



seit Jahrzehnten einen wichtigen Beitrag zur Souveränität Europas leisten. Über 80 Prozent der Transaktionen finden bei uns inländisch statt und werden über die Girocard abgewickelt. In Frankreich mit Cartes Bancaires, in Italien mit Bancomat oder in anderen Ländern mit nationalen Systemen sieht das nicht anders aus. Es gibt also durchaus nationale Strukturen, die die jeweiligen Märkte bedienen, aus dem eigenen Markt heraus eine Governance-Struktur haben und somit souverän sind.

Insofern lässt sich nicht pauschal sagen, dass wir beispielsweise die European Payment Initiative oder den digitalen Euro brauchen, um überhaupt Souveränität im europäischen Zahlungsverkehr zu gewinnen. Diese können einen wichtigen zusätzlichen Betrag leisten. Aber man darf dabei nicht unterschlagen, dass es seit vielen Jahren Strukturen gibt, die europäische Souveränität im Zahlungsverkehr leben.

 **KARTEN** Das gilt allerdings jeweils nur auf der nationalen Ebene, nicht auf der europäischen ...

Das stimmt. Auf der europäischen Ebene ist einiges zu tun. Wir haben sicher Harmonisierungs- und Konsolidierungsbedarf innerhalb Europas. Aber es wird immer so getan, als gäbe es keine Basis, von der aus man das entwickeln könnte.

Gerade bei der Diskussion um den digitalen Euro werden wir über den Legislativvorschlag, der jetzt auf dem Tisch liegt, vielleicht in eine stärker ordnungspolitisch getriebene Diskussion kommen. Der digitale Euro ist sicher ein wichtiges Innovationsfeld. Aber er muss auch richtig austariert sein zu dem, was es im Markt bereits gibt und wo in den letzten 30 Jahren erhebliche privatwirtschaftliche Investitionen getätigt und Innovationen finanziert wurden. Wenn man hier mit digitalem Zentralbankgeld einen neuen staatlichen Player danebenstellt und diesen auch noch mit einer Akzeptanzpflicht und regulierten Preisstrukturen unterlegt, dann stellt sich schon die Frage, wie künftig Wettbewerb funktionieren soll.


 **KARTEN** Das heißt, wir brauchen einen neuen demokratischen Prozess, um diese Fragen zu diskutieren?

Es ist richtig, dass es digitales Zentralbankgeld geben muss, damit der Euro international wettbewerbsfähig bleibt. Es muss jedoch eine gesellschaftliche Diskussion darüber geben, was digitales Zentralbankgeld können und leisten muss – sowohl im Retail- als auch im Wholesale-Bereich, wobei gegebenenfalls der Bedarf auf der Wholesale-Seite sogar größer ist. Aber natürlich muss in Form einer Impact-Analyse geprüft werden, wie ein digitaler Euro ausgestaltet sein muss, wie er sich in ein bestehendes Marktgefüge einfügt und welche Auswirkungen er darauf hat.

Zum Beispiel muss die Frage geklärt werden, inwieweit Services rund um den digitalen Euro auch fair bepreist wer-

den dürfen. So sollen Kreditinstitute neue Konten- und Abwicklungsstrukturen aufbauen, die aber quasi als Commodity-Dienstleistung angesehen werden, für die man kein Geld erheben darf.

Auch über die Akzeptanzpflicht wird sicher diskutiert werden müssen. Hier muss im weiteren Diskussionsprozess noch einmal die Verhältnismäßigkeit geprüft werden – zumal die Akzeptanzpflicht für den digitalen Euro auch mit einer Verschärfung der Regelungen für die Akzeptanz von Bargeld einhergehen. Das Akzeptanznetzwerk ist ein wichtiges Wettbewerbsthema im Zahlungsverkehr. Damit ein Zahlungssystem gut funktioniert, geht es darum, viele Kunden mit vielen Akzeptanzpartnern zusammenzubringen. Denn die Reichweite ist immer auch ein Wettbewerbsfaktor. Hier kommt mit dem digitalen Euro ein neuer Player in einen grundsätzlich funktionierenden Markt, in den private Marktteilnehmer im Rahmen schon bestehender Systeme und deren Akzeptanznetzwerke viel Geld investiert haben. Es kann nicht im Interesse der Regulatoren sein, dass dieses Wettbewerbsgefüge durch den digitalen Euro gestört wird.

 **KARTEN** Sie brauchen die Studie also nicht zuletzt mit Blick auf die Politik? Wer sind die wesentlichen Adressaten?


Ziel ist es, mit der multidimensionalen Sichtweise deutlich zu machen, dass das Girocard-System ein schützenswertes Gut ist. Dessen Erfolg basiert auf einem gleichgerichteten Interesse möglichst vieler Wirtschaftssubjekte und kann nur erhalten bleiben, wenn alle Beteiligten diese gemeinsame Vorteilhaftigkeit weiter im Blick behalten.

Dieser Netzwerkeffekt ist ein ganz wesentlicher Design-Bestandteil des Girocard-Systems, der auch gelebt werden muss. Deshalb war es uns wichtig, die verschiedenen Sichtweisen aus Kreditwirtschaft, Handel und Konsumentensicht zusammenzuführen. Wir wollten untersuchen, ob es diese gleichgerichteten Interessen gibt und das

»Es gibt eine gemeinsame Verantwortung, um die Vorteile auch in Zukunft zu behalten.«

System über diese gleichgerichteten Interessen Vorteile für das Wirtschaftsgefüge in Deutschland erzeugen kann.

Die Studie zeigt aber auch, dass diese Vorteilhaftigkeit fragil ist, wenn exogene Faktoren darauf einwirken oder einzelne Teilnehmer kurzfristig einseitig ihren Vorteil maximieren wollen. Insofern bietet sie sowohl Anhaltspunkte für die Diskussion mit der Politik und in der Öffentlichkeit, richtet sich aber genauso an die Akteure in der Kreditwirtschaft, im Handel oder die Dienstleister im Girocard-System. Hier gibt es eine gemeinsame Verantwortung, wenn man die Vorteile des Systems auch in Zukunft behalten möchte.

 **KARTEN** Welche Kernbotschaften ziehen Sie aus der Studie?

Die Girocard schafft Mehrwert für alle drei Gruppen von Systembeteiligten: Kreditwirtschaft, Handel und Verbraucher. Gerade in den letzten Jahren wurde mitunter infrage gestellt, ob ein nationales System in einem internationalen Wettbewerb überhaupt noch in der Lage ist, diese Vorteilhaftigkeit zu generieren. Wichtig ist dabei auch, dass die Studie noch einmal die positive Sichtweise und den Rückhalt in der Breite der Kreditwirtschaft nachweisen konnte – auch dies wurde ja immer wieder in Zweifel gezogen.