



KARTEN

cards | cartes

ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Digitaler
Sonderdruck

„Das In-Car-Payment öffnet Türen
zu neuen Kooperationen“

Interview mit Erik Meierhoff

WETTBEWERB IM
HÄNDLERGESCHÄFT

„Das In-Car-Payment öffnet Türen zu neuen Kooperationen“

Interview mit Erik Meierhoff



Erik Meierhoff ist sich nicht sicher, wie die Angabe von Visa, die Girocard in Sachen Akzeptanz übertrifft zu haben, zu verstehen ist. Klar ist für ihn jedoch: Die letzten weißen Flecken auf der Akzeptanzlandkarte im Bereich der kleinen Händler gilt es nicht dem Wettbewerb zu überlassen. Die Sparkassen seien mit der App SPOS dafür bestens positioniert. Auch Wettbewerber haben jedoch inzwischen erkannt, dass es ohne die Girocard im deutschen Markt schwierig wird. Das gilt auch für das In-Car-Payment, das Meierhoff eher als Chance zu neuen Partnerschaften denn als Bedrohung bewertet. Und an den Ladesäulen für Elektrofahrzeuge habe auch die EU endlich die Weichen in die richtige Richtung gestellt.

Red.

KARTEN Die Anzahl der Girocard-Akzeptanzstellen hat im vergangenen Jahr so stark zugelegt wie noch nie. Wie kommt das? Und welches Potenzial sehen Sie noch für die Zukunft?

Das Akzeptanzstellen-Wachstum im Handel spiegelt die Beliebtheit der Girocard in der Bevölkerung wider: Die Kundinnen und Kunden wollen an der Kasse mit ihrem vertrauten und bewährten Zahlverfahren bezahlen. Darauf stellen sich die Händler ein. Aber auch für den Handel ist die Girocard attraktiv, da sie von den Akzeptanten als ein besonders effizientes und günstiges bargeldloses Zahlungssystem mit integrierter Zahlungsgarantie geschätzt wird.

Für die Girocard gibt es noch enormes Potenzial. Die Deutsche Kreditwirtschaft arbeitet aktuell mit Unterstützung des Handels und weiteren Akteuren intensiv daran, neue Marktsegmente mit stationärem Geschäft durch neue Funktionalitäten für die Girocard zu erschließen. Ich spreche hier zum Beispiel von den Bereichen Hospitality und Mobilität: Mit der Girocard muss es zukünftig möglich sein, Zahlungsbeträge zu präautorisieren oder autorisierte Beträge in mehreren Clearing-Etappen abuarbeiten oder auch No-show-Fees in der Hotellerie zu kassieren sowie Trinkgelder in der Gastronomie zum autorisierten Betrag dazu zu buchen. Das ist mit der Girocard bisher nicht möglich. Für solche Anwendungen legen jetzt alle Beteiligten gemeinsam die Grundlagen.

Ein weiteres Thema, das in naher Zukunft an Bedeutung gewinnen wird, ist das Bezahlen in Apps. Bei diesem Bezahlkanal treffen E-Commerce und stationärer Handel zusammen und sind oftmals nicht mehr zu unterscheiden. Ein Beispiel ist hier das Bezahlen per Tank- oder Mobilitäts-App direkt an der Zapfsäule. Mit der Integration in solche und weitere branchengerechte Zukunftsanwendungen bleibt die Girocard auch weiterhin ein starkes und souveränes nationales Bezahlssystem.

KARTEN Wie sieht es in Deutschland mit der Kartenakzeptanz bei kleinen Händlern aus?

Digitalisierung im Payment ist inzwischen auch für viele kleine, oftmals inhabergeführte Geschäfte ein Erfolgskriterium, um im Wettbewerb bestehen zu können. Immer mehr Kundinnen und Kunden wollen nicht nur beim Discounter oder an der Tankstelle, sondern auch beim Bäcker oder Metzger, im Friseursalon oder im Kiosk bargeldlos bezahlen können.

Mit Ausnahme der Bäckereien ist das Segment der Kleinstunternehmen, zum Beispiel Imbisse und Kioske, Taxiunternehmer oder Hofläden, allerdings aufgrund vergleichsweise niedriger Einkaufsbeträge vielfach noch



Foto: S-Payment


Erik Meierhoff,
Geschäftsführer, S-Payment GmbH,
Stuttgart

„Bargeldzone“. Diese letzten „weißen Flecken“ auf der Kartenakzeptanz-„Landkarte“ gilt es zu erschließen und nicht dem Wettbewerb zu überlassen. Ein Baustein dafür ist unsere neue Veranstaltungsreihe „Handel jetzt“, in der Sparkassen gemeinsam mit den Handelsverbänden kleinere Händler in der Region über die neuesten Payment-Lösungen und aktuellen E-Commerce-Trends informieren.

Gemeinsam mit dem S-Händlerservice und weiteren Partnern und Dienstleistern befähigen wir die Sparkassen, auch kleine und mittelständische Unternehmen auf dem Weg zur bargeldlosen Zahlungsakzeptanz und E-Commerce-Fähigkeit zu begleiten. Wir bieten dafür stationäre und mobile Bezahlterminals sowie Kassenslösungen für alle Branchen und Anforderungen. Mit dem „Zahlungslink“ können kleine Händler online ohne eigenen Webshop verkaufen und schaffen so den schnellen und unkomplizierten Einstieg ins E-Commerce-Geschäft. Und mit unserer Akzeptanz-App S-POS können kleine Händler und Gewerbetreibende ohne große Investitionen in das bar-

Die Aussage von Visa, dass die Zahl der Akzeptanzstellen „im stationären Handel“ auf 1,27 Millionen gestiegen sei, lässt sich aus der EHI-Studie „POS-Systeme 2024“ nicht herauslesen. Laut dem Handelsinstitut nahm 2023 die Zahl der Kassen nämlich ab, von 976 000 Kassen im Jahr 2022 auf 931 000 im Jahr 2023. Das passt irgendwie nicht zusammen, da würde mich schon interessieren, was bei Visa alles mitgezählt wurde, um auf diese angeblich höhere Akzeptanzstellenzahl im Vergleich zum Girocard-System zu kommen.

trauten Girocard bezahlen möchten. Und die Sparkasse POS-App ist in diesem Wettbewerbsumfeld das einzige Produkt, das dies ermöglicht.

 **KARTEN** Mit der Integration QR-Code-basierter Zahlungen bietet S-POS die größte Akzeptanzbreite am deutschen Markt. Welche zusätzlichen Marktchancen erwarten Sie davon?

Das ist richtig, Ende März hat die S-Payment die Sparkasse POS-App um


»Die App S-POS akzeptiert die größte Auswahl an Bezahlverfahren am deutschen Markt.« 

Unbestreitbar ist, dass der Wettbewerb am PoS durch Marktakteure wie Sumup oder i-Zettle zugenommen hat. Dafür sind wir in der Sparkassen-Finanzgruppe mit unserer S-POS-Akzeptanz-App sehr gut aufgestellt. Der S-Händlerservice und die Sparkassen bundesweit informieren unsere kleinen und mittelständischen Firmenkunden über alle

die Bezahlfunktion „Scan to Pay on Mobile“ erweitert. Sie ermöglicht es, Zahlungen ganz einfach mit einem Scan (QR-Code oder Barcode) zu akzeptieren. Damit können jetzt auch kleinere Händler und Gewerbetreibende am Smartphone Zahlverfahren wie Alipay+ oder das QR-Code basierte Verfahren Bluecode akzeptieren.

»Der Wettbewerb am POS hat unbestreitbar zugenommen.« 

geldlose Kassieren einsteigen und kontaktlose und mobile Kartenzahlungen ihrer Kunden mit dem eigenen Android-Smartphone akzeptieren.

 **KARTEN** In diesem Jahr hat Visa gemeldet, durch den Akzeptanzausbau bei kleineren Händlern mit mobilen Terminals die Girocard-Akzeptanz übertroffen zu haben. Liegt das daran, dass viele kleine Akzeptanten nicht DK-zugelassene Terminals benutzen? Und wie kommt das? Sind die Angebote der Sparkassenorganisation hier nicht bekannt genug?

Über die Aussagekraft der von Visa veröffentlichten Zahlen wird in der Branche lebhaft diskutiert. Das Wachstum bei Transaktionen und Umsatz wurde nur in Prozentwerten angegeben. Ohne die absoluten Zahlen zum Vergleich sind solche Angaben wenig belastbar und stützen Behauptungen, die man nicht nachvollziehen kann.

relevanten Ansprachekanäle über das Produkt und machen es interessierten Händlern leicht, online bei ihrer Sparkasse ohne großen Aufwand einen Akzeptanzvertrag zu schließen.


Aber auch große, bundesweit tätige Händler wie Douglas und Blume 2000 testeten mit uns die Unterstützung beim Bezahlen auf der Fläche mittels der App S-POS und einem Android-Smartphone. Auch hier sehen wir, dass die Girocard-Anteile stark dominieren, sogar noch weit über dem Branchendurchschnitt.

Und aus der Privatkundensicht betrachtet: Über das Girocard-System werden laut EHI am stationären Point of Sale immer noch zehnmal höhere Umsätze generiert als mit Debitkarten von Visa und Mastercard. Diese aktuellen Zahlen belegen doch einmal mehr, dass die Verbraucher am stationären PoS – gleich ob am Kassenterminal oder am Händler-Smartphone – mit ihrer ver-

Das vergrößert enorm den potenziellen Kundenkreis, dem sie ihre Waren und Dienstleistungen verkaufen können. Nach Berechnungen von Alipay besuchen in diesem Jahr über 19 Millionen asiatische Touristen Europa, die auch hier mit Alipay+ bezahlen möchten. Zum ersten Mal werden wir das in größerem Maßstab bei der Fußball-EM im Sommer erleben. Hier können die Händler und Gastronomiebetriebe in den zehn Stadien und Fanzonen der UEFA EURO 2024 an der S-POS-App auch die Zahlungen von vielen Tausenden asiatischen Fans bargeldlos kassieren.

Mit der neuen Funktion „Scan to Pay on Mobile“ zeigen wir, wie flexibel und leistungsfähig unsere Akzeptanz-App S-POS ist. Wir können hier alle international gängigen Zahlungssysteme integrieren. Die App akzeptiert nun die größte Auswahl an Zahlverfahren im deutschen Markt. Sie unterstützt Zahlungen per Girocard, Mastercard, Maestro, Visa, V Pay mit der Funktion „Tap to Pay on Mobile“ sowie Alipay+ und Bluecode mit „Scan to Pay on Mobile“. Diese Zahlarten können S-POS-Akzeptanten auch über E-Wallets wie zum Beispiel Alipay, tinaba, Apple Pay, Mo-

biles Bezahlen, Samsung Pay oder Google Pay annehmen. Mit der Erweiterung um optische Verfahren bereiten wir darüber hinaus die Händler und den Markt schon jetzt auf das kommende europäische Zahlverfahren Wero von EPI vor. Denn Wero-Transaktionen werden ebenfalls auf der QR-Code-Technologie basieren.

**KARTEN** Wie bewerten Sie den Markteintritt von Revolut ins deutsche Händlergeschäft?

Herzlich Willkommen im Wettbewerb!
Viele Unternehmen der Payment-Bran-



»Mit der Erweiterung um optische Bezahlfverfahren bereiten wir den Markt auf Wero vor.«

che sehen aktuell im Händlergeschäft eine Goldader, die noch nicht erschlossen ist – vor allem in Branchen, die über keine gewachsene Zahlungs-Infrastruktur verfügen oder die flexibel und mobil auf der Fläche kassieren wollen.

Grundsätzlich stellt sich die Frage, wie erfolgreich man im deutschen Händlergeschäft sein kann, wenn man das beliebteste und meistgenutzte Zahlverfahren der Bundesbürger nicht im Portfolio hat. Auf dem diesjährigen EHI-Kongress im April hat man in den Pausengesprächen schon erste Stimmen gehört, dass die neuen Debitkarten von Visa und Mastercard den Höhepunkt ihres Wachstums bereits hinter sich haben könnten. Man wird sehen.


Andere Wettbewerber scheinen jedenfalls erkannt zu haben, dass es ohne Girocard im Zahlungsmix auf dem deutschen Markt schwierig werden könnte. Die Finanzinfrastruktur-Plattform Stripe hatte erst kürzlich auf ihrer Entwicklerkonferenz angekündigt, an Stripe-Terminals in Deutschland noch in diesem Jahr die Girocard als Zahlungsoption anzubieten.

**KARTEN** Mit der Integration von Giro Pay in die Esso-App Esso Pay dringt Giro Pay in den Markt für das mobile Bezahlen direkt an der Zapfsäule vor. Ist das ein Präzedenzfall? Oder gibt es bereits weitere Anwendungen, wo das bereits möglich ist?

Esso Pay ist nicht die erste Tank- oder Mobilitäts-App, in die Giro Pay integriert wurde. Es gibt schon seit drei Jahren eine Kooperation mit dem Unternehmen Pace Telematics, das sowohl in der eigenen App „Pace Drive“ und der vorgelagerten „Connected Fueling“-Plattform Giro Pay-Zahlungen bei mehreren Tankstellenketten ermöglicht.

Mithilfe dieser Plattform ist es auch möglich, in Apps mit Giro Pay zu bezahlen, die die sogenannte Pay@ Pump-Funktionalität integriert haben. Beispiele hierfür sind die Apps „Blitzer.de“ oder „mehr-tanken“. Autofahrer können aber auch bei weiteren Part-

ner-Apps wie zum Beispiel „clever-tanken“ oder „Charge & Fuel“ ihre Tankfüllung mit Giro Pay bezahlen.

**KARTEN** Wie kommt das mobile Bezahlen an der Tankstelle bei den Tankstellenbetreibern an? Wer direkt an der Zapfsäule bezahlt, geht doch vermutlich weniger häufig in den Shop? Stellen solche Bezahllösungen also insofern nicht eine gewisse Kannibalisierung des übrigen Geschäfts dar?


Nein, ganz im Gegenteil. Das mobile Bezahlen direkt an der Zapfsäule ver-

»Wir haben den Anspruch, die Zahlverfahren in die Connectivity-Plattformen der Autoindustrie zu integrieren.«

hindert, dass sich lange Schlangen an der Shop-Kasse bilden – und sich damit auch nicht zu lange Auto-Schlangen vor den Zapfsäulen stauen. Selbst zu den Stoßzeiten ist der Tankstopp schnell erledigt und die Autofahrer können die Zapfsäule für den nächsten Kunden frei machen. Das kommt den Tankstellenbetreibern entgegen, die in derselben Zeit mehr Kunden bedienen können.

Für das Shop-Geschäft kann die Zahlfunktion an der Zapfsäule sogar von Vorteil sein: Kunden, die länger im Shop verweilen möchten, können sofort den Kraftstoff bezahlen und das Auto ab-

stellen, ohne sich beim Aufenthalt im Shop gehetzt zu fühlen. Das Service-Personal kann sich dann mehr Zeit für die Beratung der Kunden nehmen und so die Shop-Käufe sogar noch stärker ankurbeln. Und wer weiß: In Zukunft können Autoreisende vielleicht die Cola oder den kleinen Snack für die nächste Etappe bereits per Mobilitäts-App vorbestellen und brauchen die Verpflegung dann nur noch abzuholen. Das wäre dann sozusagen ein Shop-Einkauf im Vorbeifahren.

**KARTEN** Die Kfz-Hersteller haben sich auf den Weg gemacht, das In-Car-Payment zu realisieren und damit gewissermaßen das Fahrzeug zur Wallet zu machen. Werden damit Payment-Dienstleister wie S-Payment ein Stück weit aus dem Geschäft gedrängt? Oder sehen Sie hier Potenzial für neue Kooperationen?


Wir sehen die Marktaktivitäten beim In-Car-Payment nicht als Bedrohung, sondern eher als Chance für die Payment-Branche, innovative Wege zu finden, um den Zahlungsverkehr in das vernetzte Ökosystem des modernen Fahrzeugs zu integrieren. Die Tatsache, dass Automobilhersteller das Fahrzeug buchstäblich zur Wallet machen möchten, öffnet uns Türen zu einer Vielzahl von Partnerschaften und Kooperationen.

Kernkompetenz und Expertise vieler Akteure der Automobilbranche liegen

naturgemäß auf der technischen Entwicklung von Fahrzeugen oder Automotive-Komponenten, weniger bei Payment-Know-how. Hierbei kann die S-Payment eine entscheidende Rolle spielen, indem sie ihre Expertise im Zahlungsverkehr in Lösungen für die Fahrzeug-Plattformen einbringt. Durch solche Kooperationen können wir dazu beitragen, dass In-Car-Payment nahtlos funktioniert, sicher und benutzerfreundlich wird.

Damit In-Car-Payment von den Bundesbürgern angenommen wird, muss auch das Bezahlen aus dem Auto her-

aus so einfach sein wie das alltägliche Bezahlen im Einzelhandel. Wir haben daher den Anspruch, die bekannten Zahlverfahren der deutschen Kreditwirtschaft auch in die Connectivity-Plattformen und -Apps der Automobilindustrie zu integrieren. Wir sind davon überzeugt, nur durch reichweitenstarke, günstige und zukunftsfähige Zahlverfahren eine breite Akzeptanz von In-Car-Payment in allen Bevölkerungsgruppen und damit auch zum Vorteil der Fahrzeughersteller zu erreichen.

 **KARTEN** Stichwort Mobilität: Wie steht es eigentlich um das Bezahlen an E-Ladesäulen? Welche Potenziale gibt es hier für Sparkassen?

Für die Sparkassen-Finanzgruppe ist das Thema „Payment an E-Ladesäulen“ unter den Aspekten Nachhaltigkeit, Regionalförderung und kommunale Entwicklung nach wie vor von besonderer Bedeutung. Kommunal- und Firmenkunden wenden sich regelmäßig mit der Frage nach praktikablen – vor allem aber barrierefreien – Bezahlösungen an Ladesäulen an ihre Sparkasse.

Aktuell stellt sich der Markt wie folgt dar: Bis zum Jahr 2030 sollen über 30 Prozent aller Fahrzeuge in Deutschland elektrisch fahren, das wären rund 15 Millionen Fahrzeuge. Stand Januar 2024 waren circa 1,4 Millionen Elektro-Fahrzeuge in Deutschland zugelast

sen. Der Entschluss von Autofahrern, auf Elektromobilität umzusteigen, hängt auch entscheidend von der Verfügbarkeit privater und öffentlicher Lademöglichkeiten ab. Bei einer steigenden Anzahl von E-Mobilen in den nächsten Jahren wird auch der Ausbau der öffentlichen Ladeinfrastruktur vorangetrieben werden müssen.

Die Sparkassen-Finanzgruppe leistet hierzu ihren Beitrag: Bundesweit haben

Sparkassen über 560 Ladepunkte installiert. Derzeit befinden sich weitere rund 900 Ladepunkte von Sparkassen in der Planung. Viele Sparkassen gehen auch mit gutem Beispiel voran und stellen ihre hauseigene Fahrzeugflotte auf Elektromobilität um.

Zum Thema „Payment an der E-Ladesäule“: Gerade erst vor kurzem – am 13. April 2024 – trat die Verordnung über den Aufbau der Infrastruktur für alternative Kraftstoffe (Alternative Fuels Infrastructure Regulation, AFIR) in der gesamten EU in Kraft – und mit ihr die Verpflichtung für Ladesäulenbetreiber, bei neu aufgestellten Schnellladesäulen die Kartenzahlung über ein Terminal zu ermöglichen. Das ist nicht

ganz das, was wir national erreichen wollten – denn die Ladesäulenverordnung II sah Bezahlterminals für alle Ladearten (AC normal/ DC schnell) vor. Bei Ladesäulen unter 50 KW/h-Leistung können nach AFIR nun wahlweise Terminals oder QR-Code-Verfahren fürs Bezahlen genutzt werden. Wir wissen aber auch aus unseren Gesprächen mit Marktteilnehmern, dass viele Ladesäulenbetreiber sich Preishoheit wünschen. Das kann im Roaming nicht wirklich ge-

»Die AFIR-Verordnung ist nicht ganz das, was wir wollten.«



währleistet werden, wohl aber mit dem Einsatz von Payment-Terminals. Daher wollen immer mehr Betreiber diese auch in ihre Ladesäulen einbauen. Die S-Payment wird sich daher weiter für die Sparkassen-Finanzgruppe in einem breiten Netzwerk von Kooperationspartnern dafür einsetzen, dass in Ladesäulen für Elektrofahrzeuge Terminals für kartenzahlende Zahlungen eingebaut werden. Eine verbraucherfreundliche Ladeinfrastruktur muss einfaches bargeldloses Bezahlen mit den in Deutschland gängigen Kartenzahlungssystemen ermöglichen. Die standardisierte Akzeptanz der beliebten Girocard und von Kreditkarten an E-Ladesäulen bietet hierfür eine sichere und jedem zugängliche Lösung. ■