



Hanno Bender, Volljurist und Journalist (seit Mai 2014 Leiter des Ressorts „Recht und Politik“ bei der Lebensmittel Zeitung), hat die Feiertage „zwischen den Jahren“ genutzt, um sich den „wirklich wichtigen Fragen des Lebens“ zu widmen. Am 7. Januar war es soweit und er veröffentlichte auf seinem BargeldlosBlog seine **„100 Fragen an die Payment-Branche 2019“** – und meinte, dass es wohl im laufenden Jahr „vielleicht die ein oder andere Antwort“ aus dem Payment-Markt darauf geben wird. Na, dann wollen wir den Anfang machen: Susanne, Christian und ich haben uns Hannos „100 Fragen an die Payment-Branche 2019“ vorgenommen und – nicht immer ganz ernst gemeinte – Antworten gegeben. Brainstorming eben.

Viel Spaß! ☐



100 Fragen an die Payment-Branche 2019 – wie alles begann

QUELLE: <http://www.bargeldlosblog.de/100-fragen-an-die-payment-branche-2019/>

100 Fragen an die Payment-Branche 2019

Veröffentlicht am 7. Januar 2019 von Hanno Bender

“ Was bringt das Jahr 2019 der Payment-Branche? Keine Ahnung, aber Fragen gibt es genug. Statt eines Blicks in die Glaskugel daher mal wieder: Fragen, Fragen, Fragen. 100 – wahllose und nicht immer ganz ernst gemeinte – Fragen auf die der Payment-Markt in den kommenden zwölf Monaten vielleicht die eine oder andere Antwort geben wird. Unstrukturiert, ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Ein Brainstorming.

Unsere Antworten auf Hannos 100 Fragen an die Payment-Branche 2019

“ Von Apple Pay & Co. ...

1. Bringt Apple Pay den „Durchbruch für mobile Payment“ in Deutschland? Wie sieht dieser „Durchbruch“ aus?

Frank: Apple Pay wird mobile Payment insgesamt voranbringen, auch die Android-basierten Verfahren. Das liegt an dem riesigen Medienhype, den Apple – wie kaum ein anderer – seit Jahren erzeugt. Seit dem Deutschland-Launch habe ich selbst erlebt, dass man nicht mehr ganz so mitleidig angesehen wird, wenn man die Watch ans Terminal hält. Der Blick in andere Länder zeigt jedoch, dass mobile Payment durch Apple Pay zwar gepusht wurde – von einem echten Durchbruch wird man aber noch nicht sprechen können.

Susanne: iPhones haben einen Marktanteil in Deutschland von unter 20%. Die Masse wird daher eher mit Google Pay erreicht. Man darf den Halo-Effekt von Apple aber nicht unterschätzen, weil Apple oft die Trends setzt. Allerdings hat Deutschland eine eher ältere Bevölkerung, von denen viele kein Smartphone haben (möchten). Ich glaube daher, der “Durchbruch” für mobile Payment wird länger dauern, als wir glauben. Wer jetzt aber nicht mitmacht oder keinen langen Atem hat, wird langfristig abgehängt.



2. **Werden sich die Sparkassen und die genossenschaftlichen Institute dem Druck beugen und ihren Kunden auch Apple Pay anbieten?**

Frank: Ich gehe davon aus, dass einzelne Sparkassen und genossenschaftliche Institute mitziehen müssen. Die transaktionsbasierten Daten sind sehr wertvoll, wenn man weiß, was man damit anstellen möchte. Am POS zahle ich nur dann noch mit girocard, wenn das Terminal nicht NFC-ready ist (was jedenfalls in den Städten kaum noch vorkommt), oder nur “EC-Karte” akzeptiert wird (was leider noch häufiger der Fall ist). Im eCommerce zahle ich mit PayPal, Apple Pay oder direkt mit Kreditkarte. Mein kontoführendes Bankinstitut (noch eine Sparkasse) bekommt damit kaum noch Transaktionsdaten von mir. Das Bezahlen mit Apple Pay, insbesondere mit der Watch, macht mir Spaß und ist bequem. Die Sparkassen werden sich dem Willen des Nutzers beugen müssen, um ihn nicht zu verlieren.

Die Frage ist jedoch, ob die Sparkassen und genossenschaftlichen Institute auch die girocard für Apple Pay freigeben werden. Aufgrund der niedrigen Margen im girocard-Bereich dürfte Apple den Großteil der (wenn nicht die gesamte) Marge abschöpfen. Aus ökonomischen Gesichtspunkten wäre das dann wenig attraktiv. Allerdings würden die Sparkassen und genossenschaftlichen Institute zumindest die Transaktionsdaten der Nutzer weiter erhalten. In diesem Zusammenhang lohnt sich der [FinTech-Podcast #183 von Payment & Banking](#), in dem der geschätzte Kollege Siegert eine viel fundiertere Einschätzung zur Zukunft von Apple Pay vornimmt, als ich das kann.

Susanne: Ich glaube nicht, dass sie ihre Entscheidung ändern. Dafür gibt es (leider) auch zu viele Vorbehalte gegenüber Neuerungen und den Glauben, dass die eigenen Kunden das eigentlich auch nicht wollen.

3. **Stimmen die kolportierten Zahlen, laut denen Apple allein für das Onboarding 20 bzw. 30 Mio. Euro von den großen Institutsgruppen verlangt?**

Frank: Hier fehlt mir der Einblick.

Susanne: Das wäre doch eine Frage für die nächste Apple-Hauptversammlung, oder? ☐

4. **Wird der DSGVO eine Kartellbeschwerde in Brüssel oder Bonn einreichen, weil Apple die NFC-Schnittstelle nicht für andere mPayment-Lösungen freigibt?**

Frank: Der DSGVO ist rechtlich sicherlich gut beraten. Wenn eine Beschwerde Aussicht auf Erfolg hätte, kann ich mir vorstellen, dass der DSGVO hierüber nachdenkt. Der Blick über den Tellerrand hinaus zeigt jedoch, dass auch



Apple sich zu wehren weiß. Ich verweise auf die rechtlichen Auseinandersetzungen in Australien.

5. **Wird Apple die NFC-Schnittstelle freiwillig freigeben? Wird die Hölle zufrieren?**

Frank: Apple wird die Schnittstelle nur dann öffnen, wenn sie hierzu rechtlich verpflichtet sind. Warum sollte Apple ein Teil seiner “Heiligen Kuh” freiwillig opfern? Apples Geräte laufen stabil und es gibt viel weniger IT- (Sicherheits)Probleme als auf Geräten anderer Hersteller. Das liegt vor allem daran, dass Hardware und Software aus einer Hand kommen. Als langjähriger Apple-Nutzer kann ich sagen, dass ich noch kein einziges IT- (Sicherheits)Problem hatte.

Als Nutzer würde ich mir eine partielle Öffnung der NFC-Schnittstelle dennoch wünschen. Anbieter wie z.B. die [Authada GmbH](#) bieten eine sehr einfache und schnelle Lösung an, sich über eID zu identifizieren. Die Lösung nutzt die NFC-Technologie. Als Apple-Nutzer kann ich die eID-Lösung leider nicht verwenden. Das finde ich schade. Würde ich deshalb zu Android wechseln? Nein, da friert eher die Hölle zu! ☐

6. **Wann zündet Apple die nächste Raketenstufe von Apple Pay und verteilt eigene Akzeptanzverträge für Apple Pay?**

Frank: Ich halte es kurzfristig nicht für wahrscheinlich, dass Apple Acquirer wird. Der damit verbundene (regulatorische) Aufwand dürfte die Vorteile, selbst Acquirer zu sein, wohl überwiegen. Aber wer weiß? Die Verkaufszahlen der neuen iPhones liegen unter den Erwartungen und Apple wird sich über kurz oder lang andere Ertragsquellen suchen (müssen). Diese dürften aber eher im Content- / Streaming-Bereich liegen. Apple hat sich von Spotify und Netflix abhängen lassen. Ich bin mir sicher, dass Apple hier Boden gutmachen möchte und wird.

7. **Wann kickt Apple überflüssig gewordenen Steigbügelhalter aus der Wertschöpfungskette?**

Frank: Auch hier verweise ich auf den [Podcast #183 von Payment & Banking](#). Jochen Siegert warnt davor, dass die Marken der im Apple Wallet befindlichen Karten zwar noch sichtbar seien. Diese Sichtbarkeit könne jedoch im Laufe der Jahre abnehmen. Das kann dazu führen, dass die Marke verblasst und in den Hintergrund gerät. Fragt man Personen, wie sie genau bezahlt haben, werden sie vermutlich antworten: “Mit Apple Pay” und nicht “mit der Debit- / Kreditkarte der XYZ”.



8. Werden die Kartellbehörden gegen Apples „digitale Wegelagerei“ aktiv?

Frank: „Digitale Wegelagerei“ finde ich zu zugespitzt. Apple (wie auch andere Technologieunternehmen) nutzt die neuen Technologien, um bestehende Prozesse zu vereinfachen und „Probleme“ der Kunden zu lösen oder zu vereinfachen. Apple Pay verwendet das Authentifizierungsverfahren *Consumer Device Cardholder Verification Method*, kurz CDCVM. Mit diesem Verfahren wird mittels Fingerabdruck-Scanner oder Kamera die Identität der Person bestätigt, sodass keine PIN mehr eingegeben werden muss. Das ist zugleich der gravierende Unterschied zu einer Plastikkarte, mit der ich ab 25 Euro die PIN eingeben muss (und ich mich **als Nutzer** über Sinn und Unsinn von kontaktlosem Bezahlen wundere, wenn ich das Terminal dann doch wieder anfassen muss...).

Ob die Kartellbehörden gegen Apple vorgehen werden, kann ich nicht sagen. Hierzu müsste man alle Details kennen.

9. Wird „Girocard Mobile“ ein Erfolg?

Frank: Ich bin Apple-Nutzer, für mich also nicht.

10. Haben nationale Kartensysteme bzw. Payment-Lösungen / Kartensysteme überhaupt noch eine Zukunft?

Frank: Nur dann, wenn Sie sich öffnen und ihren Kunden die Nutzung neuer Technologien ermöglichen.

11. Bricht der „doom of domestic schemes“ in 2019 an?

Frank: Global betrachtet ist das vermutlich schon vor ein paar Jahren passiert. Für Deutschland und die girocard glaube ich das aber (noch) nicht. Die EC-Karte geht weit zurück und ist in Deutschland tief verwurzelt (wenn ich mich nicht irre, sind ca. 100 Mio. EC-Karten in Umlauf). Apple Pay und Google Pay werden es 2019 nicht schaffen, die girocard vom Thron zu stoßen. Dennoch wird es die girocard, wie alle anderen lokalen Schemes, mittel bis langfristig schwer haben, sich gegen globale Schemes durchzusetzen. Der Kunde sucht – auch im Payment – einfache, bequeme und kostengünstige Lösungen.

Damit sich eine Scheme langfristig durchsetzen kann, muss es ein Problem des Nutzers lösen oder zumindest vereinfachen. Die girocard ist kostengünstig. Das ist jede andere Karte für mich **als Nutzer** aber auch. Nun frage ich mich: Welches Problem löst die girocard (mobile) für mich **als Nutzer**? Ich möchte keine Terminals mehr anfassen oder PINs eingeben müssen. Dass der Händler niedrigere Kosten bei einer girocard-Transaktion



hat, ist mir **als Nutzer** doch egal. Der Händler wird die niedrigeren Transaktionskosten umgekehrt auch nicht an mich weitergeben. Als **Nutzer** würde ich mich freuen, wenn ich meine Sparkassen-girocard im Apple Wallet hinterlegen könnte. Dafür wäre ich auch bereit – wie zum Beispiel bei boon – ein moderates monatliches Entgelt zu bezahlen. Zieht meine Sparkasse nicht mit, werde ich mittelfristig zu einer anderen Bank wechseln (müssen), bei der das möglich ist.

12. **Wer profitiert von den neuen Partnerschaften? Alle? Win-Win-Win-Win?**

Frank: Der Nutzer auf jeden Fall. Mastercard und Visa gewinnen immer. Apple dürfte ordentlich mitverdienen. Nicht-Partner werden mittelfristig damit leben müssen, Kunden zu verlieren. Niemand möchte außen vor sein. Wenn andere Banken das bessere Paket anbieten, dann gehe ich als Kunde eher dort hin. Erste Zahlen nach dem Launch von Apple Pay zeigen bereits, dass Apple Pay-Partner einen großen Zuwachs verzeichnen können. Ich weiß nicht, wann ich zuletzt in einer Sparkassenfiliale war, ein Darlehen auf-, oder eine Beratungsleistung in Anspruch genommen habe. Selbst bei der Baufinanzierung war die Sparkasse sehr unflexibel, weshalb ich zu einer Privatbank gegangen bin. Vor diesem Hintergrund fragt man sich als Kunde, wofür man eigentlich Kontoführungsentgelte bezahlen soll.

13. **Wird Google Pay ein Erfolg?**

Frank: Dazu kann ich wenig sagen, ich nutze Google Pay nicht. In einem Gastbeitrag auf Payment & Banking hat Klaus Igel sich mit den mobilen Bezahlösungen detailliert auseinandergesetzt. Sehr lesenswert. Immerhin hat Android den größten Marktanteil in Deutschland. Insofern spricht einiges dafür, dass Google Pay eine gewisse Signifikanz erreichen könnte.

Susanne: Kommt darauf an, wie gut die User Experience ist. Einfaches Onboarding? Einfache Nutzung? Hohe Akzeptanz und damit Relevanz im Alltag? Wenn das alles stimmt, glaube ich, dass Google Pay ein Erfolg wird. Ob das alles gegeben ist, kann ich nicht sagen (bin Apple-Nutzer).

14. **Wer profitiert am Ende von Partnerschaften im Stil von Google/Mastercard/PayPal/Old-Economy-Kreditinstitut?**

Susanne: Wer am besten verhandelt?

Nein, ich glaube, das Problem ist, dass im Moment noch nicht absehbar ist, wie sich die Zahlungslandschaft entwickelt. Beispiel: Sind strategische Kooperationen mit den Schemes sinnvoll, weil wir bald in einer



Kartenbezahlwelt leben werden? Ist das sogar dann sinnvoll, wenn der Anbieter selber dadurch finanzielle Einbußen hat, aber relevant bleibt? Oder wird es durch Open Banking zu einem Revival des Bankkontos kommen und Karten irrelevanter werden? Wer sich auf Partnerschaften mit den Schemes konzentriert hat, mag dann aufs falsche Pferd gesetzt haben.

Frank: Alle werden profitieren, soweit sie offen für neue Pfade sind und voneinander lernen. Verlierer werden die Player sein, die Geld in die Besitzstandswahrung investieren und nicht mit dem Markt gehen.

15. Wenn Kooperationen im digitalen Zeitalter der Schlüssel zum Erfolg sind, wer macht bei wem am Ende das Licht aus und schließt die Tür für immer zu?

Susanne: Die globalen Player bei den nationalen.

Frank: Globale Player kommen und gehen. Technologien kommen und gehen. Langfristig erfolgreich werden Player sein, die mutig genug sind, sich zu kannibalisieren, um neue Wachstumsmärkte zu bedienen. Es sind schon viele Global Player verschwunden. Hiervon sind auch Apple oder Google nicht gefeit. Nationale Player werden schneller von der Bildfläche verschwinden, sofern sie sich nicht öffnen.

16. Wenn alle Bankkonten bei Apple, Amazon oder Google liegen, wird John of us uns noch erlauben, QualityLand, The Circle, 1984 und/oder Brave New World zu bestellen?

Susanne: Ich denke schon. Denn sobald das nicht mehr so wäre, würde es sofort interessante Wettbewerber geben, die Zahlungen außerhalb des "Circles" erlauben.

Frank: Es wird nicht soweit kommen, dass alle Bankkonten bei GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple) liegen. Ich bezweifle auch, dass GAFA das möchte. Das aktuelle Setup ist für GAFA doch viel attraktiver: Die kosten- und compliance-intensiven Konten werden von anderen bereitgestellt. GAFA setzen ihre Produkte einfach zwischen Banken und Kunden und schöpfen so nicht nur die Margen ab, sondern erhalten auch noch wertvolle Nutzerdaten. Selbst wenn GAFA aber sämtliche Konten halten würden, wäre das nicht das Ende der Welt. Solange wir eine funktionierende Marktwirtschaft haben, werden innovative Unternehmen mithilfe neuer Technologien den Markt erobern und für Konkurrenz sorgen.

17. Wird bluecode ein Erfolg?

Susanne: Wenn bluecode seinen Kunden einen Mehrwert liefert und ein Bedürfnis erfüllt? Ja. Solange es nur



darum geht, gegen etwas zu sein (Nicht-Amerikaner), wird das nicht reichen. Das hat schon bei paydirekt nicht funktioniert.

Frank: Gegenfrage: Welchen Mehrwert bietet bluecode im Vergleich zu Apple Pay und Google Pay?

18. **Wie viele mobile Payment-Lösungen verträgt der Markt? Das Kassenspersonal?**

Susanne: Kommt auf die Integration an. Solange die Kassensoftware alles automatisiert macht, ist es gleich, wie die Karte / Token angeboten wird.

19. **Kann ich das Bargeld noch mal sehen?**

Susanne: Fast jeder Zweite in Deutschland zahlt laut Statistik der Bundesbank vom Februar 2018 an der Kasse noch mit Bargeld. Auch wenn der Trend zu weniger Bargeld geht, wird es das in 2019 noch geben.

Lieber Hanno, einfach die Menschen vor und hinter Dir in der Kassenschlange mal ansprechen. Sie zeigen Dir bestimmt noch mal welches. ☐

Frank: Hoffentlich nicht – wenn es nach mir geht. Aber so schnell werden wir das lästige Bargeld wohl nicht los. Umkehrt werden Händler aber auch Kunden los, wenn sie nur Bargeld anbieten.

Christian: Ja, Du kannst Bargeld noch einmal sehen: bei dem Durchschnittsdeutschen, und zwar genau 103 Euro (November 2017; <https://de.statista.com/infografik/11997/bargeldbestand-der-bevoelkerung-in-der-eurozone/>)

“ ... über Instant Payments...

20. **Werden Instant Payments 2019 bereits eine größere Rolle spielen? In welchen Anwendungsfeldern („Use Cases“)?**

Christian: Instant Payments werden bereits in 2019 eine größere Rolle spielen. Die Hauptanwendungsfälle werden Zahlungen zwischen Unternehmern sein, bei denen eine schnelle Zahlungsdurchführung eine besondere Bedeutung hat (z.B. wenn der Zahlungsempfänger irgendeine Gegenleistung erbringen muss, die von dem Zahlungseingang bei ihm abhängt).



Frank: Am POS wird Instant Payment vorerst keine Relevanz haben, da es im Vergleich zur Kartenzahlung (noch) zu langsam ist.

21. Werden die Gebühren für IP auf ein vertragliches Niveau sinken?

Christian: Im B2B-Umfeld wird der Wettbewerbsdruck für ein Absinken der Entgelte für IP sorgen. Im B2C-Umfeld werden die Entgelte auf einem hohen Niveau bleiben, weil die Kreditinstitute versuchen werden, im Zahlungsverkehr profitabler zu werden. Gelingen wird dies nicht, weil IP bei Verbrauchern keine große Rolle spielen wird.

Susanne: ...außer es kommt ein Startup mit einer Killer-App, die IP am POS und im eCommerce erlaubt. Dann könnte es relevant werden. Das große Problem ist aber, dass es noch nicht alle Banken anbieten. Wenn IP flächendeckend ausgerollt wäre, könnte es zu einer Kartenkonkurrenz werden.

Frank: Ich stimme Christian zu: im B2B-Bereich kann Instant Payment Sinn machen. Im B2C-Bereich wird es keine Relevanz haben. Am POS wird es aufgrund der im Vergleich zur Kartenzahlung viel längeren Autorisierung des Zahlungsvorgangs keine Relevanz bekommen.

22. Kommen die „händler-basierte Instant Payments am POS“ (Happy HIPPOS) zum Fliegen?

Christian: Im Jahr 2019 werden HIPPOS nicht zum Fliegen kommen, weil es für den Kunden keinen Grund gibt, plötzlich ein anderes Zahlungsinstrument zu nutzen, das für den Kunden nur Nachteile, aber keine Vorteile hat. HIPPOS können ein Erfolg werden, wenn der Handel den Kunden einen Grund dafür liefert, sie zu nutzen.

Frank: ...und genau daran werden die HIPPOS scheitern. Der Handel wird Preisvorteile nicht an den Endkunden weitergeben. Die Zeiten, in denen man Preisvorteile bekommen hatte, wenn man auf Kartenzahlungen verzichtete und stattdessen bar bezahlte, sind vorbei.

23. Können Nilpferde fliegen?

Christian: Ja, natürlich. Am liebsten rückwärts
(<http://www.spiegel.de/panorama/mobilitaet-nilpferde-fliegen-rueckwaerts-a-125163.html>).

24. Wie fühlt sich der Pilot eines Gedankenmodells? Kommen Instant Payments überhaupt zum



Fliegen? Am POS? Wer trägt die Kosten der Transaktionen? Wer kümmert sich um Marketing, Rules & Regulation, Service-Hotline, Charge Backs bei den neuen IP-Schemes?

Christian: Das sind viele Fragen auf einmal: Instant Payments werden zumindest in der näheren Zukunft ein Produkt vor allem für Firmenkunden sein. Weil das so ist, müssen die Scheme Rules aus einer Quelle kommen, der (konservative) Unternehmen vertrauen. Das sind (zumindest derzeit noch) die Kreditwirtschaft und der Staat. Die Kosten trägt der, der von Instant Payments profitiert. Das wird in jedem Fall nicht der Verbraucher sein.

25. Kann die EZB mit Rückendeckung aus Brüssel ein Paymentscheme in den Markt drücken bzw. einen Wettbewerbsrahmen eröffnen, der solchen Verfahren einen Lebensraum eröffnet? Oder bleibt das alles auf dem grünen Tisch liegen – als Gedankenmodell eben?

Susanne: Der Anfang ist gemacht. Und IP kam schneller als gedacht. Vor zwei Jahren gab es nur Pläne, nun sind sie Realität. Das hat sich eigentlich überraschend schnell entwickelt. Was fehlt, ist eine relevante Anwendung. Die muss für den Verbraucher so bequem und cool und einfach wie eine Karte sein und für den Händler (POS und online) etwas kostengünstiger als eine Kreditkartenzahlung. Ideal wäre dann noch ein großer Händler, wie z.B. Amazon, der das System anbietet. Dann haben wir eine Kreditkartenkonkurrenz, wie von der EZB gewünscht. Nur machen da eigentlich die Banken mit? Oder verdienen sie an den Kreditkartengebühren besser als an einem eigenen System, auch wenn es das Girokonto wieder relevanter machen würde?

Frank: In einer Planwirtschaft könnte das vielleicht funktionieren. Instant Payment löst kein einziges Problem für den Kunden. Im eCommerce schätzen viele Käufer den Käuferschutz von PayPal. Wer Freunden Geld senden möchte, macht das mit PayPal (über Siri und hoffentlich bald auch mittels Apple Pay Cash). Entgelte werden von Verbrauchern nicht genommen. Warum also sollten Verbraucher IP im eCommerce nutzen? Möchte man das Terminal noch anfassen, vor allem in der Grippezeit ☹️? Ich nicht.

Eine IP-Transaktion am POS dürfte mindestens 8 Sekunden (für die Konto-zu-Konto-Buchung) plus die Bearbeitungszeit dauern, bis die Konto-zu-Konto-Buchung am POS bestätigt wird. Möchte man sich das antun, nachdem man ohnehin schon in der Kassenschlange stand? Schließlich müsste IP technisch reibungslos funktionieren. Das geht aber nur, wenn das Scheme aus einer Hand kommt. Letzteres halte ich für nicht umsetzbar in Deutschland.

26. Wer außer dem Handel und den GAFA + Alibaba & WeChat bringt ein neues Zahlverfahren an den Kunden?



Christian: Da wird es viele geben, die es versuchen. Die Frage ist aber, wer damit Erfolg hat. Zumindest in Deutschland wird es eng werden für andere Unternehmen als die Etablierten und der Handel. Vielleicht sehen wir auch ein paar lokale Zahlverfahren (z.B. City Cards), die ja unter bestimmten Voraussetzungen keine Erlaubnis brauchen.

27. Werden Instant Payments - dank der politischen Rückendeckung viel bedeutsamer als gedacht? Der Standard? Läuten IPs das Ende der Kreditkarten ein?

Susanne: Es wäre möglich, aber ich sehe es noch nicht. Was außer dem oben Gesagten noch fehlt, ist eine globale Ausrichtung.

Frank: Nein, siehe oben.

“ ... klassischen Zahlverfahren ...

28. Wie entwickelten sich die Umsatzanteile der Zahlarten am POS in 2018?

Christian: Vermutlich nicht viel anders als in 2017. Genauer weiß es [Hugo Godschalk](#) von PaySys ☐

29. Was wird aus dem elektronischen Lastschriftverfahren (ELV), wenn der Kunde mehr und mehr kontaktlos zahlt und „dick Schiffe“ wie Kaufland, Rewe und Aral den Sirengesängen Gebührensenkungen der Banken nachgeben und vom Mischverfahren ELV/Girocard auf reine Girocard-Akzeptanz umsteigen?

Christian: Die Zahlung mittels Lastschrift am POS wird sich in näherer Zukunft nicht signifikant ändern. Die Umsatzvolumina bei Kontaktloszahlungen sind derzeit einfach zu gering. Zudem werden auch viele Kontaktloszahlungen am Ende mittels Lastschrift abgerechnet (z. B. Payback Pay oder Google Pay). Die Frage ist eher: Was genau definieren wir in Zukunft als ELV? Ist Google Pay eine Kreditkartenzahlung (weil PayPal mir eine virtuelle Kreditkarte gegeben hat, ohne dass ich es gemerkt habe) oder eine Lastschriftzahlung (weil mein Bankkonto bei Google Pay immer per Lastschrift belastet wird)?

Die girocard wird ELV auch in 2019 nicht umbringen.



30. **Steigen die Anteile der Kreditkarten, weil nun alle mobile zahlen?**

Christian: Wenn alle mobil zahlen würden, dann würden die Anteile der Kreditkarten steigen. Solange das nicht der Fall ist, wird sich keine signifikante Änderung ergeben. Zudem stellt sich auch hier die Frage, welchem Bezahlverfahren (Lastschrift, Kreditkarte) mobile Bezahlösungen zuzuordnen sind.

31. **Kommt ELV/kontaktlos mehr als bisher?**

Christian: Mehr als bisher auf jeden Fall ☐

32. **Was wird aus den ELV-Experten im ec-cash-Netzbetrieb, wenn ELV zum Dinosaurier wird?**

Christian: Um gute Leute aus der Payment-Branche muss man sich keine Sorgen machen.

33. **Werden Intercard und Verifone miteinander glücklich?**

34. **Nets mit Concardis?**

35. **Ingenico mit der BS Payone?**

36. **Wo bläst der nächste Hochzeitsmarsch? Wer zahlt Aussteuer, Party und Familientherapeuten?**

Susanne: Da wir hier Familientherapeuten sind, können wir nichts dazu sagen. ☐

“ ... über Miscellaneous ...

37. **Werden Online-Shops 2019 wegen Verstoßes gegen die Geoblocking-Verordnung abgemahnt, weil sie den Rechnungskauf oder andere Zahlungsmethoden nicht für Kunden aus anderen EU-Staaten anbieten? Schlagen die Erwägungsgründe der Geoblocking-VO diesbezüglich die SEPA-VO?**

Christian: Es mag sein, dass es Abmahnungen wegen Verstoßes gegen die Geoblocking-VO geben wird. Im Bereich des Rechnungskaufs glaube ich aber nicht, dass viele Abmahnungen Erfolg haben werden. Wenn



Kunden aus anderen Ländern kein Rechnungskauf angeboten wird, dann liegt das in der Regel nicht daran, dass sie aus einem anderen Land kommen, sondern daran, dass man über sie keine Bonitätsauskünfte bekommt. Auch einem deutschen Kunden, über den keine Bonitätsauskünfte verfügbar sind, wird der Rechnungskauf nicht angeboten. Genauso sollten die Online-Shops das aber auch darstellen.

38. Wer gewinnt die „Goldene Transaktion 2019,,?

Christian: Es wäre einmal an der Zeit, dass ein Identitätsdienstleister unter den Gewinnern ist. Auch die neuen Zahlungsdienstleister (PIS und KID) fehlen mir noch in der Liste der Gewinner.

39. Wird der Supreme Court UK Ende des Jahres über die Klagen von Sainsbury, Morrison & Co. gegen Mastercard entscheiden?

Christian: Vor Gericht und auf See ist man in Gottes Hand. Somit wäre eine Antwort auf diese Frage Blasphemie ☐

40. Warum haben sich die Deutsche Bahn, Metro & Co. in der Sache mit Mastercard verglichen? Worauf hat man sich geeinigt?

Christian: Wenn ich das wüsste...dürfte ich es nicht sagen.

41. Was heißt der Brexit für die Payment-Branche?

Christian: Sollte er kommen, wird sich für den Nutzer wenig ändern. Einige Anbieter werden sich Erlaubnisse in anderen Mitgliedstaaten (Benelux, Irland, Litauen und ggf. auch Deutschland) besorgen.

Frank: Wenn er kommt. Als Europäer hoffe ich noch immer darauf, dass ein historisch schwerwiegender Fehler nicht in die Tat umgesetzt wird.

42. Wann kriegen wir so etwas wie Swish in Deutschland?

Christian: Sobald Stockholm unsere Hauptstadt wird.



43. **Redet 2019 noch jemand über Paydirekt?**

Christian: Zumindest die einschlägigen Branchenorgane.

44. **Wie wird das LG Berlin über die Kartellschadensersatzklagen von Jet Tankstellen, Rossmann und anderen Händlern gegen die deutsche Kreditwirtschaft wegen angeblich kartellbedingt überhöhter Girocard-Gebühren entscheiden?**

Christian: Siehe Antwort auf Frage 39.

45. **Wie entscheidet die britische Kartellbehörde am 21. Mai zur Übernahme von iZettle durch PayPal? Welche Marktabgrenzung zieht die Competition and Markets Authority (CMA) im „Omnichannel-Paymentmarkt“? Hat die Entscheidung Auswirkungen auf andere (europäische) Märkte? Nicht nur auf dem Markt für mobile Akzeptanzgeräte (PayPal Here, iZettle)?**

Christian: Siehe Antwort auf Frage 39.

Susanne: Ich glaube, die Entscheidung wird für PayPal ausfallen. Die CMA argumentiert, dass iZettle ein “market-leading rival” von PayPal gewesen sei. Auf welchem Markt? Das kann wohl nur der Markt für mobile Kartenakzeptanz sein. Und da tummelt sich doch fast jeder Acquirer und auch alternative Anbieter (siehe Sum Up und Concardis OptiPay, um nur zwei zu nennen). Es gibt zwar in UK PayPal Here, aber der Heimatmarkt von PayPal ist offline nun immer noch nicht. Es gibt auch keine Verknüpfung, dass jemand, der online PayPal akzeptiert, dann iZettle nutzen muss und keinen anderen Anbieter nehmen kann.

Das weitere Argument der CMA ist, dass es dadurch weniger Konkurrenz im “Omnichannel Payment Market” für PayPal gäbe. Was soll ein „Omnichannel Payment Market“ sein? Sind dort alle Zahlungsdienstleister zusammengefasst, die Lösungen für Online- und Offline-Zahlungen anbieten? Also alle Banken, weil die Lastschrift sowohl online als auch offline funktioniert? Und das Argument, dass iZettle zwar noch gar nicht Online Payments gemacht hat, aber hätte machen können, finde ich auch nicht so überzeugend.

Sollte ich mich irren und die CMA gegen PayPal entscheiden, dann könnte die Entscheidung in der Tat große Auswirkungen haben, denn dann gäbe es möglicherweise eine neue Marktdefinition, die gerade für Banken, die in ihrer Gruppe online und offline Dienstleistungen anbieten, Akquisitionen schwer machen könnten. Wenn allerdings ein harter Brexit kommt, mag das Urteil der CMA auch wieder nicht ganz so relevant werden.



46. **Wird es in den nächsten Tagen Engpässe bei der Bargeld-Versorgung geben, wenn Verdi die Geld- und Werttransporter weiter bestreikt lässt? Hat je jemand die Streiks bei Amazon bemerkt? (Die beiden Fragen haben sich vor Redaktionsschluss erledigt, werden aber mitgezählt.)**

Susanne: Das gute an dem Streik ist, dass er mal aufzeigt, dass auch Bargeld etwas kostet. Die Klagen über die teuren Bezahlmethoden im Gegensatz zum Bargeld lassen nämlich immer außer Acht, dass auch jemand das Geld holen, bringen und verwahren (und damit seinen Lebensunterhalt bestreiten) muss.

“ ... bis hin zur Zwei-Faktor-Autorisierung.

47. **Wird die ab dem 14. September 2019 für elektronische Zahlungen erforderliche nach der PSD2 erforderliche „starke Kundenauthentifizierung“ den ePayment-Markt verändern? Wie? Wie für Händler, Kunden, Dienstleister und Finanzbranche?**

Susanne: Meine pessimistische Sicht ist, dass es für alle Einschnitte geben wird. Händler werden Probleme mit der Conversion Rate haben, weil die Kunden Käufe abrechnen werden. Dienstleister und Finanzbranche müssen starke Kundenauthentifizierung einführen und implementieren. Kunden werden nach Zahlungsmethoden ohne starke Kundenauthentifizierung suchen. Das wird sich erst ändern, wenn sehr einfache und gute Methoden für die starke Kundenauthentifizierung gefunden und implementiert sind.

48. **Werden Zwei-Faktor-Autorisierungen (2FA) der Standard für Bezahlungen im Internet/per Handy?**

Susanne: Für Bezahlungen per Handy ja, weil die Implementierung wegen der Biometrie-Option recht leicht ist. Im Internet allgemein ist es komplizierter, weil der zweite Faktor dort schwieriger zu implementieren ist.

49. **Welche Art(en) der 2FA werden sich durchsetzen?**

Susanne: Biometrie und Behavioural Data, wobei letzteres noch etwas unklar ist, wie das aussehen kann und was akzeptiert wird.

Frank: Es wird ein Mix aus unterschiedlichen Daten werden, die über eine für den Nutzer bequeme Lösung und



Tokenisierung im Hintergrund angeboten werden wird. Hierbei wird auch das Risiko einer Transaktion, insbesondere die Bonität des Kunden, eine Rolle spielen.

50. **Spielt die PSD2 hier großen Playern wie PayPal, Amazon und/oder den Kreditkartenorganisationen in die Hand? Oder sitzen Rechnungskauf- und Lastschriftanbieter lachend mit dem Trumpf in der Hinterhand?**

Susanne: PSD2 spielt vielleicht Amazon (wegen Whitelisting) und den Rechnungskauf- und Lastschriftanbietern in die Hände.

51. **Wird sich Whitelisting durchsetzen?**

Susanne: Wenn es einen Online-Prozess dafür gibt, ja.

52. **Biometrische Verfahren?**

Susanne: Ja, sind schon Standard. Neuer eher Behavioural Data (wie hält jemand das Handy, wie tippt jemand, was kauft er wann und wie?).

53. **Wird die PSD2 zu mehr Wettbewerb und Innovationen im Payment- und Bankensektor führen?**

Susanne: Langfristig ja. Nicht in 2019.

54. **Kann mir jemand erklären, wie man mit dem neuen WordPress-Editor „Gutenberg“ Bilder im Text gescheit positioniert und wie Bilder beim Draufklicken (wieder) in größerer Ansicht angezeigt werden?**

< **Isabella:** Leider (noch) nicht – sollte es unsere Leserschaft wissen: Hanno und ich freuen uns über Tipps. >

55. **Warum müssen Updates immer nerven?**



Susanne: Weil das Neue immer anstrengend ist.

< **Isabella:** Weil Programmierer zutiefst boshafte Menschen sind und sich am Leid der User ergötzen? Weil wir User träge sind? □ >

56. **Waren das 100 Fragen?**

Susanne: Nein, waren es nicht. Aber dafür ausgesprochen gute Fragen.

Cover picture: Copyright © PayTechLaw