



PAYSYS REPORT

Ausgabe 2 – Juni 2023

In dieser Ausgabe:

1. PSD3: EU-Kommission befürwortet Verlängerung des Surcharging-Verbots trotz Kritik
 2. "New Debit"- Boom 2022 in Deutschland?
-

Inhalt

1. PSD3: EU-Kommission befürwortet Verlängerung des Surcharging-Verbots trotz Kritik

Das Bundeskartellamt empfiehlt Ausnahmen von der Surcharging-Erlaubnis aufzuheben und so den Wettbewerb zwischen verschiedenen Zahlungssystemen zu stärken. Die gegenwärtige Arbeit an einer PSD3 würde hierzu Gelegenheit bieten. Die EU-Kommission scheint jedoch wenig geneigt, relevante Änderungen an der Surcharging-Regulierung vorzunehmen. Das ist zu bedauern, da ein erweitertes Recht auf Surcharging die Chance böte, Regulierungen an anderer Stelle abzubauen.

2. "New Debit"- Boom 2022 in Deutschland?

Im europäischen Debitkartenmarkt kämpfen die internationalen und nationalen Card Schemes um Marktanteile. In Deutschland soll sich laut einer aktuellen Umfrage der Umsatz mit den Debitkarten von Mastercard und Visa 2022 vervierfacht haben. Ist das inländische Scheme Girocard auf dem Rückzug? Wir machen den Faktencheck.

PSD3: EU-Kommission befürwortet Verlängerung des Surcharging-Verbots trotz Kritik

(mk) Das Bundeskartellamt (BKartA) hat sich in seiner Stellungnahme zur öffentlichen Konsultation der überarbeiteten Zahlungsdiensterichtlinie (Richtlinie (EU) 2015/2366, „PSD2“) vom 2. August 2022 auf den Punkt Surcharging konzentriert.¹

In der gegenwärtig gültigen Fassung der PSD2 ist Surcharging in Artikel 62 geregelt. Absatz (3) besagt, dass es dem Zahlungsempfänger nicht verwehrt werden darf, eine Surcharge zu verlangen. Allerdings beschränkt der gleiche Absatz die Höhe der Surcharge auf die Höhe der direkten Kosten der Zahlungsakzeptanz. Absatz (4) untersagt Surcharges bei Überweisungen, Lastschriften und Zahlungsinstrumenten, die unter die Interchange Fee Regulierung (Verordnung (EU) 2015/751) fallen, also Zahlungskarten. Zudem gibt Absatz (5) den Mitgliedstaaten das Recht, Surcharging zu verbieten oder einzuschränken. Von diesem Recht haben etliche Mitgliedsstaaten Gebrauch gemacht.

De facto ist also das Recht von Zahlungsempfängern eine Surcharge zu erheben, stark eingeschränkt. Dies wird vom Bundeskartellamt kritisiert, vor allem mit Blick auf das

Verbot von Surcharging bei den meisten kartenbasierten Zahlungen. Die Erlaubnis von Surcharging würde, so das Bundeskartellamt, den Wettbewerb fördern und zu niedrigeren Kosten der Kartenakzeptanz führen. Allerdings sollten die Surcharges „kostenbasiert“ sein, wie es Artikel 62(3) vorsieht.

Konkret schlägt das Bundeskartellamt vor, Artikel 62(4) und (5) zu streichen, also die Ausnahmen von der Surcharging-Erlaubnis.

Wie sehr das Thema Surcharging dem BKartA am Herzen liegt zeigt sich auch an anderer Stelle. Am 23.1.2023 verkündete das BKartA, dass es ein Verfahren gegen PayPal eingeleitet hat. PayPal wird vorgeworfen den Wettbewerb zu behindern und den Preiswettbewerb einzuschränken. Konkret geht es um die in den Nutzungsbedingungen von PayPal für Deutschland festgelegten „Regeln zu Aufschlägen“ – also zu Vertragsklauseln, die Surcharging betreffen.

Unser Kommentar:

Das Thema Surcharging ist schon immer kontrovers diskutiert worden. Die meisten Kartenzahlungs-

Schemes sahen ein Verbot von Surcharging vor. Dies hatte zur Folge, dass ein Scheme, das seine Gebühren auf der Händlerseite erhöhte, relativ wenig zu befürchten hatte. Denn die Auswahl des Zahlungsinstrumentes liegt meist bei den Karteninhabern. Diese zahlen in der Regel keine Transaktionsgebühren und können möglicherweise sogar Bonuspunkte oder sonstige Incentives erwerben. Dem Händler bleibt da nur als letztes Mittel, überhaupt auf teure Brands zu verzichten. Eine

solche Entscheidung haben die Händler jedoch vielfach gescheut.

Ein Verbot von Vertragsklauseln die Surcharging betreffen wurde deshalb schon frühzeitig erwogen, um den Händlern ein Mittel in die Hand zu geben, relativ teure Zahlungsarten für den Kunden unattraktiv zu machen und so den Preiswettbewerb zwischen den Schemes zu fördern.

Die Europäische Kommission hat ein Verbot von No-Surcharging-Regeln bereits in der ersten Zahlungsverkehrsrichtlinie (PSD1) vorgesehen. Allerdings sah die PSD1 genauso wie die PSD2 eine Opt-Out Option für die Mitgliedsländer vor. Diese Opt-Out Option spiegelte die Überzeugung der Kommission wider, dass ein Recht auf Surcharging die Marktmacht der Karten-Schemes nicht wirklich effektiv beschränken würde. Diese Ansicht basierte auf den Ergebnissen von empirischen Studien, die zeigten, dass Surcharging kaum praktiziert wurde, selbst dort, wo es erlaubt war.²

Als Instrument gegen den Missbrauch von Marktmacht hat man insgesamt der Surcharge-Möglichkeit nicht viel Effektivität zugemessen. Daher konzentrierte sich die EU-Kommission auf die Regulierung der Interchange-Gebühren. Dies war auch noch bei der PSD2 der Fall. Dort ging man dieser Logik folgend noch einen Schritt weiter und untersagte Surcharging bei den Kartenzahlungen, die unter die Interchange Fee Regulierung (IFR) fallen.

Es gibt jedoch auch Stimmen, die Surcharging kritisch sehen. So zeigen einige theoretische Modelle, dass Surcharging es Händlern mit Marktmacht erlaubt, zu Lasten der Karteninhaber hohe Surcharges zu verlangen.³

Auch von Praktikern werden Einwände gebracht. Vor allem in Branchen, in denen Transaktionen nicht mehr rückgängig gemacht werden können, etwa Taxifahrten oder Tanken, kann es vorkommen, dass Händler Ihre Kunden mit unerwartet hohen Surcharges „überraschen“. Dies ist vor allem dann zu befürchten, wenn es sich bei Kunden vermutlich um einmalige Käufer

Thema „Surcharging“ 2009 – 2012: Auch im PaySys Report ein großes Thema

(alle Artikel gibt es zum kostenfreien Download unter www.paysys.de/paysys-report/)

Ausgabe Oktober 2012

2. Surcharging: News from Australia and the UK

Ausgabe Februar 2012

4. UK government wants to restrict surcharging

Ausgabe September/Okttober 2011

1. Surcharging partly allowed in Denmark

Ausgabe Juni/Juli 2011

3. Surcharging rules included in Consumer Protection Directive

Ausgabe Mai 2011

3. Super-complaint“ against surcharging in the UK

Ausgabe September 2010

3. Surcharging criticized by UK consumer body

Ausgabe Dezember 2009

4. Surcharging: Ryanair loses in German court

Ausgabe Juni 2009

3. Germany allows no-surcharging rules

handelt, also zum Beispiel Tagestouristen. Solche Gefahren sind von Konsumentenschützern angeprangert worden⁴ und auch die Regulatoren haben sie gesehen. Deshalb sind Regeln, die grundsätzlich Surcharging ermöglichen, meist auch mit dem Zusatz verbunden, dass solche Surcharge-Gebühren nicht höher sein dürfen als die Gebühren, die ein Händler seinerseits an Zahlungsdienstleister zahlt.

Dem Handel würde eine Möglichkeit gegeben, sich gegen hohe Gebühren zu wehren.

Bei Surcharging gibt es also Risiken und Nebenwirkungen zu beachten, während gleichzeitig der Nutzen lange Zeit als eher beschränkt angesehen wurde.

Mittlerweile haben jedoch zwei Faktoren dazu geführt, dass das Thema Surcharging wieder auf der Agenda steht.

Zum einen hat es seit der regulatorischen Absenkung der Interchange-Gebühren (IF) einen spürbaren Anstieg der Scheme Fees gegeben. So klagt der Handel vielfach darüber, dass der Rückgang der IF z.T. durch eine Erhöhung der Scheme-Gebühren neutralisiert worden ist. Hierauf verweist auch das Bundeskartellamt.

Regulierung in Australien

Zum anderen hat sich in Australien eine Surcharge-Regulierung etabliert, die vielfach als Erfolg angesehen wird⁵ und die auch vom Bundeskartellamt als Positivbeispiel herangezogen wird.

Das Australische Beispiel zeigt aber auch, dass eine Regulierung von Surcharging keineswegs trivial ist, sondern etliche Details einbeziehen muss.⁶ Dazu gehört

natürlich eine Festlegung der Kostenelemente, die bei einer „kostenbasierten“ Surcharge einbezogen werden können sowie eine Festlegung der Zahlungsverfahren, bei denen Surcharges zulässig sind.⁷

Dann sind Fragen zu klären, ob Blending (einheitliches Aufgeld für verschiedene Zahlungsinstrumente) erlaubt sein soll (Australien: nicht erlaubt)⁸ und es muss geregelt werden, wer für die Durchsetzung zuständig ist (in Australien ist es die Australian Competition and Consumer Commission „ACCC“). Geregelt werden muss auch, wie die Kunden von einem Händler über Surcharges zu informieren sind. Schließlich ist zu erwägen, ob es für bestimmte Sektoren Sonderregeln geben soll; in Australien ist dies zum Beispiel für das Taxigewerbe der Fall.

Die Idee, Einschränkungen des Surcharging zu verbieten und so Surcharging allgemein möglich zu machen, hat einen gewissen Charme. Den Zahlungsempfängern, d.h. insbesondere dem Handel würde eine Möglichkeit gegeben, sich gegen hohe Gebühren zu wehren. Gleichzeitig werden damit aber auch Missbrauchsmöglichkeiten geschaffen. Damit das ganze gut funktioniert, muss der regulative Rahmen gut ausbalanciert sein.

Das führt schnell zu komplexen Regeln, Regeln die zu dem bestehenden regulatorischen Rahmen hinzukommen, der bereits sehr komplex ist. Da fragt sich, ob man nicht im Gegenzug auch Regeln abbauen kann.

Surcharging-Erlaubnis statt IFR

Wenn Interchange-Gebühren weniger wichtig geworden sind und wenn der Handel sich via Surcharges gegen hohe Gebühren wehren kann, dann stellt sich eigentlich automatisch die Frage, ob die Interchange Fee Regulierung noch von Nöten ist.

Natürlich könnten die Regulatoren auch noch einen „draufsatteln“ und jetzt zusätzlich die Scheme-Gebühren regulieren. Dann hätten wir eine Regulierung von

- Interchange Fee
- Surcharges
- Scheme Fees

Hätte das noch etwas mit Markt und Wettbewerb zu tun? Wohl kaum. Es wäre schön, wenn sich Wettbewerbsbehörden wie das Bundeskartellamt auch einmal in dieser Richtung aus dem Fenster lehnen würden und eine Abschaffung von Regulierungen forderten. Das würde nicht zuletzt auch dem Wettbewerb guttun!

PSD3 & PSR

Bisher sieht es jedoch nicht danach aus, als ob die EU-Kommission den Anregungen des Bundeskartellamts folgen würde.

Art. 108 der PSD2 verlangt die Überprüfung der Angemessenheit und der Auswirkungen der aktuellen Regelungen zum Surcharging festgelegt im Art. 62. Seit Februar 2023 liegt die von VVA und CEPS durchgeführte Review-Studie zur PSD2 vor.⁹

Der Review-Bericht empfiehlt keine Änderungen des Art. 62.

In dem Bericht ist Surcharging nur noch ein Randthema, das die Gemüter im Markt offensichtlich kaum noch erregt. Nach Ansicht der Berichtersteller erfüllen die bisherigen Regelungen offenbar ihr Ziel (weitere Harmonisierung) und negative Auswirkungen sind nicht evident (S. 48).

Bei einigen Marktteilnehmer ist Surcharging zwar noch ein Thema (S. 143). Das Surcharging-Verbot für Händler würde zu höheren Endpreisen führen, die alle Verbraucher treffen würden. Auch würde das Verbot zu höheren Scheme Fees führen, eine logische Erklärung für diese These bleibt der Bericht allerdings schuldig.

Da die sog. „Alternative Payment Methods“ nicht vom Verbot betroffen sind, sehen andere Teilnehmer einen Wettbewerbsnachteil für diese Zahlungsinstrumente. Es bleibt allerdings unklar, ob und in welchem Umfang in diesem Marktsegment Surcharging praktiziert wird.

Der Review-Bericht empfiehlt daher keine Änderungen des Art. 62. Zur Erhöhung der Markttransparenz schlägt es allerdings eine Art Register vor, in dem die jeweiligen optionalen nationalen Regelungen gemäß Art. 62 (5) enthalten sind, die über das Surcharging-Verbot der PSD2 gemäß Art. 62 (4) hinausgehen.

In dem neuen Vorschlag¹⁰ der Kommission für eine PSD3 bzw. PSR (Payment Services Regulation) ist die bisherige Regelung zum Surcharging (Art. 62) nun Bestandteil der vorgeschlagenen PSR (Art. 28). Der Entwurf zeigt nur geringfügige Änderungen gegenüber der bisherigen Regelung.

Das Surcharging-Verbot bezog sich bislang nur auf Euro-Überweisungen und -Lastschriften. Das Verbot soll nun auch auf die entsprechenden Transaktionen ausgedehnt werden, die in nationalen Währungen der Mitgliedsstaaten erfolgen.

Sie geht weiterhin davon aus, dass 95% der Kartenzahlungen vom Surcharging-Verbot betroffen sind.¹¹ Sonst zeigt die Kommission sich zufrieden mit der bisherigen Regulierung: *„Evidence gathered during the review of Directive (EU) 2015/2366 shows that the current rules on charges are appropriate and had a positive impact“* (Erwägungsgrund 48 der PSR).

"New Debit"- Boom 2022 in Deutschland?

(hg) Die Ergebnisse der jährlichen Händlerbefragung des EHI Retail Institute (EHI) sorgten im Mai 2023 für eine kleine Überraschung. Im stationären Einzelhandel (ohne Hotels, Restaurants, Tankstellen, T&E, E-Commerce usw.) soll sich der Umsatzanteil der Zahlungen mit den Debitkarten der internationalen Kartensysteme (ICS: Debit Mastercard, Visa Debit, V PAY und Maestro) in einem Jahr **vervierfacht** haben.

Seit vielen Jahren melden die an der Umfrage beteiligten Händler einen fast gleichbleibenden Nischenanteil, schwankend zwischen 0,8 und 1%. Der Umsatz soll sogar im Vorjahr 2021 (3,3 Mrd. €) gegenüber 2020 (4,1 Mrd. €) rückläufig gewesen sein, um dann 2022 raketenhaft auf 13,4 Mrd. € (Anteil 2,9%) anzusteigen.

Was ist da plötzlich los im deutschen Kartenmarkt? Haben Banken in dieser Periode massiv die Karten des deutschen Card Schemes „Girocard“ gegen „New Debit“ der ICS (Debit Mastercard und Visa Debit) ausgetauscht? Wurde

Deutschland von österreichischen und niederländischen Touristen („heavy user“ von Maestro oder demnächst nach Migration Debit Mastercard) überrannt?

Oder haben sogar die deutschen Konsumenten mit ihren co-badged Debitkarten endlich den gelben Knopf am POS-Terminal entdeckt? Mit dieser Taste kann man (dank der Interchange Fee Regulation 2015) das vom Händler voreingestellte Brand „Girocard“ gegen ein Brand der ICS austauschen.

In unserem Beitrag werden wir den „New Debit“-Markt in Deutschland etwas näher beleuchten und der Ursache für diese disruptive Entwicklung auf den Grund gehen.

..

Unser Kommentar:

Debit boomt. Zumindest im Euro-Raum ist der Anteil des Kartenumsatzes, der mit Debitkarten getätigt wird, von 60% (2014) auf 71,2% (2021) gestiegen. Siehe Graphik 1. Die Covid-bedingten Lockdowns haben den Trend 2020 erheblich verstärkt. Der Anteil wäre noch höher, wenn man die Prepaid-Karten, die insbesondere in Italien populär sind, hinzuaddieren würde.

Die Debitkarte ist das Kerngeschäft der nationalen Kartensysteme (DCS). Bedingt durch die erhöhte Vorliebe für diese Kartenart konnten die DCS während der Covid-Pandemie den Abwärtstrend ihrer Marktanteile in der EU (27) 2020 gegenüber den ICS erfolgreich auf 50% stabilisieren. Siehe unseren PaySys-Report Ausgabe 10/2021.

Von den ICS war bislang nur Visa traditionell stark auf Debitkarten fokussiert. In der EU (inkl. UK) waren ca. 70% der Visa-Karten als Debitkarten herausgegeben (neue Zahlen liegen nicht vor). Mastercard hat mittlerweile mit einem neuen Produkt „Debit Mastercard“ (DMC) nachgezogen.

Außerdem haben die Schemes Mastercard und Visa angekündigt, ihre bisherigen als Co-Badging genutzten Debitmarken Maestro und V PAY auslaufen zu lassen. Brand-mäßig ergibt sich nun ein klares Bild. In den sieben EU-Mitgliedsstaaten mit nennenswerten DCS werden nun Visa Debit und Debit Mastercard sowohl als co-badged Marke für die DCS als auch „single-branded“ als Konkurrenzprodukt zu den jeweiligen Karten der DCS angeboten.

Folgen der IF-Regulation

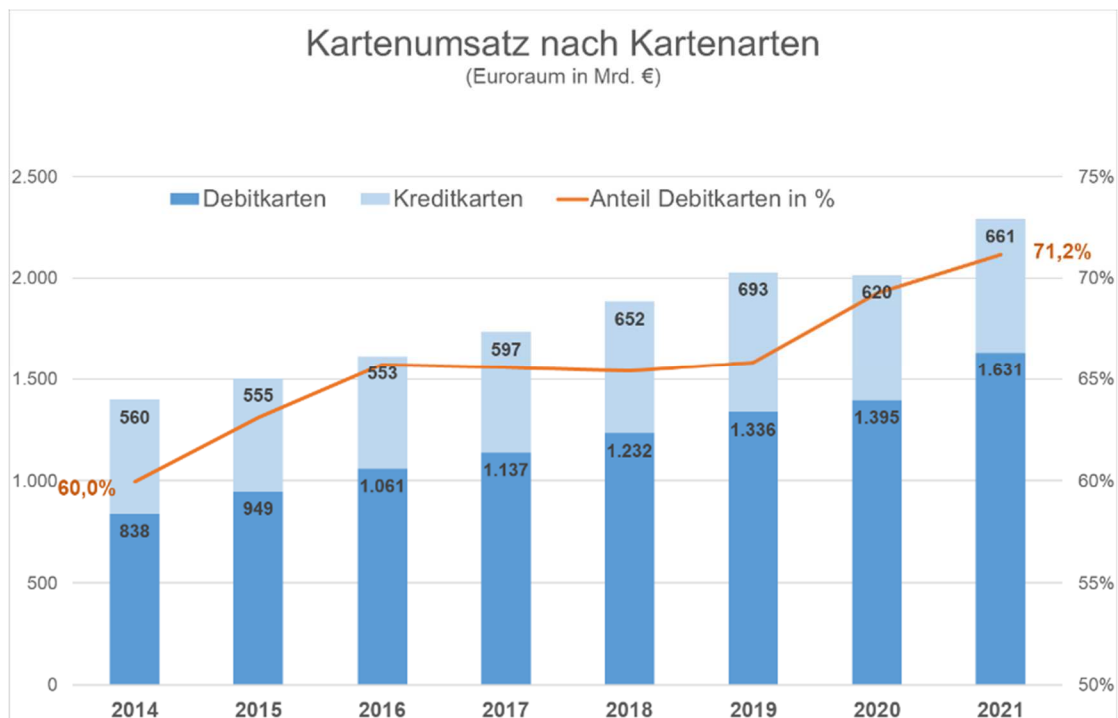
Die Senkung der Interchange Fees für Debitkarten auf 0,2% (IFR 2015) führte insbesondere zu einer Senkung der IF der ICS-Debitkarten, da die IF der DCS bereits auf diesem Niveau oder darunter lagen. Als Folge dieser Angleichung zeigten Händler eine zunehmende Bereitschaft, die ICS-Karten zu akzeptieren. Damit sank oder verschwand in den meisten Ländern mit DCS die noch vor der IFR existierende Akzeptanzlücke zwischen den DCS und den ICS.

Für die Issuer in den Mitgliedstaaten mit einem DCS stellt sich als Folge dieser Entwicklung die Frage, ob die Ausgabe einer co-badged Karte weiterhin sinnvoll ist. Mit einer single-branded Karte eines ICS wäre sowohl die inländische als auch die grenzüberschreitende (weltweite) Akzeptanz weiterhin gewährleistet. Je nachdem wie auf nationaler Ebene im jeweiligen DCS die

Höhe der (inversen) Interchange Fees für ATM-Abhebungen multilateral geregelt ist, könnte gegebenenfalls die Anwendung der relativ niedrigen IF der ICS für den Issuer zu einer Kostensenkung führen. Andererseits sind Issuer oft Miteigentümer des jeweiligen DCS, so dass ein opportunistisches Ausscheren aus der Gemeinschaft des DCS nicht nur den eigenen Vermögenswert reduziert, sondern auch als unsolidarisches Verhalten gewertet werden kann.

Co-Badging ist rückgängig

In einigen der sieben EU-Mitgliedsstaaten mit nennenswerten DCS, wie z. B. Italien, Frankreich und Deutschland sehen wir derzeit eine abnehmende Bedeutung des Co-Badging-Phänomens. Mehrere Issuer migrieren ihre herkömmlichen co-badged Kartenportfolios auf single branded ICS-Karten, wie Debit Mastercard oder Visa Debit.



Graphik 1: Quelle: ECB Data Warehouse; Umsatz (ohne ATM) der von Payment Service Providers (PSP) mit Residenz im Euroraum ausgegeben Karten ergänzt um ELV-Umsatz mit Girocard in Deutschland.

In **Italien** führte diese Strategie einiger wichtiger Issuer (darunter UniCredit und Intesa Sanpaolo) zu einer Abnahme des Anteils der co-badged Karten (PagoBancomat + ein ICS-brand) am Gesamtbestand der von italienischen Issuern ausgegebenen Zahlungskarten, insbesondere der co-badged Karten mit zwei Debit-Applikationen. Die auf Kartengeschäft und Zahlungsverkehr spezialisierte Unternehmensberatung CleverAdvice (Mailand) schätzt der Anteil der co-badged Karten 2022 nur noch auf ca. 30-32% gegenüber 45-47% vor fünf Jahren.¹²

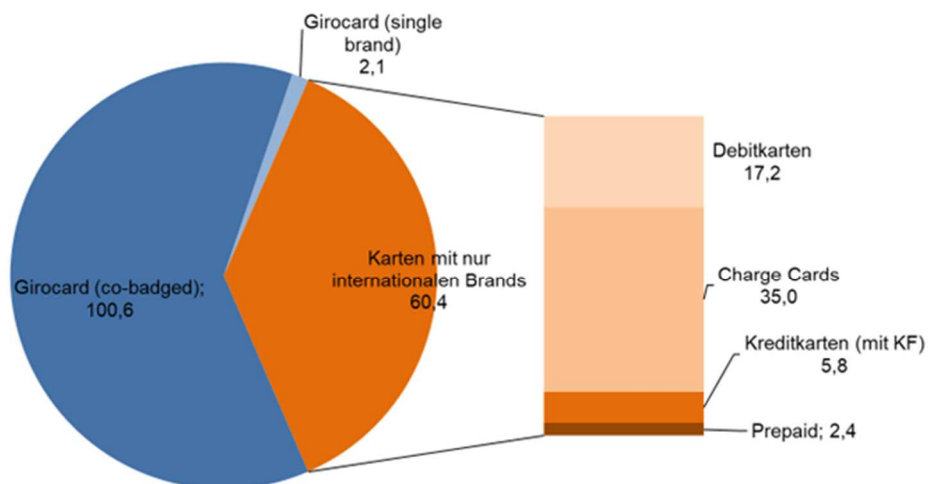
Der gleiche Trend macht sich in **Frankreich** bemerkbar. Vor wenigen Jahren hat z. B. die französische Bankengruppe BPCE (ein Zusammenschluss von Sparkassen und Volksbanken¹³) angekündigt, ca. 40% der insgesamt 14 Mio. Karten nicht länger co-badged mit dem DCS „Cartes Bancaires“, sondern als single-branded Visa-Karte herauszugeben. Im nächsten Jahr soll dieser Migrationsprozess rechtzeitig zu den olympischen Sommerspielen in Paris abgeschlossen sein. Der Anteil

der co-badged Zahlungskarten am Gesamtbestand der Zahlungskarten in Frankreich betrug 2018 noch 86%. Seitdem ist der Anteil rückgängig. Die Unternehmensberatung Galitt¹⁴ schätzt bedingt durch den BPCE-Deal und durch die Kartenstrategie einiger Digitalbanken einen Anteil von nur noch 80% oder sogar weniger zum Ende 2022.

Entwicklung in Deutschland

Auch in Deutschland sinkt die Quote der co-badged Zahlungskarten. Die Anzahl der in der Regel co-badged ausgegebenen Girocards (DCS) stagniert auf ca. 100 Mio., die single-badged Karten der ICS nehmen dagegen weiterhin zu (2021: +3%). In diesem Segment sehen wir eine Verschiebung der Gewichtung zugunsten der Debitkarten (2021: +34%) mit einem Gesamtbestand von 17,2 Mio. Karten (2020: 12,8 Mio.). Siehe Graphik 2.

Das hohe Wachstum der Anzahl der ICS-Debitkarten der in Deutschland ansässigen Issuer ist die Folge



Graphik 2: Marktanteile (2021) der Girocard und der ICS auf Basis der ausgegebenen Karten (in Mio.) der in Deutschland ansässigen Issuer; KF = Kreditfunktion (Quelle: PaySys-Kartenmarktstatistik)

unterschiedlicher Produktstrategien, insbesondere der filiallosen Direkt- und Neobanken:

- ICS-Debitkarte als (kostenlose) Primärkarte zum Girokonto; auf Wunsch co-badged Girocard als kostenpflichtige Zweitkarte (z. B. DKB, ING)
- ICS-Debitkarte only; keine Ausgabe der (co-badged) Girocard (z. B. Targobank, Santander, N26)
- ICS-Debitkarte als optionale Zweitkarte zum Girokonto (neben der co-badged Girocard) oder als stand-alone-Produkt (z. B. Deutsche Bank, Commerzbank)
- ICS-Debitkarte als neues „Prepaid“-Produkt ohne Girokontoanbindung (z. B. mehrere Sparkassen)

Gegenüber einer Girocard bietet die ICS-Debitkarte einen entscheidenden Vorteil: Die Karte ist im E-Commerce einsetzbar. Die Nutzung im E-Commerce ist bei der Girocard bislang noch begrenzt auf ein bestimmtes Karteninhabersegment und Wallet (Sparkassenkunden via Apple Pay).

Eine Vervierfachung des Umsatzes der ICS-Debitkarten hat es im deutschen Einzelhandel 2022 nicht gegeben.

Das Wachstum dieser ICS-Debitkarten ist im deutschen Markt beachtlich. Die Anzahl der Karten (inkl. Prepaid) wird zum Ende 2022 auf ca. 25 Mio. geschätzt. Visa veröffentlichte Mitte Mai 2023 eine aktuelle Zahl in Höhe von 14 Mio. Debitkarten. Diese ICS-Debitkarten sind kein neues Phänomen und machen sich schon seit einigen Jahren statistisch deutlich bemerkbar.

„New debit“ ist demnach kein kometenhaftes Phänomen des Jahres 2022, wie die neuen EHI-Ergebnisse suggerieren. Bereits 2021 meldeten manche Netzbetreiber einen Debit-Anteil (gemessen am Umsatz) von ca. 30% am physischen POS sowohl für Visa als auch für Mastercard. Offensichtlich haben die 17 Mio. ICS-Debitkarteninhaber 2021 einen großen Bogen um den von der EHI-Umfrage erfassten Einzelhandel gemacht, um dann im Jahr darauf – zusammen mit dazu gekommenen Karteninhabern – plötzlich dort aufzutauchen. Ein sehr unwahrscheinliches Ergebnis.



Kurzfristige disruptive Änderungen in Zahlungsverkehrsstatistiken haben in der Regel zwei Ursachen: Besondere externe Ereignisse, die die Zahlungsgewohnheiten schlagartig beeinflussen (wie Corona-Lockdowns, Russland-Sanktionen usw.) oder – ganz banal – statistische Fehler, oft verursacht durch den befragten Datenerhebungsanbieter.

Es ist davon auszugehen, dass viele befragte Einzelhändler für das Jahr 2021 die Debitkartenumsätze der ICS-Karten versehentlich oder unwissend als Kreditkartenumsätze deklariert haben. Aufgrund von Marktgegebenheiten ist der angebliche Anstieg, um über 300% sonst nicht zu erklären. Eine Vervierfachung des Umsatzes der ICS-Debitkarten hat es im Einzelhandel 2022 nicht gegeben.

Damit fällt auch ein weiteres überraschendes Ergebnis der EHI-Umfrage in sich zusammen. Der Umsatz mit Kreditkarten der ICS (ohne Debit) war laut EHI 2022 in absoluten Zahlen rückgängig (minus 1,3%)! Der Marktanteil verringerte sich von 9% (2021) auf 8,2%. Gleichzeitig melden Netzbetreiber hohe zweistellige Wachstumsraten dieser Karten am physischen POS für das

„New debit“ ist kein kometenhaftes Phänomen des Jahres 2022.

Statt über 300% (EHI) wäre das Wachstum allerdings „nur“ ca. 30%.

betreffende Jahr. Der angebliche Rückgang des Kreditkartenumsatzes ist die einfache Folge davon, dass die EHI-Umfrage erst 2022 die ICS-Debitkarten nennenswert statistisch erfasst und erst jetzt aus dem Topf „Kreditkarten“ (vermutlich größtenteils) herausnimmt.

Erst wenn man beide Töpfe (Kreditkarten und „Debit international“) zusammennimmt, zeigt die EHI-Umfrage ein halbwegs realistisches Bild. Das Umsatzvolumen der ICS steigt um 23% und der Anteil an sämtlichen Zahlungsmitteln (inkl. Bargeld) steigt von 9,8 auf 11,1%.

Auf Basis der Issuer-Daten der Bundesbank für deutsche Debitkarten betrug der Umsatz der ICS-Debitkarten 2021 ca. 23,1 Mrd. €. ¹⁵ Wenn man der Umsatz im Ausland und im E-Commerce abzieht, verbleiben ca. 12,7 Mrd. € als Umsatz am physischen POS im Inland. Aufgrund des Anteils des Girocard-Umsatzes, der im Einzelhandel (ohne Tankstellen, T&E-Bereich usw.) stattfindet, betrug der ICS-Debit-Umsatz in diesem Segment ca. 9,1 Mrd. €. Siehe Graphik 3. In dem 2021-Ergebnis der EHI-Umfrage fehlt dieser ICS-Debit-Umsatz weitgehend. Der EHI meldet nur 3,3 Mrd. €, vorwiegend bestehend aus Umsatz ausländischer Debitkarten der ICS.

Nach der gleichen Systematik kann der Umsatz im Einzelhandel für das Jahr 2022 auf ca. 11,8 Mrd. € geschätzt werden. Siehe Graphik 3 ¹⁶ Dazu kommt noch der Umsatz ausländischer Debitkarten der Brands Mastercard und Visa. Das EHI-Ergebnis in Höhe von 10,6 Mrd. € (2022) ¹⁷ ist damit vermutlich noch zu gering. Vermutlich landet weiterhin noch ein nicht geringer Umsatz im Topf „Kreditkarten“.

Diese Korrekturen haben gravierende Implikationen für die Schätzung der Wachstumsrate der ICS-Debitkarten-Umsätze. Statt über 300% (EHI) wäre das Wachstum allerdings „nur“ ca. 30% ¹⁸.

Pflicht zum Co-Badging?

Als Reaktion auf die alarmierende Nachricht, dass der New-Debit-Umsatz sich im Einzelhandel innerhalb eines Jahres vervierfacht hat, forderte der Handelsverband Deutschland HDE noch am gleichen Tag politische Konsequenzen. Wenn Girocard-Transaktionen durch New Debit ersetzt werden, zahlt der Händler in der Regel höhere Kosten. Nicht nur die IF ist höher (Girocard ca. 0,17 vs. ICS-Debit 0,2%), sondern auch die Scheme Fees und Acquirer-Entgelte.

Der HDE plädiert deshalb in seiner Pressemitteilung vom 10. Mai 2023 für eine „*verpflichtende Co-Badging-Lösung*“. Jeder Issuer sollte zwei voneinander unabhängige „*Zahlverfahren*“ auf einer Karte anbieten. Vermutlich zielt der HDE auf zwei unterschiedliche Brands und nicht auf die Co-Badge-Variante „*Zahlungsanwendung*“ ab (z. B. Debit- und Kreditfunktion auf einer Karte). Es bleibt unklar, ob der Gesetzgeber (Berlin oder Brüssel?) eingreifen soll oder ob man eine Selbstverpflichtung des Kreditgewerbes fordert. Wird die Verpflichtung nur für Debit- oder auch für Kreditkarten gefordert?

Ich halte die Idee - abgesehen von der geringen Chance einer Umsetzung - für wenig zielführend. Die Aufhebung des Surcharging-Verbotes (siehe auch den ersten Beitrag in diesem Report) wäre ein effektiveres Mittel zum Wettbewerb statt irgendwelcher Verpflichtungen.

Manche Glaskugel-Fans mögen diese Diskussion sowieso für völlig überflüssig halten. Kartenzahlungen seien auf dem Rückzug, in physischer Form sowieso. Bei einer Kartenzahlung mittels Handy habe sich das Co-Badging-Thema in der Regel erledigt.

Demnächst würden wir - so die Hell- und Fernseher - statt Karte außerdem am POS vorwiegend Handy-getriebene instant Account-to-Account-Zahlungen tätigen. In dieser neuen A2A-Welt heißt das neue Co-Badging demnach: EPI oder digitaler Euro.

Aber hier muss man erst einmal abwarten. Meine Fernprognose: In 10 Jahren wird die Kartenzahlung am POS-Terminal weiterhin dominieren.¹⁹

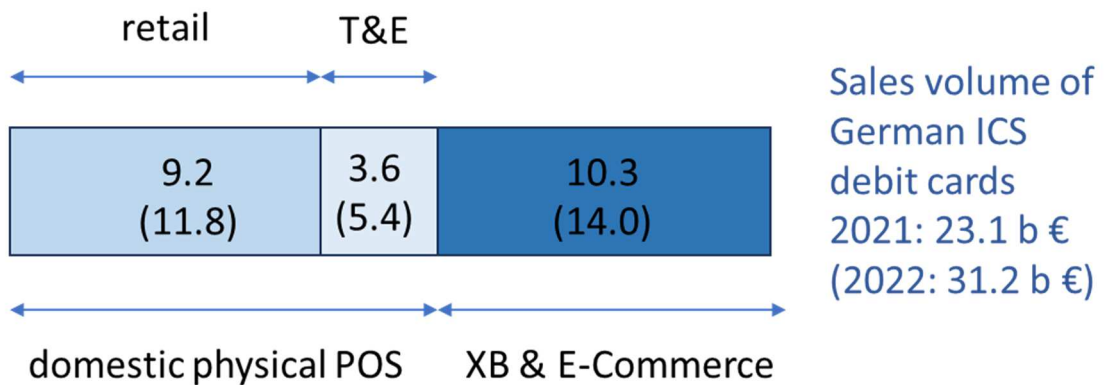
Marktanteil-Verlust für Girocard

Zurück zum New Debit. Bedingt durch die Fokussierung der ICS Mastercard und Visa auf Debitkarten spüren die europäischen DCS in ihrem traditionellem Core Business erheblichen Gegenwind.

Im Segment „Debitkarten“ verliert der deutsche Platzhirsch Girocard seit 2014 gemessen am Issuer-Umsatz der von deutschen PSP herausgegebenen Debitkarten

peu à peu, aber kontinuierlich Marktanteile. Der Anteil betrug 2014 noch 96%, 2021 dagegen 89%.²⁰ Das Jahr 2022 hat diesem Trend nichts entgegengesetzt.

In dem nächsten PaySys-Report erscheint ein Bericht zu den neuen Marktanteilen der ICS und der DCS innerhalb der EU.



Graphik 3 Zahlungsvolumen (nach Segmenten) der ICS-Debitkarten, die von in Deutschland ansässigen PSP herausgegeben werden. Das Gesamtvolumen 2022 ist auf Basis der ausgegebenen Karten geschätzt.

Fußnoten

1. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Stellungnahmen_Opinion/Stellungnahme_PSD2.html?jsessionid=F1445306BE8EF158FAB1B31ADB12D88E.2_cid362?nn=3591568
2. IMA Market Development (2000): Study regarding the Effects of the Abolition of the Non-discrimination Rule in Sweden for European Commission Competition Directorate General, IMA Market Development AB, 29.2.2000. ITM Research (2000): The abolition of the no discrimination rule, survey conducted on behalf of the European Commission's (EC) Directorate General Competition, Amsterdam.
3. Wright, Julian, (2003): Optimal card payment systems, European Economic Review, Vol. 47, No. 2, 587-612.
4. Siehe beispielsweise: „Super-complaint“ against surcharging in the UK, Paysys Report, Ausgabe Mai 2011.
5. In einem Review von 2021 heißt es: „*The Consultation Paper noted that the Bank and most stakeholders were of the view that the revised surcharging framework put in place following the 2015–16 Review was functioning well.*“ Siehe RBA: Review of Retail Payments Regulation – Conclusions Paper, October 2021 (<https://www.rba.gov.au/payments-and-infrastructure/review-of-retail-payments-regulation/conclusions-paper-202110/surcharging.html>)
6. Eine kurze Übersicht der Regelungen findet sich in ACCC: Card surcharges, 5 March 2023 (<https://www.accc.gov.au/business/pricing/card-surcharges>)
7. Zum Beispiel wird Buy Now Pay Later (BNPL) zur Zeit nicht einbezogen. Aber eine mögliche Einbeziehung wird untersucht. Siehe RBA: Review of Retail Payments Regulation – Conclusions Paper, October 2021.
8. Aber ein einheitlicher Satz für verschiedene Verfahren ist nur möglich zum niedrigsten Satz der einbezogenen Verfahren.
9. Siehe A study on the application and impact of Directive (EU) 2015/2366 on Payment Services (PSD2), FISMA/2021/OP/0002, 2023.
10. Die nachfolgenden Aussagen beziehen sich auf die „geleakten“ Versionen. Die amtliche Veröffentlichung soll erst Ende Juni 2023 erfolgen.
11. Die Kommission übernimmt im Erwägungsgrund 48 ihre alte Schätzung von vor 10 Jahren (!), dass 95% der Kartenzahlungen in der EU von dem Surcharging-Verbot betroffen sind. Ob diese Zahl noch stimmt, ist eine berechnete Frage. Vermutlich beträgt der Umfang der Kartenzahlungen in der EU, die nicht unter die Obergrenzen der IFR (Chapter II) fallen, eher 10% als 5%: Transaktionen der Kategorien „interregional“, Commercial Cards und Drei-Parteien Card Schemes. In der Praxis spielt es aber keine Rolle, da Händler erfahrungsgemäß nur selten die Surcharging-Option für diese Transaktionen nutzen.
12. Auskunft von Marco Fava (Geschäftsführer von CleverAdvice) gegenüber dem Autor am 12. Juni 2023.
13. Zusammenschluss der Groupe Banque Populaire und der Groupe Caisse d'Épargne (2009).
14. Auskunft des Senior-Beraters Emmanuel Caron gegenüber dem Autor vom 16. Juni 2023.
15. Die Differenz zum Girocard-Umsatz beträgt laut Bundesbank 2021 ca. 36,4 Mrd. €. Darin ist allerdings auch der Umsatz mit Maestro- und V PAY-Karten deutscher Karteninhaber im In- und Ausland enthalten.
16. Eine genauere Schätzung ist erst möglich, wenn die Bundesbank ihre Zahlungsverkehrsdaten für 2022 veröffentlicht.
17. Insgesamt meldet EHI für „Debit international“ ca. 13,4 Mrd. €, davon sind aber 2,8 Mrd. € Maestro und V PAY-Zahlungen in- und ausländischer Karten.
18. Nur bezogen auf den Umsatz der von deutschen PSP herausgegebenen ICS-Debitkarten.
19. Siehe auch Ewald Judt und Claudia Klausegger, Payment in zehn Jahren – kein Durchbruch für Instant Payments am POS, in: cards Karten cartes, Nr. 2 (2023), S. 34-36.
20. Quelle: Bundesbank-Zahlungsverkehrsstatistik. Auf Seite der Girocard wurde der ELV-Umsatz inkludiert, da dieser Kartenumsatz mit der Girocard getätigt wird.

Should you have any questions or comments please contact:

Dr. Hugo Godschalk (hgodschalk@paysys.de)

Dr. Malte Krueger (mkrueger@paysys.de)

Please, send us your views to:

paysys-report@paysys.de

 PAYSYS REPORT IMPRINT

PaySys Consultancy GmbH

Im Uhrig 7

60433 Frankfurt /Germany

Tel.: +49 (0) 69 / 95 11 77 0

Fax.: +49 (0) 69 / 52 10 90

email: paysys-report@paysys.de

www.paysys.de

Subscription info:

The PaySys Report is published 5 times a year in English and German in electronic format (PDF) and contains about 5-7 pages. The price is 250 euro per year (company license).

To order, please send an email to paysys-report@paysys.de

PAYSYS REPORT

Juni 2023

© PaySys Consultancy GmbH

Subscribers are not allowed to copy or to distribute this newsletter outside their companies without permission of PaySys Consultancy.

Disclaimer: PaySys Consultancy sees to the utmost reliability of its news products. Nevertheless, we do not accept any responsibility for any possible inaccuracies.

PaySys Consultancy is German member of



European | payments consulting | association

