

## Bundesbank-Studie: Kosten der Zahlungsarten

*Die Deutsche Bundesbank hat gemeinsam mit dem EHI Retail Institute eine Studie mit dem Titel „Kosten der Bargeldzahlung im Einzelhandel“ durchgeführt und die Ergebnisse am 12. Februar veröffentlicht. Dabei wurden neben Bargeldzahlungen auch Zahlungen per girocard, per ec-Lastschrift sowie per Kreditkarte untersucht.*

Im deutschen Einzelhandel werden pro Jahr rund 20 Milliarden Zahlungen durchgeführt, die meisten davon in Lebensmittelgeschäften. Das entspricht insgesamt 220 Einkäufen pro Kopf sowie knapp

470 Einkäufen pro Haushalt und Jahr. In drei von vier Fällen greifen die Verbraucher dabei auf Bargeld zurück. Der durchschnittliche Einkaufsbetrag insgesamt beträgt knapp 21 Euro, bei Barzahlungen fällt er mit durchschnittlich rund 14 Euro geringer aus.

Kern der Analyse ist die Messung der Dauer von reinen Bezahlvorgängen an Einzelhandelskassen. Dazu wurden an 17 Tagen im Zeitraum zwischen Mai und November 2017 in 15 ausgewählten Geschäften in sechs Branchen insgesamt 3.125 Zeitmessungen durchgeführt. Der gemessene Zeitraum wurde dabei wie folgt definiert: Von der Nennung des Einkaufsbetrags bis zur Übergabe des Bons und/oder des Zahlungsbelegs, Übergabe des Restgelds oder Schließen der Kassenlade.

Nimmt die Höhe des Zahlungsbetrags zu, so steigt auch die Dauer einer Barzahlung nahezu linear. Kleinbeträge unter 10 Euro dauern im Schnitt weniger als 18 Sekunden, während Beträge zwischen 50 und 100 Euro mehr als 32 Sekunden benötigen.

Die Dauer einer Bezahlung mit Karte und PIN steigt mit zunehmender Betragshöhe im Vergleich zu Barzahlungen weniger stark. Kleinbeträge unter 10 Euro dauern im Schnitt knapp 23 Sekunden,

**Fortsetzung Seite 2**

### Provokation

#### Eigentor

Es ist allgemein bekannt, dass das Geschäftsmodell von Google in der Verwandlung von Daten in Geld besteht. Deshalb kann es doch nur eine Frage der Zeit sein, bis Google auch mit den per Google Pay gewonnenen Daten Geld verdienen wird. Da scheint es sehr naheliegend, diejenigen Google-Pay-Nutzer, bei denen es sich lohnt, gezielt mit Angeboten von Finanzdienstleistern zu versorgen. Und so ist es gar nicht abwegig, dass eine Bank, die ihren Kunden Google Pay anbietet, gerade diejenigen Kunden verlieren könnte, die sie per Google Pay an sich binden wollte. Hat man jemals ein schöneres Eigentor gesehen?

#### IN DIESER AUSGABE:

HSV und Hansa Rostock: Offene Zahlsysteme	3
Mastercard: Kooperation mit BVG	4
1822direkt mit Google Pay	4
Swatch startet SwatchPay	4
EU-Kommission: Geldbuße für Mastercard	5
E-Commerce	6
Unternehmen	6
Termine	10
Personen	12



**Fortsetzung von Seite 1**

während Beträge zwischen 50 und 100 Euro – ähnlich wie bei Barzahlungen – mehr als 34 Sekunden benötigen. Lediglich bei Zahlungsbeträgen über 100 Euro erweist sich eine Kartenzahlung mit PIN im Vergleich zu einer Barzahlung als signifikant schneller. Insgesamt weist die Zahlung mit girocard aber im Vergleich zur Barzahlung geringere Schwankungen der Bezahldauer auf. Zahlungen mit Karte und Unterschrift dauern im Vergleich zu den anderen beobachteten Zahlungsmitteln über alle Betragshöhen am längsten. Zwar haben auch hier Zahlungen von Beträgen unter 10 Euro die kürzeste Dauer (32,5 Sekunden), allerdings ist weiter kein linearer Zusammenhang zwischen Bezahldauer und Zahlungsbetrag zu erkennen.

Da die durchschnittlichen Zahlungsbeträge bei Zahlungen mit unbaren Zahlungsmitteln mehr als doppelt so hoch als bei Zahlungen mit Bargeld liegen, ist die im Schnitt relativ längere Bezahldauer wenig überraschend. Bei größeren Zahlungsbeträgen neigen die Kunden dazu, die Zahlungsbeträge genauer zu überprüfen, um eventuelle Fehler beim Kassiervorgang zu vermeiden.

Die Kosten der Barzahlung errechnen sich aus den ermittelten Zeiten für den Kassiervorgang und den Erkenntnissen aus den Befragungen bezüglich des zeitlichen Aufwands für Hintergrundtätigkeiten, bewertet mit einem durchschnittlichen Personalkostensatz. Dazu kommen die durchschnittlichen Kosten für technische Hilfsmittel und die durchschnittlichen Kosten der Bargeldver- und -entsorgung.

Analog der detaillierten Kostenzurechnungen bei Barzahlungen werden für girocard- und ec-Lastschriftzahlungen sowie

Kreditkartenzahlung mit PIN und Kreditkartenzahlung mit Unterschrift jeweils individuelle und kostenvergleichende Berechnungen durchgeführt. Dabei wird nach vier Kostenblöcken unterschieden: Gesamtaufwand Kassierzeit, Gesamtaufwand Kassenhintergrund (Aufwand Hintergrundbearbeitung und Belegverarbeitung), Transaktionsgebühren je Zahlverfahren sowie Terminalkosten, Wartung und Software-Updates.

Die Gesamtkosten der Zahlungsverfahren belaufen sich für den deutschen Einzelhandel auf insgesamt 5,432 Milliarden Euro pro Jahr – bei einem Bruttoumsatz von 410 Milliarden Euro. Rund zwei Drittel der Kosten oder 3,775 Milliarden Euro entfallen auf Barzahlungen und rund ein Drittel oder 1,657 Milliarden Euro auf alle betrachteten Kartenzahlungen zusammen. Rund drei Viertel oder 15,6 Milliarden der Transaktionen im Handel werden mit Bargeld abgewickelt. Im Durchschnitt kostet jede Zahlung mit Bargeld also rund 24 Cent. Eine Zahlung mit girocard liegt bei knapp 33 Cent, ec-Lastschrift bei 34 Cent. Auf sie entfällt rund ein Fünftel oder gut 3,6 Milliarden aller Transaktionen im Handel. Kreditkartenzahlungen mit PIN (0,1 Mrd. Transaktionen) belaufen sich in Folge höherer Transaktionskosten auf 97 Cent und bei einer Kreditkartenzahlung mit Unterschrift (0,3 Mrd. Transaktionen) auf 1,04 Euro.

---

### **Barzahlungen derzeit am kostengünstigsten**

---

Daher kommen Bundesbank und EHI zu dem Fazit, dass Barzahlungen derzeit für den Einzelhandel transaktionsbezogen die kostengünstigste Zahlungsvariante darstellen. Zahlungen mit der girocard liegen jedoch nicht weit davon entfernt. ec-Lastschriftzahlungen sind in den zurechenbaren Transakti-

onskosten günstiger als girocard-Zahlungen, unter Berücksichtigung der längeren Kassierzeiten jedoch teurer. Kreditkartenzahlungen sind in Folge der höheren Transaktionskosten in jeder Betrachtung teurer als Barzahlungen oder Zahlungen mit der girocard.

Umsatzbezogen kehrt sich das Verhältnis um: girocard-Zahlungen sind mit Abstand die günstigste Zahlungsvariante für den Einzelhandel. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass alle Zahlungsverfahren verschiedene Zahlungsstrukturen aufweisen, was sich etwa in den unterschiedlichen durchschnittlichen Zahlungsbeträgen von 13,48 Euro (Bargeld) und 49,03 Euro (girocard) ausdrückt. Aufgrund dieser Unterschiede ist ein direkter Vergleich nur bedingt möglich.

---

### **Berechnungsbasis: Durchschnittswerte mit relativ großer Bandbreite**

---

Abschließend merkt die Bundesbank an, dass alle Berechnungen auf Durchschnittswerten basieren und eine relativ große Bandbreite aufweisen. So haben große Handelsunternehmen zum Teil deutlich günstigere Transaktionsgebühren ausgehandelt. Bei individueller Betrachtung kann daher die Vorteilhaftigkeit von Bargeld oder girocard schon heute anders ausfallen. Bei Kreditkarten dürften die Abstände nach Einschätzung der Bundesbank hingegen so groß sein, dass sich auch im Einzelfall kein Vorteil gegenüber Barzahlungen oder girocard-Zahlungen ergeben dürfte. Für die Zukunft erscheint den Autoren der Studie insbesondere interessant, wie schnell sich kontaktlose Kartenzahlungen durchsetzen werden. Diese verändern signifikant die Kassierzeiten und damit auch die Kosten der Kartenzahlungen.

## Kommentar

### Kostenstudie: Solide Basis

Die Studie von Bundesbank und EHI Retail Institute zu den Kosten der verschiedenen Zahlungsarten im Handel teilt das Schicksal vieler anderer Studien: Sie ist zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung bereits von der Realität überholt. Denn weder die seitdem gestiegenen Löhne bei den Geldtransport-Unternehmen, die für eine Steigerung der Bargeld-Kosten sorgen, noch die 2018 stark zugenommenen kontaktlos-Transaktionen bei girocard und Kreditkarten, die durch die Zeitersparnis zu niedrigeren Kosten führen, noch das laut EHI bei ec-Lastschrift gestiegene Risiko (SOURCE 5/2018, S. 1) und die damit verbundenen höheren Kosten sind berücksichtigt. Dennoch liefern Bundesbank und EHI einen wichtigen und richtigen Beitrag zur Versachlichung der Diskussion. Und sie haben mit der Systematik für ihre gemeinsame Studie eine solide Basis geschaffen: Erstens für – hoffentlich geplante – regelmäßige Fortsetzungen der Studie und zweitens für die individuelle Betrachtung, die jeder Händler für sein eigenes Geschäft anstellen sollte.

### Hansa Rostock: Offenes Kontaktlos-Zahlungssystem

Der F.C. Hansa Rostock hat gemeinsam mit der OstseeSparkasse Rostock, S-Payment, Mastercard und der w.Holz GmbH ein Projekt gestartet: Das Ostseestadion wurde mit einem komplett offenen Kassensystem ausgestattet, das auch das kontaktlose Bezahlen ermöglicht. Damit gehört der Verein bundesweit zu den Vorreitern unter den Fußball-Clubs,

die in ihren Stadien ein solches Bezahlverfahren anbieten.

Dank der neuen Technologie kann an allen 90 Ständen des Ostseestadions (Catering- und Merchandising-Shops, Ticketing Kassen) nicht nur wie üblich per Barzahlung, sondern künftig auch jeder Betrag – ohne einen Mindestumsatz – kontaktlos mit der girocard oder Kreditkarte, einer Smartwatch und auch per Smartphone mit entsprechender Software bezahlt werden.

Zwei erste erfolgreiche Tests liefen bereits bei den Hansa-Heimspielen gegen Aalen und Cottbus im Dezember vergangenen Jahres an den Catering- und Merchandising Ständen auf der Westpromenade.

Die neue Technologie für kontaktloses Bezahlen löst in deutschen Fußballstadien die bisherigen, stadionabhängigen Zahlungssysteme ab. Damit wird das Bezahlen nicht nur sicherer und bequemer, sondern hilft auch, Schlangen und Wartezeiten an den Verkaufsstellen deutlich zu reduzieren.

Für das bargeldlose Bezahlen im Ostseestadion kann auch die FCH Fankarte genutzt werden, die die OstseeSparkasse gemeinsam mit Mastercard anbietet. Karsten Pannwitt, Mitglied des Vorstandes der OstseeSparkasse: „Mit der FCH-Fankarte kann jeder zeigen, dass sein Fußballherz für die Kogge schlägt und gleichzeitig von vielen Vorteilen direkt profitieren. Die Fankarte kann auch in die ‚Mobiles Bezahlen‘ App der Sparkasse geladen werden. So wird das Smartphone zum modernen Zahlmedium.“

Achim Wagner, Vice President Mastercard Deutschland: „Durch die Ausrüstung mit bargeldloser Bezahlinfrastruktur wird das Ostseestadion den Fans des F.C. Hansa Rostock und anderen Besuchern ein noch besseres Fußballerlebnis bieten. Unsere PreferredPayment-Partnerschaft mit dem F.C. Hansa Rostock zeigt, wie Einwohner und Besucher der Hansestadt Rostock von der Smart City Initiative profitieren werden.“

In Zukunft werden weitere Kooperationen mit Partnern vor Ort dabei helfen, die Attraktivität der Stadt und die Lebensqualität in Rostock weiter zu steigern.“

### comdirect ist Banking-Partner der HSV Fußball AG

Die comdirect bank, Quickborn, ist neuer Banking-Partner der HSV Fußball AG. Im Rahmen einer langfristigen Kooperation ermöglicht comdirect allen Stadionbesuchern ab Mitte März 2019 das bargeldlose Bezahlen an sämtlichen stationären Verkaufsstellen bei Liga-Heimspielen des Hamburger SV (HSV) im Volksparkstadion. comdirect wird zudem ein eigenes Konto für Fans des Vereins anbieten. Das neue HSV Fan-Konto kombiniert exklusive Banking-Leistungen mit Mehrwerten. Neben einem kostenlosen Girokonto mit Visa Karte und einem Bezahlarmband im Clubdesign ist unter anderem eine besondere Willkommensprämie geplant.

Durch ein offenes Bezahlssystem können alle Besucher des Volksparkstadions schnell und einfach bargeldlos mit ihren eigenen Bankkarten bezahlen. Inhaber des HSV Fan-Kontos von comdirect nutzen dazu künftig ihr Bezahlarmband oder ihre Visa Karte in HSV-Optik. Alternativ funktioniert das Bezahlen auch per Smartphone. Denn mit comdirect sind Zahlungen per Google Pay und Apple Pay ebenfalls möglich.

Bernd Hoffmann, Vorstandsvorsitzender der HSV Fußball AG: „Wir haben das Bestreben, den HSV in den nächsten Jahren auch im Digitalbereich weiterzuentwickeln. Die Partnerschaft mit der comdirect bank ist für uns ein wichtiger Schritt, um das Volksparkstadion mit modernen, zukunftsorientierten Bezahlvarianten auszustatten.“

## Mastercard: Kooperation mit Berliner Verkehrsbetrieben

Mastercard kooperiert im Februar mit den Berliner Verkehrsbetrieben (BVG): Wer im Zeitraum vom 12. bis 18. Februar eine Einzelfahrkarte mit seinem Smartphone an einem der knapp 700 kontaktlosfähigen BVG-Automaten kauft und eine Mastercard als Zahlungsmittel hinterlegt hat, bekommt den Ticketpreis erstattet.

Die zeitlich begrenzte Aktion bezieht sich auf den Einzelfahrschein „Berlin Regeltarif AB“ im Wert von 2,80 Euro und gilt für Mastercard-Inhaber, die kontaktlos mit dem Smartphone oder einem anderen mobilen Gerät (NFC-fähige Wearables, wie zum Beispiel Smartwatches) bezahlen. Die Buchung und der Fahrpreis werden in der Bezahl-App aus technischen Gründen zunächst angezeigt, aber innerhalb weniger Tage zurückerstattet. Ein solcher Kauf eines Einzeltickets kann bis zu zweimal hintereinander getätigt werden. Dr. Martell Beck, BVG-Bereichsleiter Marketing und Vertrieb: „Mit dieser Aktion wollen wir unseren Kundinnen und Kunden Lust auf mobiles Bezahlen machen, da sich so der Kaufprozess deutlich beschleunigen lässt.“

Peter Bakenecker, Divisional President Germany and Switzerland bei Mastercard: „Gerade im öffentlichen Nahverkehr werden die Vorteile von mobilem und kontaktlosen Zahlen deutlich – denn im Gegensatz zum Münzeinwurf geht es schnell und ist dabei noch einfach und sicher.“

Die Zusammenarbeit mit der BVG ist Teil der Smart Cities Initiative von Mastercard. Weltweit werden Städte dabei unterstützt, smarte Lösungen für ihre Einwohner und Besucher zu entwickeln. Im Fokus stehen innovative Bezahlösungen, die den Alltag der Menschen und die Erlebnisse in den Städten ver-

bessern. Das Unternehmen arbeitet bereits mit mehr als 150 Städten zusammen – darunter London, Tallin und Prag – um Menschen und Unternehmen einen besseren Zugang zu den wichtigsten Bedürfnissen wie Verkehr, Bildung, Beschäftigung und Finanzdienstleistungen zu ermöglichen.

## 1822direkt kündigt Google Pay an

Die 1822direkt, die Direktbank-Tochtergesellschaft der Frankfurter Sparkasse, hat per Twitter angekündigt, den Kunden ab dem Frühjahr Google Pay anzubieten. Damit ist die 1822direkt das dritte Institut aus der Sparkassen-Gruppe, das mit Google Pay zusammenarbeiten will.

Die BW Bank, die zur Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) gehört, war bereits kurz nach dem Deutschland-Start von Google Pay im Sommer 2018 mit dem Angebot an den Markt gegangen (SOURCE 7/2018, S. 1). Die DKB hatte Ende November 2018 angekündigt, ihren Kunden Google Pay ab Frühjahr 2019 anzubieten (SOURCE 12/2018, S. 4).

## Wirecard baut Zusammenarbeit mit Google Pay in Europa aus

Wirecard baut seine Zusammenarbeit mit Google Pay aus und stellt seine mobile Bezahl-App boon in Großbritannien, Irland und Spanien für die Wallet-Lösung von Google zur Verfügung.

Mit boon können Verbraucher Peer-2-Peer-Payments und Onlinezahlungen nutzen, eine digitale boon Mastercard zu Google Pay hinzufügen und sie erhalten einen Echtzeitüberblick über alle Transaktionen – alles unabhängig von Banken oder Mobilfunkanbietern.

Mit der aktuellen Erweiterung von boon ist die mobile Zahlungslösung von Wirecard nun in Großbritan-

nien, Irland und Spanien über die vier digitalen Bezahlplattformen anwendbar: Apple Pay, Fitbit Pay, Garmin Pay und jetzt auch Google Pay.

boon ist bereits in Deutschland, Frankreich und Italien für Google Pay nutzbar. Unter iOS von Apple ist boon in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Italien, der Schweiz und Spanien verfügbar.

## Swatch startet SwatchPay in der Schweiz

Swatch hat Mitte Januar eine neue Uhrenserie im traditionellen Design angekündigt, die eine komfortable Bezahlfunktion bietet. Sie basiert auf Lösungen von Giesecke+Devrient Mobile Security für die Daten- und Transaktionssicherheit: einer Wearable Enablement Platform, einer Wearable App und einem eingebetteten Secure Element. Nach ihrem Launch in China im Sommer 2017 ist die Kreditkarten-Uhr jetzt auch in der Schweiz erhältlich.

Nutzer können ihre neuen Uhren in den Swatch-Stores mit der SwatchPay-App personalisieren, die der Schweizer Uhrenhersteller gemeinsam mit G+D Mobile Security entwickelt und gestaltet hat. Die App bietet Anwendern die Möglichkeit, die Bezahlfunktion der Uhr in Verbindung mit ihrer persönlichen Zahlungskarte (Visa- oder Mastercard-Kreditkarte oder Debitkarte) zu aktivieren. Im Backend generiert G+D dann einen Token mit exklusiven Kartenzugangsdaten, die auf das in der Uhr eingebettete Secure Element geladen werden. Sobald dieser Prozess beendet ist, können Anwender ihre SwatchPay-Uhr für Bezahlvorgänge an jedem kontaktlosen Point-of-Sale-Terminal nutzen. Diese Bezahl-Transaktionen benötigen keinerlei Strom und haben daher keinen negativen

**Fortsetzung Seite 5**



### Fortsetzung von Seite 4

Einfluss auf die Batterieleistung. Die Token können auf der Uhr je nach Bedarf vom Anwender jederzeit deaktiviert oder gelöscht werden.

Für die Abwicklung der Zahlungen kooperiert Swatch mit Wirecard. Zum Einsatz kommt die Mobile-Payment-Lösung boon. Diese Lösung

funktioniert unabhängig von Banken und Netzbetreibern.

Die Technologie für die Provisionierung von Geräten mit kontaktloser Bezahlung über eine Wearable Enablement Platform hat G+D Mobile Security entwickelt. Diese Plattform ermöglicht Herstellern, ihren Uhren neue und hochsichere Funktionen einfach und ohne Beeinträchtigung der Batterielaufzeit

oder größere Auswirkung auf das Design hinzuzufügen. G+D bietet darüber hinaus die zugehörigen Backend-Services für die Token-Bereitstellung und das Lebenszyklus-Management des eingebetteten Secure Element. Die Lösung beinhaltet auch eine Zusatz-App, die eine komfortable Oberfläche für den Anwender zur Verwendung des Service bietet.

## EU-Kommission: 570 Millionen Euro Geldbuße für Mastercard

Die Europäische Kommission hat am 22. Januar bekannt gegeben, dass sie eine Geldbuße von rund 570 Millionen Euro gegen Mastercard verhängt hat, weil das Unternehmen die Möglichkeit von Händlern, bessere Konditionen von Banken aus anderen Ländern des Binnenmarkts zu nutzen, unter Verstoß gegen die EU-Kartellvorschriften beschränkt hat.

EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager: „Die europäischen Verbraucher benutzen Zahlungskarten jeden Tag, wenn sie Lebensmittel oder Kleidung kaufen oder etwas im Internet bestellen. Die Regelungen von Mastercard haben Händler daran gehindert, bessere Konditionen von Banken in anderen Mitgliedstaaten in Anspruch zu nehmen. So wurden die Kosten für Kartenzahlungen künstlich in die Höhe getrieben – zum Nachteil der Verbraucher und der Einzelhändler in der EU.“

Nach den Regelungen von Mastercard mussten die Händlerbanken (Acquirer) die Interbankenentgelte desjenigen Landes anwenden, in dem der Einzelhändler ansässig war. Vor der Einführung von Entgeltobergrenzen zum 9. Dezember 2015 durch die Interbankenentgelt-Verordnung unterschieden sich die Interbankenentgelte im Europäischen Wirtschaftsraum von Land zu Land erheblich. Aufgrund

der Regelungen von Mastercard konnten Händler in Ländern mit hohen Interbankenentgelten nicht von niedrigeren Entgelten profitieren, die von Acquirern in anderen Mitgliedstaaten berechnet wurden. Im April 2013 leitete die Kommission ein förmliches Kartellverfahren gegen Mastercard ein, um zu prüfen, ob dessen Regelungen für das grenzüberschreitende Acquiring gegen die EU-Kartellvorschriften verstießen. Im Juli 2015 richtete die Kommission eine Mitteilung der Beschwerdepunkte an das Unternehmen.

Die Untersuchung der Kommission ergab, dass Einzelhändler aufgrund der Regelungen von Mastercard für das grenzüberschreitende Acquiring mehr für die Kartenzahlungsdienste von Banken zahlten, als wenn sie günstigere Angebote hätten wählen können. Die Regelungen führten zu höheren Preisen für Einzelhändler und Verbraucher sowie zu einer künstlichen Segmentierung des Binnenmarkts und schränkten den grenzüberschreitenden Wettbewerb ein.

Die EU-Kommission war deshalb der Meinung, dass die Regelungen von Mastercard verhinderten, dass Einzelhändler von niedrigeren Entgelten profitieren konnten, und den grenzüberschreitenden Wettbewerb von Banken beschränkten.

Dieser Verstoß gegen die EU-Kartellvorschriften endete, als Mastercard seine Entgelte anpasste, als die Interbankenentgelt-Verordnung in Kraft trat.

Die EU-Kommission kam zu dem Schluss, dass die Regelungen von Mastercard bis zum 9. Dezember 2015 gegen Artikel 101 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) verstoßen, der Vereinbarungen zwischen Unternehmen oder Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen verbietet, die den Wettbewerb im EU-Binnenmarkt verhindern, einschränken oder verfälschen.

Nach Auffassung der Kommission bilden Mastercard und die Lizenznehmer, die Karten der Mastercard-Marken ausgeben oder mit diesen Karten als Acquirer für Händler tätig sind, zusammen eine Unternehmensvereinigung. Daher beschloss die EU-Kommission, eine Geldbuße gegen Mastercard zu verhängen.

Die EU-Kommission weist darauf hin, dass Mastercard mit ihr zusammenarbeitete, indem das Unternehmen den Sachverhalt und die Verstöße gegen die EU-Wettbewerbsvorschriften anerkannte. Im Gegenzug gewährte die Kommission dem Unternehmen eine Ermäßigung der Geldbuße um zehn Prozent.

## E-Commerce

### Lotto Bayern nutzt Verifikationsdienste von giropay

Kunden von Lotto Bayern können jetzt mit giropay-ID ihre Volljährigkeit und Kontoverbindung schnell und einfach online bestätigen lassen. Lotto Bayern ist nach den Lottogesellschaften Hessen, Brandenburg, Niedersachsen und Nordrhein- Westfalen die fünfte Gesellschaft des Deutschen Lotto- und Totoblocks, die ihren Kunden die Bezahlung mit giropay oder die Verifikation mit giropay-ID anbietet. Deutsche Lotterien sind gesetzlich dazu verpflichtet, die Volljährigkeit und Bankverbindung ihrer Kunden

zu überprüfen. Erst im Anschluss ist eine Spielteilnahme in vollem Umfang möglich. Mit giropay-ID ist dies bei Lotto Bayern nun fallabschließend möglich. Jeder Kunde, der sich auf der Website von Lotto Bayern registriert und die Verifikation mit giropay-ID auswählt, wird direkt zum Online-Banking seiner Hausbank weitergeleitet. Hier meldet er sich wie gewohnt mit seinen Zugangsdaten an. Nach erfolgreichem Login bestätigt der Kunde mit Eingabe einer TAN, dass er seine Volljährigkeit und Kontoverbindung gegenüber Lotto Bayern bestätigen lassen möchte. Während der Kunde zurück zu Lotto Bayern geleitet

wird, erhält die Lottogesellschaft parallel das Verifikationsergebnis von der Hausbank und kann das Kundenprofil vollumfänglich freischalten. Der gesamte Vorgang dauert mit giropay-ID nur einige Sekunden.

Joerg Schwitalla, Geschäftsführer der giropay GmbH: „giropay-ID ist ein sehr kundenfreundliches Produkt, das Händlern viele Vorteile bringt. Denn die Verifikation von Alter und Kontoverbindung wird voll elektronisch durchgeführt – ohne Medienbruch und zusätzliche Registrierung. Der Händler erhält die Bestätigung unmittelbar und kann das Kundenkonto sofort freischalten.“

## Unternehmen

### Bluecode: Auszeichnung und Ausbau

Die europäische Mobile-Payment-Lösung Bluecode hat im Rahmen der Payment Exchange (PEX) Ende Januar in Berlin von einer Fachjury in der Kategorie Kundennutzen die Auszeichnung „Goldene Transaktion“ erhalten. Die Jury bestand aus Katharina Schneider (Handelsblatt), Nils Wischmeyer (Süddeutsche Zeitung), Karsten Traum (Deutsche Kreditbank DKB), Juliane Schmitz-Engels (Mastercard), Hanno Bender (Lebensmittel Zeitung), Sven Korschinowski (KPMG) und Christina Cassala (finletter). Die Jury hat vor allem die Vision von Bluecode überzeugt, gemeinsam mit Banken und Handel ein eigenes gesamteuropäisches Zahlungsnetzwerk für Mobile Payment aufzubauen, um Europa im mobilen Zahlungsverkehr unabhängiger von nicht-europäischen Be-

zahlendiensten zu machen und dabei gleichzeitig für Endkunden digitale Mehrwerte im alltäglichen Leben zu schaffen.

Christian Pirkner, CEO der Blue Code International AG: „In den letzten Monaten haben wir rechtlich wie technisch das erste unabhängige und europaweit gültige Mobile-Payment-System etabliert, das bargeldlos Bezahlen per Android-Smartphone, iPhone und Apple Watch gemeinsam mit Mehrwertservices nach europäischen Regeln ermöglicht. Beim Bezahlvorgang werden im Sinne des europäischen Datenschutzrechts keine persönlichen Daten auf dem Handy gespeichert oder übertragen. Bluecode ergänzt die eigentliche Zahlung um zusätzliche Mehrwerte, beispielsweise wird die Kundenkarte automatisch beim Bezahlvorgang übergeben ohne diese gesondert vorzeigen zu müssen oder auch ein digitaler Beleg erstellt. Diese Art von Mehrwerten ist besonders für

Händler attraktiv und bei Endkunden für die Nutzung entscheidend.“ Mehr als 100 europäische Partnerbanken, namhafte Acquirer und führende Handelsketten wie die Rewe-, die Galeria Kaufhof- und die Spar Österreich-Gruppe unterstützen bereits den europaweiten Rollout von Bluecode und die Integration in Registrierkassen, Automaten, Banking- und Retail-Apps. 2018 hat Bluecode zudem die Technologie der weltweit größten Paymentplattform Alipay aus China integriert, die über 700 Millionen aktive Nutzer zählt und mit der man nun gemeinsam in Europa expandiert. Erst kürzlich startete die Galeria Kaufhof-Gruppe deutschlandweit dieses Angebot, dabei verwendet Alipay die europäische Infrastruktur von Bluecode. So können Händler von europäischer wie auch chinesischer Kaufkraft profitieren.

Aktuell fokussiert sich Bluecode auf

**Fortsetzung Seite 7**

## Unternehmen

### Fortsetzung von Seite 6

zwei Bereiche, um Mobile Payment für die breite Masse attraktiver zu machen. Zum einen werden die Mehrwertservices für Kunden weiter ausgebaut und mit dem mobilen Bezahlen kombiniert. Handelspartner können beispielsweise digitale Stempelkarten, Punkteprogramme, Lotterien oder Kundenkarten-Verknüpfungen direkt über Bluecode abwickeln und treue Kunden mit Gutscheinen und Rabatten per Smartphone belohnen. Zum anderen wird die Integration in Apps von Banken angestrebt. Christian Pirkner: „Durch die Öffnung des mobilen Zahlungsverkehrs – Stichwort PSD2 – drohen Banken, die Kundenreise an außereuropäische Drittanbieter zu verlieren. Mit einer europäischen Lösung wie Bluecode können Banken ihren Privatkunden Mobile Payment anbieten und die Kundenreise in ihrer eigenen Banking-App behalten, damit sie weiterhin an der Wertschöpfung teilhaben und die Kundendaten sicher in Europa verwahren können.“

### CardProcess wird zu VR Payment

Mit der Ende Januar abgeschlossenen Neuausrichtung der CardProcess zum kundenzentrierten Spezialunternehmen VR Payment will die genossenschaftliche Finanzgruppe die strategische Bedeutung des Payments unterstreichen. Um die Zugehörigkeit zur Genossenschaftlichen Finanzgruppe Volksbanken Raiffeisenbanken zu betonen, firmiert das Unternehmen seit Anfang 2019 als VR Payment GmbH und ist der zentrale Payment-Spezialist des Verbundes. In der Rolle des Payment Service Providers entwickelt VR Payment innovative und kundenorientierte Lösungen rund um das bargeldlo-

se Bezahlen. Dafür wurde in den letzten zwei Geschäftsjahren in die Modernisierung des Unternehmens und den Ausbau der Marktposition als Partner des Verbundes investiert. Damit hat das Unternehmen wichtige Voraussetzungen für Wachstum, Gewinn zusätzlicher Marktanteile und Ertragssteigerungen für die genossenschaftliche FinanzGruppe im Payment geschaffen.

Thomas Ullrich, Aufsichtsratsvorsitzender der VR Payment GmbH: „Mit der Stärkung der Aktivitäten rund um das Händlergeschäft entsteht durch VR Payment ein Mehrwert für die VR-Banken und ihre Kunden, der zur Stärkung der Profitabilität der Gruppe führt.“ Dr. Andreas Martin, Vorstandsmitglied des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR): „VR Payment soll den Anspruch der genossenschaftlichen Finanzgruppe unterstreichen, für unsere Kunden im Handel als kompetenter Partner rund um bargeldloses Bezahlen zur Verfügung zu stehen. Die Bündelung von Know-how in einem Unternehmen wird die gemeinschaftliche Marktbearbeitung intensivieren und neue innovative Services ermöglichen.“

Carlos Gómez-Sáez, Vorsitzender der Geschäftsführung der VR Payment GmbH: „Die Substitution von Bargeld bietet viel Raum für Umsatzwachstum für die Volksbanken und Raiffeisenbanken.“

Auf Basis von rund 120.000 POS-Terminals und gut 4,7 Millionen Kreditkarten verarbeitet VR Payment insgesamt ein Transaktionsvolumen von etwa 38 Milliarden Euro. Für das E-Geldinstitut arbeiten rund 300 Mitarbeiter an den Standorten Ettlingen und Frankfurt am Main. VR Payment ist ein Unternehmen der DZ BANK-Gruppe.

### CCV Deutschland: Neue Android-Terminals

CCV konnte jetzt als erster Terminalhersteller die Zertifizierung nach TA 7.2 beim Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands (VÖB) ablegen. Die geforderten Testfälle wurden am Desktopterminal „CCV Base Next“ nachgestellt.

Der neue Technische Anhang (TA) 7.2 beinhaltet erstmalig das gemeinsame Zulassungsverfahren nach DC POS 3.0 (kontaktlos und kontaktbehafet).

Mit den neuen Android-Terminals und dem zugehörigen App-Markt-platz „CCVStore“ präsentiert CCV eine POS-Lösung, die weit über reines Payment hinausgeht. Die Android-Terminalhardware ist sowohl als mobile Variante (CCV Mobile A920) als auch stationäre All-in-One-Lösung (CCV POS E800) erhältlich. Beide Varianten können als Basisterminals rein für Payment genutzt werden und eröffnen darüber hinaus mit dem CCV-Store alle Vorteile der Android-Welt und der zugehörigen Apps.

Für Händler wird das Terminal zum „Smartphone“ des eigenen Business: eine Vielzahl an Geschäftsvorfällen und Mehrwerte können abgebildet werden, beginnend bei der Kassen-App, über Kundenbewertung bis hin zur einfachen Teilnahme an Bonusprogrammen.

Für Multiplikatoren, Netzbetreiber und Kassenintegratoren bietet der CCVStore gerade im Backoffice eine neue, effiziente Art des Terminalmanagements. Updates, Mitteilungen oder Reportings lassen sich übersichtlich und schnell im Dashboard einstellen und in Echtzeit versenden.

Start-ups und App-Provider können, nach erfolgter Prüfung durch CCV, eigene Apps im CCVStore anbieten und auch bewerben.

## Unternehmen

### Concardis und A1 Telekom Austria: Bezahllösung für den österreichischen Markt

Seit Mitte Januar bietet der österreichische Telekom-Marktführer A1 gemeinsam mit dem Full-Service Payment Provider Concardis Geschäftskunden umfassende IT- und Zahlungsservices aus einer Hand an. „A1 Payment“ umfasst Bezahlterminals, Servicepakete wie NFC- und Mobile Wallet-, Debit- und Kreditkarten-Akzeptanz sowie Transaktionsverarbeitung für Unternehmen. Inkludiert sind auch SIM-Karten und Datenvolumen für mobile Terminals.

Martin Resel, A1 CCO Enterprise: „Sowohl die IT- und Telekommunikationsbranche als auch der Payment-Sektor werden heute durch neue digitale Technologien bestimmt. Für uns lag es daher auf der Hand, Synergien zu heben, unsere Produktpalette zu erweitern und unseren Kunden noch mehr Service zu bieten.“

Robert Hoffmann, CEO der Concardis Payment Group: „Mit A1 haben wir einen starken Partner gewonnen, um gemeinsam im österreichischen Markt weiter zu wachsen. Dank der Kooperation erhalten Kunden jetzt alle Services rund um Telekommunikation und Payment von einem einzigen Anbieter – mit persönlichem Support vor Ort.“

Das A1 Service-Team übernimmt die komplette Installation und Wartung der Bezahlterminals und ist innerhalb von vier Stunden beim Kunden – sieben Tage die Woche, 24 Stunden am Tag, in ganz Österreich.

Die Kooperation von A1 und Concardis umfasst neben „A1 Payment“ auch die Entwicklung von

weiteren Branchenangeboten und E-Commerce-Lösungen sowie die internationale Expansion des Angebots.

### Feig: Neues Kontaktlos-Terminal

Feig Electronic hat mit „cVend PIN“ ein neues Terminal für kontaktlose Zahlungen an Ticket-Automaten entwickelt und damit die cVend-Produktfamilie erweitert. Es ist für Kontaktlos-Zahlungen gedacht, bei denen wegen der Überschreitung des vorgegebenen Limits (z.B. 25 Euro) eine PIN-Eingabe erforderlich ist. Das neue Terminal soll die Installations- und Wartungskosten reduzieren, unter anderem dadurch, dass weniger Komponenten zu verkabeln sind.

### Fiserv will First Data übernehmen

Die beiden Processing-Unternehmen Fiserv, Brookfield/Wisconsin, und First Data, Atlanta/Georgia, haben am 16. Januar bekannt gegeben, dass Fiserv First Data im Rahmen eines Aktientausches übernehmen will. Fiserv bietet je First-Data-Aktie 0,303 seiner eigenen Aktien an. Fiserv-Aktionäre würden an dem fusionierten Unternehmen 57,5 Prozent halten, Aktionäre von First Data 42,5 Prozent. CEO des neu entstehenden Konzerns mit Sitz in Brookfield soll der bisherige Fiserv-CEO Jeffery Yabuki werden. Der bisherige CEO von First Data, Frank Bisignano, wird operativer Vorstand. First Data ging 2015 an die Börse und betreut nach eigenen Angaben sechs Millionen Einzelhändler und 4.000 Finanzinstitute in rund 100 Ländern.

Die Transaktion soll in der zweiten Jahreshälfte 2019 abgeschlossen werden. Der neue Konzern soll innerhalb der von fünf Jahren rund 900 Millionen Dollar an laufenden Kosten einsparen, unter anderem

durch Rationalisierungen in der Verwaltung und der technischen Infrastruktur.

Die Private-Equity-Firma KKR ist an First Data beteiligt und hält derzeit noch 39 Prozent der Stammaktien. KKR unterstützt die Fusion und wird nach der Transaktion noch 16 Prozent an dem neuen Unternehmen halten, wie das Wall Street Journal berichtet.

### Giesecke+Devrient: Neues Unternehmen für App-Sicherheit

Giesecke+Devrient (G+D) hat im Januar ein Spin-out gegründet. Mit der neuen Build38 GmbH überträgt G+D seine Aktivitäten rund um das Thema sichere Apps und sichere mobile Software an ein eigenständiges Unternehmen.

Build38 richtet seine Konzentration darauf, das Angebot von G+D für mobile Software-Sicherheit und App-Intelligenz weiterzuentwickeln und zu vertreiben. Das Portfolio des Spin-outs zielt auf App-Entwickler sowie Großunternehmen und bietet ihnen Funktionen für Sicherheit, Kontrolle, Verbindung und Reporting. Auf dieser Basis sollen sie ihre spezifischen Lösungen für iOS und Android schneller und kostengünstiger entwickeln können. Für seine Geschäftstätigkeit übernimmt Build38 die Basis-Technologien TAK, TAKPlus und CyWall aus der G+D Mobile Security GmbH, einem Unternehmensbereich der G+D-Gruppe. Zu seinem Start verfügt Build38 bereits über europäische und asiatische Kunden aus den Bereichen Automotive, Transit und Identität.

Als Geschäftsführer von Build38 fungiert Dr. Christian Schläger, zuvor Group Vice President von G+D. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in München; darüber

**Fortsetzung Seite 9**



## Unternehmen

### Fortsetzung von Seite 8

hinaus verfügt es über eine Vertriebstochter in Singapur und ein eigenes Entwicklungsteam in Barcelona. Das Start-up, hinter dem acht Gründer stehen, wird zunächst von G+D Ventures finanziert. Für die nächsten zwei Jahre ist geplant, weitere Investoren zu gewinnen und dadurch noch schneller zu wachsen.

Ralf Wintergerst, CEO der G+D Gruppe: „Die Ausgründung von Build38 ist ein wichtiger Schritt für Giesecke+Devrient. Zum ersten Mal in seiner Geschichte ermöglicht es Mitarbeitern, sich auch finanziell zu beteiligen. Die Gründung des Spin-outs erlaubt uns, schneller auf Marktveränderungen zu reagieren und Start-up-affinen Mitarbeitern noch mehr unternehmerische Eigenständigkeit zu bieten.“

Dr. Christian Schläger: „Durch Build38 machen wir ein wichtiges Nischenthema unseres Konzerns zum Kernthema eines eigenen Unternehmens. Dadurch können wir unsere Software noch gezielter auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichten und ihnen neue Lösungen, etwa aus der Cloud, schneller zur Verfügung stellen.“

### heidelpay verstärkt sich mit Universum Group

Die heidelpay Group hat die Frankfurter Universum Group übernommen, einen Spezialisten für den White Label-Rechnungskauf. Die Zustimmung durch das Bundeskartellamt erfolgte Ende Januar. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Durch die Akquisition gehört die Inhouse-Payment-Lösung FlexiPay der Universum Group nun auch zum eigenen Produktangebot von heidelpay.

Mit der Übernahme des Pay-later- und Inkasso-Spezialisten aus Frankfurt will heidelpay das Wachstum der vergangenen Jahre weiter beschleunigen. Für 2019 erwartet die Unternehmensgruppe nahezu eine Verdoppelung des Umsatzes auf rund 90 Millionen Euro. Die Gruppe erwartet zudem, dass sich bis Ende dieses Jahres das abgewickelte Händlervolumen im Vergleich zum Einstiegsjahr der Private Equity Gesellschaft AnaCap Financial Partners verzehnfachen wird. heidelpay konnte sein Transaktionsvolumen zwischen 2017 und 2018 auf knapp sechs Milliarden Euro verdreifachen und die Anzahl der durchgeführten Transaktionen um 150 Prozent steigern.

### Monese: Neue Einzahlungsmöglichkeit Sofort

Monese, ein globaler und mobiler Banking Service, führt die Sofort-Überweisung als Einzahlungsmöglichkeit in Deutschland und Österreich ein. Damit können Kunden von Monese jetzt direkt in der App in wenigen Schritten ihren Monese-Kontostand über eines ihrer anderen Bankkonten aufladen. Dafür ist lediglich der Zugang zum Online-Banking notwendig.

Mit dem Start der Partnerschaft zwischen Monese und Sofort stehen den Kunden nun drei Wege offen, ihr Konto aufzuladen: per Banküberweisung, per Mastercard- oder Visa-Debitkarte und nun per Sofort-Überweisung.

Monese-Kunden können täglich mindestens zehn und maximal 300 Euro mit Sofort auf ihr Konto überweisen, monatlich können nicht mehr als 600 Euro per Sofort eingezahlt werden. Innerhalb dieser Konditionen sind Sofort-Aufladungen bis Ende Februar unabhängig von der Betragshöhe und Anzahl der Transaktionen kostenlos. Ab

1. März wird je nach Konto eine gewisse Anzahl an Transaktionen gebührenfrei sein, danach fallen pro Überweisung zwei Euro Nutzungsgebühr an.

Zunächst wird der Service ausschließlich in Deutschland und Österreich angeboten. In den nächsten Wochen soll das Angebot auch Kunden in Italien, Spanien, Belgien und den Niederlanden zugänglich sein.

### qp-systems: Kooperation TA Triumph-Adler für Terminal-Anbindung

Die zunehmenden technischen Anforderungen für den Anschluss von Terminals gestatten immer weniger eine „Plug & Play“-Anbindung. Auch die telefonische Unterstützung bei der Anbindung eines Terminals ans Netz wird immer zeitaufwendiger und ist meist doch erfolglos, sodass ein Technikereinsatz vor Ort erforderlich wird.

Eine Lösung für diese zunehmenden Anforderungen bietet nun die qp-systems GmbH als Dienstleister an. Mit Beginn dieses Jahres wurde die Zusammenarbeit zwischen der TA Triumph-Adler und der qp-systems erweitert. Die bereits bestehende Kooperation der beiden Häuser beim bundesweiten Vor-Ort-Service mit 300 zertifizierten Technikern wurde nun um das Servicepaket „Depot-Service Plus“ ergänzt. Dabei sind die Techniker-Vor-Ort-Einsätze mit Reaktionszeiten „First und Second Business Day“ als Standard inkludiert. Die Reaktionszeiten können unter bestimmten Bedingungen auf bis zu 6 Stunden reduziert werden. Die qp-systems ist mit diesem Dienstleistungspaket ein Anbieter sowohl für technische und kaufmännische Netzbetreiber als auch für Terminalhersteller und Händler.

## Unternehmen

### Volksbank in der Ortenau übernimmt Weiglein Computerkassen

Mit Wirkung zum 1. Januar 2019 gehört die Firma Weiglein Computerkassen GmbH aus Würzburg zur Volksbank in der Ortenau eG Unternehmensgruppe, Offenburg. Weiglein vertreibt bundesweit Kassen- und Warenwirtschaftslösungen. Durch die 100prozentige Übernahme der Gesellschaftsanteile erweitert die Bank ihre vertikale Wertschöpfungskette um den Bereich Kassensysteme und setzt ihre strategische Expansion im Geschäftsfeld Zahlungssysteme fort. Mit dem Partner Volksbank in der Ortenau als alleinige Gesellschafterin ist nicht nur die langfristige Unternehmensnachfolge geregelt, sondern es entstehen vor allem neue Wachstumschancen und Perspektiven.

Die Firma Weiglein ist ein Familienunternehmen in zweiter Generation. Die bisherige geschäftsführende Gesellschafterin Michaela Weiglein bleibt Geschäftsführerin des Unternehmens. Um eine Vernetzung zwischen Würzburg und Offenburg sicherzustellen, übernimmt Angela Migliazza zusätzlich zu ihrer Tätigkeit in Offenburg Verantwortung in Würzburg. Sie wurde zur Prokuristin der Weiglein GmbH bestellt.

Die Weiglein Computerkassen GmbH hat bei mehreren tausend Kunden ihre Kassensysteme installiert. Sie vertreibt Kassensysteme (Hard- und Software). Meist findet man diese Kassensysteme in der Gastronomie, in Kantinenbetrieben, in der Hotellerie, im Einzelhandel sowie in Schwimm- und Freizeitbädern. Die Kassensysteme werden verkauft oder vermietet. Den technischen Support stellen die Mitarbeiter rund um die Uhr sicher. Zubehör und Handelsware wie z.B.

**Fortsetzung Seite 11**

## Termin-Tipps für SOURCE Leser

*Die SOURCE-Redaktion wählt Termine aus und macht in einem Kurzkomentar unter anderem Angaben darüber, zum wievielten Mal die jeweilige Veranstaltung stattfindet und welche Referenten bei der Veranstaltung auftreten.*

### 19.3. – 20.3.2019 ProfitCard in Berlin

*Veranstalter:* inTime Berlin,

Plüschowstraße 5 b, 14163 Berlin, Tel. 030/809058-14

*Kurzkomentar:* Die Konferenz findet zum neunzehnten Mal statt – 2019 zum dritten Mal in Berlin – und konzentriert sich auf die wirtschaftlichen Aspekte des Kartengeschäftes – sowohl auf der Privatkunden- als auch auf der Firmenkundenseite. Die inhaltlichen Schwerpunkte liegen diesmal bei den aktuellen Entwicklungen in den Bereichen Digitalisierung des Kartengeschäfts, Mobile Payment und elektronische Kunden-Identifizierung.

Beim Thema Digitalisierung werden einzelne Banken darüber berichtet, welche Schritte konkret geplant sind, welche Konsequenzen dies für das jeweilige Geschäftsmodell hat, wie sich dadurch die Kundenbeziehungen verändern und welche Auswirkungen auf Kosten- und Erlösstrukturen zu erwarten sind. Nicht zuletzt geht es dann auch um die Frage, welche Rolle Karten in der Digitalisierungsstrategie spielen? Mobile Payment erlebte 2018 – Dank Apple Pay und der entsprechenden Berichterstattung auf sämtlichen medialen Kanälen – einen Höhepunkt in der öffentlichen Aufmerksamkeit. Die ProfitCard wird sich anhand konkreter Praxisbeispiele aus dem deutschen Markt damit beschäftigen, wie sich Apple Pay, Google Pay und die mobile girocard auf Kundenbindung, Neukunden-Gewinnung, Kartentransaktionen und -umsätze auswirken.

Vorträge und Diskussionsbeiträge kommen u.a. von Dr. Jörg Howein (solarisBank), Matthias Hach (comdirect bank), Marco José Rodrigues (Degussa Bank), Harald Flatscher (PSA Payment Services Austria), Carsten Muerl (Mastercard), Volker Koppe (Visa), Ronnie Brunner (Netcetera), Christiane Neumüller (SIA), Uwe Härtel (Entersekt), Matthias Hönisch (BVR), Ingmar Besch (Bank-Verlag), Frank Jorga (WebID) und Christoph Jung (Concardis).

Am Vorabend der ProfitCard findet die Eröffnung des neuen Flagship-Store der ZIIB Zahlungssysteme statt.

### 7.5. – 8.5.2019 EHI Kartenkongress in Bonn

*Veranstalter:* EHI Retail Institute

Spichernstraße 55, 50672 Köln, Tel. 0221/57993-51

*Kurzkomentar:* Neben den neuesten Ergebnissen der EHI-Untersuchungen zur Entwicklung des kartengestützten Zahlungsverkehrs im Handel sowie zum Online-Payment stehen wieder Praxisberichte aus Handelsunternehmen über ihre Erfahrungen mit Kredit- und Debitkarten sowie die Themen „Instant Payments“, „Mobile Payment“ und „Omni-channel-Payment“ auf dem Programm.

### Weitere Termine:

**19.2. – 21.2.2019 EuroCIS** in Düsseldorf

**4.6.2019 Informationsveranstaltung der DK** in Berlin

**25.6. – 26.6.2019 Payment-Symposium der S-Payment** in Stuttgart

## Unternehmen

### Fortsetzung von Seite 10

Papierrollen für die Kassen werden ebenfalls angeboten.

Weiglein ergänzt die bisherigen Tochterunternehmen der Volksbank Unternehmensgruppe im Bereich Zahlungssysteme. Die First Cash Solution GmbH ist für das Händlerkundengeschäft sowie für elektronisches und bargeldhaftes Bezahlen im stationären wie auch im E-Commerce Geschäft zuständig. Die POS Cashservice GmbH (Dresden) ist der digitale Vertriebsarm im Händlerkundengeschäft und betreut mehrere tausend, meist kleinerer Akzeptanzstellen im ganzen Bundesgebiet.

Markus Dauber, Vorstandsvorsitzender der Volksbank in der Ortenau: „Wir rücken mit unserem Angebot in der Wertschöpfungskette einen weiteren Schritt nach vorne. Kassensysteme und Warenwirtschaftssysteme werden zunehmend miteinander verschmelzen. Die jeweils vorhandenen Kundenportfolien bieten für beide Seiten erhebliches Wach-

stumspotential. Wir gehen damit den nächsten, aber noch nicht den letzten Schritt im Rahmen unserer Strategie eines Full-Service-Anbieters im Zahlungsverkehr für mittelständische Kunden mit stationären und digitalen Vertriebswegen.“

### Worldline: Neues Terminal Yumi

Worldline präsentiert mit Yumi ein neues Zahlterminal, das die Interaktion zwischen Kunden und Händlern verbessern soll. Das Terminal verknüpft Online- und Offline-Handel im Sinne zeitgemäßer Omnichannel-Strategien und lässt sich an den Markenauftritt des jeweiligen Einzelhändlers anpassen. Als intuitiv gestalteter Interaktionspunkt für alle Verkaufskanäle lässt sich das Terminal um 360 Grad drehen, so dass es stets dem Kunden zugewandt ist.

Das Android-Betriebssystem bietet eine Reihe von Apps, mit denen Händler das Kundenerlebnis weiter ausbauen können.

Yumi lässt sich in händlereigene POS-Systeme integrieren oder als

eigenständiges Terminal nutzen. Es ist in zwei Konfigurationen erhältlich: entweder als stationäres Terminal für den Ladentisch oder als mobiles Terminal mit einer ganzen Reihe an Anbindungsmöglichkeiten.

Vincent Roland, Managing Director von Worldline Merchant Services: „Yumi verändert die Interaktion zwischen Händlern und Verbrauchern grundlegend: Es ist die Antwort auf das zunehmende Bedürfnis von Händlern und Kunden nach effektiver und intuitiver Interaktion. Mit seinem schlanken, modernen Design ermöglicht Yumi ein völlig neues Omnichannel-Erlebnis für Händler und Verbraucher.“

### ZIIB Zahlungssysteme: Payment-Showroom und Meeting-Location

Im März 2019 eröffnet die ZIIB Zahlungssysteme ihren Payment-Store mit Meeting-Location zum Anfassen und Erleben in der Otto-Suhr-Allee in Berlin-Charlottenburg. Hier wird Bezahlen erstmals live und zum Ausprobieren gezeigt.

**Fortsetzung Seite 12**

## Bestellung per Fax: +49(0)2334-500 78 48

Ich/wir bestelle(n) \_\_\_\_\_ **Jahresabonnement** des Informationsdienstes **SOURCE** zum Preis von 288 Euro, Studentenabonnement 94,50 Euro) jeweils zzgl. MwSt.

**Bitte ankreuzen:**

- Lieferung per E-Mail als PDF (ohne weitere Versandkosten)
- Lieferung als gedruckte Ausgabe per Post (zzgl. Versandkosten, zzgl. MwSt.)

SOURCE erscheint Mitte eines jeden Monats. Das Abonnement verlängert sich um 1 Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von 6 Wochen zum Jahresende gekündigt wird.

Name, Vorname	Firma/Institution	Funktion
Straße	PLZ, Ort	Telefon
E-Mail: _____	Datum, Unterschrift _____	
<small>Widerrufsrecht: Ich weiß, dass ich die Bestellung von Werken im Fortsetzungsbezug innerhalb von 10 Tagen widerrufen kann. Dazu genügt das rechtzeitige Absenden an den Verlag. 2. Unterschrift:</small>		2. Unterschrift _____

## Unternehmen

### Fortsetzung von Seite 11

Auf rund 150 Quadratmetern präsentiert die ZIIB bargeldlose Bezahlösungen für Handel, Gastronomie und Geschäfte aller Art. Mit einem umfangreichen Angebot an Hard- und Software von namhaften Kooperationspartnern sowie Kas-

sensystemen versteht sich die ZIIB als Bindeglied in dem sonst sehr heterogenen Payment-Geschäft. Den Auftakt macht das Grand Opening des Flagship-Stores am Montag, den 18. März, dem Vorabend der ProfitCard. Zur Eröffnungsfeier sind Vertreter aus Deutschlands Payment-Branche und Handel eingeladen. Bei diesem ersten Netzwerktreffen sind die Präsentation

neuer Payment-Terminals, Automatenlösungen und Kassensysteme und ein Austausch über aktuelle und zukünftige Bezahlrends für den Point of Sale sowie im E-Commerce geplant. Weitere Veranstaltungen für Interessenten aus dem Handel und der Payment-Branche befinden sich in der Planung. Der ZIIB Payment-Store ist offen für weitere Partnerschaften.

## Personen

**Matthias Rörig** führt als neuer Vice President und General Manager bei American Express den Bereich Global Merchant and Network Services Deutschland und Österreich. Er folgt dabei auf Sonja Scott, die mittlerweile die Position als Country Manager Deutschland innehat. Matthias Rörig leitet in seiner neuen Position den Ausbau des Akzeptanzpartnergeschäfts in Deutschland und Österreich. Zuvor war er seit 2011 bei der Payback GmbH als Director Partner Management für Deutschland tätig. Außerdem war er als Head of Sales

maßgeblich am Start des Payback-Programms in Österreich im Mai 2018 beteiligt. Vorher arbeitete er als Director CRM & Loyalty Solutions bei der arvato AG und verantwortete die Konzeption und den Betrieb diverser Kundenkartenprogramme sowie Kundenclubs und weiterer Loyalty-Aktivitäten.

Das Team Customer Lifecycle Management bei Payback steht jetzt neu unter der Führung von **Antonia Siebald** (31) und wird weiter ausgebaut und. Die CRM-Expertin ist in dieser Rolle insbesondere dafür verantwortlich, Kunden in dem Bonusprogramm durch eine rasche

und wertschätzende Reaktion in Bezug auf das jeweilige Kundenverhalten weiterzuentwickeln. Mit Hilfe von Real-Time Marketing und trigger-basierter Kommunikation kann man innerhalb von Sekunden auf den Nutzer reagieren. Vor Payback war Antonia Siebald als Consultant bei TME tätig. Im Anschluss startete sie als General Management Trainee bei Loyalty Partner mit mehreren Stationen, unter anderem auch im Bereich Lifecycle Management. Ab Mitte 2015 arbeitete sie als CEO Referentin Europe bei Payback, danach beim Mutterkonzern American Express in New York.

## Source Informationsdienst - [www.b-b-hamburg.de](http://www.b-b-hamburg.de)

### Impressum

**Herausgeber:** Frank Braatz (Hamburg), Ulrich Brinker (Hagen)

**Redaktion:** Frank Braatz, Bergstedter Chaussee 107 c, 22395 Hamburg  
Tel. 0178/858 25 40, [redaktion@b-b-hamburg.de](mailto:redaktion@b-b-hamburg.de)

**Verlag:** B+B publish, Inhaber Frank Braatz  
Bergstedter Chaussee 107c, 22395 Hamburg  
Tel. 0178/858 25 40

Abobetreuung: Ulrich Brinker, Iserlohner Str. 93, 58119 Hagen  
Tel. 02334/5 00 78 47, Fax 02334/5 00 78 48, [publish@b-b-hamburg.de](mailto:publish@b-b-hamburg.de)

**Druck:** SDK Systemdruck, Maarweg 233, 50825 Köln

**ISSN:** 0947-0174; Erscheinungsweise: Mitte eines jeden Monats

**Bezugspreis:** Jahresabonnement 288,- Euro. Studentenabonnement 94,50 Euro jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer und Versandkosten (nur bei Printausgabe). Das Jahresabonnement verlängert sich um jeweils ein Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von 6 Wochen zum Kalenderjahresende gekündigt wird.



**Frank Braatz**, Chefredakteur und Mit-herausgeber von **Source**, ist Wirtschaftswissenschaftler. Nach seinem Studium arbeitete er

als Referent im Bereich „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ beim Deutschen Handelsinstitut (DHI, heute EHI RetailInstitute). Unter anderem überarbeitete er die Studie „Zahlung per Karte“. Nach dem Wechsel zu einem Hamburger Verlag war er bis November 1993 leitender Redakteur einer Fachzeitschrift über Kartensysteme.