Münchener Straße 20, 91567 Herrieden
www.sielaff.de
- Sparkasse KölnBonn**
Michael Schedletzky
Hahnenstraße 57, 50667 Köln
www.sparkasse-koelnbonn.de
- Städtische Werke Überlandwerke Coburg GmbH**
Christian Borowski
Bamberger Straße 2–6, 96450 Coburg
www.suec.de
- stadtraum GmbH**
Sonja Günther
Rissenkamp 30, 58739 Wickede (Ruhr)
www.stadtraum.com
- Stadtsparkasse München**
Peter Galgoczy
Sparkassenstraße 2, 80331 München
www.sskm.de
- Vendcult GmbH & Co. KG**
Tore Schreiert
Alter Teichweg 63, 22049 Hamburg
www.vendcult.com
- Volksbank Mittelhessen eG**
Marcus Sann
Schiffenberger Weg 110, 35394 Gießen
www.vb-mittelhessen.de
- Volksbank Plochingen eG**
Torsten Schwarz
Am Fischbrunnen 8, 73207 Plochingen
www.volksbank-plochingen.de
- xfach GmbH**
Bernd Pfeiffer
Alsfelder Straße 19, 35305 Grünberg
www.xfach.de
- ZIIB Zahlungssysteme GmbH**
Nicole Groß
Otto-Suhr-Allee 144, 10585 Berlin
www.ziib.de



Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Vereint für modernes Bezahlen in Deutschland

Gegründet im Jahr 2005, vertritt die Initiative Deutsche Zahlungssysteme als Verband die Interessen von rund 80 Unternehmen. Zu ihren Mitgliedern zählen unter anderem Unternehmen und Institutionen aus den Bereichen Terminalherstellung, Software, Automaten, Netzbetrieb, Payment Service Provider, Kreditinstitute sowie Verbände und Unternehmen, die ein digitales, elektronisches und kartenbasiertes Bezahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft (DK), insbesondere das girocard-System, akzeptieren oder die hierfür notwendige Infrastruktur bereitstellen. Gemeinsam vertritt das Netzwerk eine zentrale Botschaft: Vereint für modernes Bezahlen in Deutschland. Dabei versteht sich die Initiative in ihrem Engagement nach innen als Netzwerk für Mitgliedsunternehmen und nach außen als Sprachrohr gegenüber Politik und Öffentlichkeit:

In ihrer Funktion als Netzwerk für ihre Mitgliedsunternehmen und -institutionen fördert die Initiative die Kommunikation und den Austausch von Erfahrungen und

Informationen zwischen Mitgliedern. Dabei ist eine enge Zusammenarbeit das zentrale Element der Vereinsarbeit. Damit der Verein seine Interessen bestmöglich vertreten kann, wird Kommunikation auf verschiedenen Ebenen betrieben: durch den direkten Dialog der Initiative mit den Mitgliedern sowie den konkreten fachlichen Austausch zwischen einzelnen Mitgliedern. Zudem begleiten wir die Entwicklung neuer Einsatzmöglichkeiten und innovativer Lösungen, initiieren Pilotprojekte und unterstützen bestehende Aktivitäten unserer Mitglieder, insbesondere in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation.

Als Sprachrohr gegenüber Politik und Öffentlichkeit setzt sich die Initiative für die Interessen ihrer Mitglieder auf deutscher und europäischer Ebene ein. Dabei kann sie auf ein breites Netzwerk von Unterstützer:innen im politischen und gesellschaftlichen Raum zurückgreifen. Ihr Ziel ist es, Diskussionen von gesellschaftspolitischer Relevanz anzustoßen und damit einen Beitrag zur Gestaltung des modernen Bezahlens der Zukunft zu leisten. //

Impressum

Herausgeber
Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.

V. i. S. d. P.
Ingo Limburg

Kontakt
Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.
Telefon 030 509 313 300
E-Mail info@initiative-dz.de
www.initiative-deutsche-zahlungssysteme.de

Redaktion
Jessica Henke – EURO Kartensysteme GmbH
Pierre Du Bois – Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V.
Barbara König, Eva Pflästerer – Publik. Agentur für Kommunikation

Gastautor:innen und Mitwirkende dieser Ausgabe
Oliver Behrens, Verena Bentele, Ulrich Binnebösel, Nils Deichner, Roland Ermer, Hella Fuhrmann, Dr. Moritz Heuberger, Nicole Heyder, Oliver Hommel, Philipp Hübner, Prof. Dr. Dennis-Kenji Kipker, Christopher Kirsch, Heike Lange, Tanja Müller-Ziegler, Dr. Katja Muñoz, Susanne Raupbach, Prof. Dr. René Repasi, Dirk Schrader, Sandra Schubert, Tobias Simon, Thomas Spreitzer, Dr. Stephan Weber, Prof. Dr. Carolin Zeller

Auflage
1.500 Stück

Anzeigen
girocard, REINER SCT

Konzeption und Design
2m Advertising GmbH
www.2m-advertising.de

Produktion/Druck
Druckerei Lindemann, www.lindemann.rocks

Bildnachweis
Firefly/2m (Titelseite), Magnific AI/2m (S. 5, 16, 17, 26, 41, 45), Euro Kartensysteme GmbH (S. 4, 5, 8, 9, 11, 28), Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (S. 15, S. 33), Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik (S. 16), René Repasi (S. 18), iStock: cristi_m (S. 18), Inga Haar (S. 20), wero-wallet.eu (S. 4, 22), cyberintelligence.institute (S. 24), Deutsche Bundesbank (S. 26), girocard/Studio Voltaire (S. 28), Deutsche Tamoil GmbH (S. 32), Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. (S. 32), Adyen N.V. (S. 32), EHI Retail Institute GmbH (S. 33), NEXI Germany GmbH (S. 33), POS-cashservice GmbH (S. 33), gettyimages: Westend61 (S. 34), ibi research an der Universität Regensburg GmbH (S. 35), von Beust & Coll. Beratungsgesellschaft mbH & Co. KG (S. 40), iStock: 515646274 (S. 42), Nicole Heyder (S. 42), Sandra Schubert (S. 42), Mumbächer Fotografie (S. 43), Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. (S. 45)



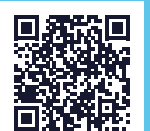
GEMEINSAM FÜR WIRTSCHAFTLICHE UNABHÄNGIGKEIT.

Digitale Unabhängigkeit beginnt beim Payment.

Als unabhängiges und sicheres Zahlungssystem stärkt girocard unseren Finanzmarkt, reduziert Entgelte und schafft Resilienz. Sie wird getragen von Kreditwirtschaft, Handel sowie Netzbetrieb und sichert die Wertschöpfung in Deutschland.

Bezahlen
MADE IN
GERMANY.

MEHR INFOS





Initiative Deutsche
Zahlungssysteme e.V.

Initiative Deutsche Zahlungssysteme e.V. | www.initiative-deutsche-zahlungssysteme.de
Telefon 030 509 313 300 | E-Mail info@initiative-dz.de

