

BEZAHLEN IN DER ZUKUNFT

Gestaltung eines verbraucherorientierten Zahlungsverkehrs

3. Mai 2022

Impressum

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

*Team
Finanzmarkt*

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

finanzen@vzbv.de

INHALT

I. EINLEITUNG	3
II. PROBLEMFELDER	4
1. Eingeschränkter Wettbewerb	4
2. Kosten für Verbraucher:innen und Handel	4
3. Abhängigkeit von außereuropäischen Zahlungsdienstleistern	5
4. Datengetriebene Geschäftsmodelle und kommerzielle Überwachung	5
5. Wachsende Komplexität	6
6. Sicherheit und Haftung	6
7. Ausschluss von Verbrauchergruppen	6
8. Bargeld unter Druck.....	7
III. FORDERUNGEN	7
1. Zahlungsverkehr strategisch entwickeln	7
2. Digitalen Euro ambitioniert ausgestalten.....	8
3. Europäische Zahlungslösungen fördern.....	9
4. Bargeld zukunftsfest machen.....	10
5. Sicherheit stärken.....	10

I. EINLEITUNG

Der Zahlungsverkehr ist eine tragende Säule des Wirtschaftslebens und ermöglicht den Austausch von Waren und Dienstleistungen zwischen Verbraucher:innen, Unternehmen und Staat. Bargeld, klassische Überweisungen sowie Giro- und Kreditkarten erfahren zunehmend Konkurrenz durch digitale Zahlungslösungen, wie E-Payment-Verfahren und auch eine Etablierung von Krypto-Token ist denkbar. Die Unterscheidung zwischen klassischen Verfahren im stationären Handel und innovativen Verfahren im E-Commerce löst sich zunehmend auf, indem beispielsweise vormals rein online-nutzbare Verfahren per Smartphone an der Ladenkasse eingesetzt werden können. Neue Akteure, Technologien und Geschäftsmodelle verändern den Zahlungsverkehr spürbar. Auf der einen Seite profitieren Verbraucher:innen von Zahlungslösungen, die an neue Anwendungsfälle angepasst sind oder mehr Komfort bieten. Auf der anderen Seite erzeugt die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs neuartige Probleme, insbesondere mit Blick auf die Privatsphäre, neue Abhängigkeiten und gesellschaftliche Kosten, die Antworten von Gesetzgeber, Aufsichtsbehörden und Verbraucherschutz verlangen.

Um Waren und Dienstleistungen erwerben zu können, sind Verbraucher:innen vom Zahlungsverkehr abhängig, der jedoch im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung Probleme aufweist. Eine entscheidende Rolle spielen dabei Marktkonzentrationen, die insbesondere im Kartenmarkt und im E-Commerce zu beobachten sind, aber auch bei E-Payment-Verfahren und sogenannten Payment Service Providern (PSPs) festzustellen sind. Auf Märkten mit hoher Marktkonzentration wird es Verbraucher:innen erschwert, sich gegen unerwünschtes Verhalten von Zahlungsdienstleistern zu wehren, da alternative Angebote fehlen oder nur unter unangemessen hohem Aufwand erreichbar sind. Die fortschreitende Marktkonzentration wird begünstigt durch die Struktur des Zahlungsverkehrsmarktes, die Unternehmen mit hoher Reichweite systematisch bevorzugt, und eine in der Vergangenheit unzureichenden Wettbewerbspolitik.

Schon heute sind Verbraucher:innen mit schädlichen Praktiken wie der kommerziellen Überwachung, dem Eintreiben unberechtigter Forderungen und unzureichendem Kundenservice¹ konfrontiert. Zudem tendiert der Markt des digitalen Zahlungsverkehrs dazu, vulnerable Verbrauchergruppen auszuschließen. Setzen sich die negativen Trends fort, drohen sich die bestehenden Probleme im Zahlungsverkehr zu verstetigen oder gar noch zuzunehmen.

Die Europäische Union² und das Eurosystem³ haben die Herausforderungen der Digitalisierung des Zahlungsverkehrs erkannt und Strategien für die Fortentwicklung des Zahlungsverkehrs vorgelegt. Im Fokus der Europäischen Kommission steht die Schaffung europäischer Zahlungslösungen, die für mehr Wettbewerb sorgen und Europa unabhängiger von ausländischen Anbietern machen sollen. Das Eurosystem arbeitet derzeit an einem digitalen Euro, der die Qualitäten des Bargelds in die digitale Sphäre übertragen könnte. Mit dem Review der Zweiten Zahlungsdiensterichtlinie (Payment

¹ Vergleiche hierzu auch: Verbraucherzentrale Bundesverband: Kundenservice: Jede:r Fünfte macht schlechte Erfahrungen, 2022, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/kundenservice-jeder-fuenfte-macht-schlechte-erfahrungen>, 21.04.2022

² Europäische Kommission: EU-Strategie für den Massenzahlungsverkehr, 2020, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0592&from=EN>, 21.4.2022

³ Eurosystem: The Eurosystem's retail payments strategy, 2021, <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.eurosystemretailpaymentsstrategy~5a74eb9ac1.en.pdf>, 21.04.2022

Service Directive – PSD2) steht eine Überarbeitung eines zentralen Regulierungsakts des digitalen Zahlungsverkehrs bevor. In die folgenden Überlegungen ist maßgeblich die umfassende Studie „Digitaler Zahlungsverkehr“⁴ eingeflossen, die das Forschungsinstitut ibi research im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) entwickelt hat. Die Studie umfasst eine Analyse und Einordnung des digitalen Zahlungsverkehrsmarktes, eine Erhebung zu den Verbraucherbedürfnissen, sowie Handlungsempfehlungen für die Schaffung eines verbrauchergerechten Zahlungsverkehrs.

II. PROBLEMFELDER

1. EINGESCHRÄNKTER WETTBEWERB

Der Zahlungsverkehr ist geprägt durch Marktkonzentrationen. Mehr als Zweidrittel aller Kartenzahlungen werden in Europa über nur zwei Anbieter abgewickelt. Der grenzüberschreitende europäische Zahlungsverkehr ist ebenfalls abhängig von diesen Anbietern. So kann die deutsche Girocard bislang nur mittels des Co-Badges mit Maestro (Mastercard) oder V-Pay (Visa) im europäischen Ausland eingesetzt werden. Das bei weitem am häufigsten genutzte E-Payment-Verfahren in Deutschland ist PayPal, jeder vierte Online-Kauf wurde im Jahre 2020 hierüber gezahlt. Konkurrenz erfährt dieses durch Klarna, das in Deutschland auch unter der Tochter Sofort GmbH operiert.⁵

Im Segment des Mobile Payment nutzen BigTechs ihre Marktmacht als Gatekeeper, indem sie den Zugriff auf die Bezahlschnittstellen ihrer Geräte für Zahlungsdienstleister nur gegen beträchtliche Gebühren erlauben.

Der Zahlungsverkehr neigt zur Konzentration, da Netzwerkeffekte⁶ den Markteintritt neuer Anbieter erschweren und etablierte Anbieter privilegieren. Hinzu kommt im digitalen Zahlungsverkehr die Fähigkeit etablierter Plattformen, ihre bestehende Marktmacht in den Zahlungsverkehr zu projizieren und somit in kurzer Zeit eine relevante Marktstellung zu erreichen. Beispiele hierfür sind Google Pay und Apple Pay. Ein weiteres Beispiel für Netzwerkeffekte im Zahlungsverkehr ist die vorerst gescheiterte Schaffung des Krypto-Tokens Libra (später Diem) unter der Ägide Facebooks (inzwischen: Meta) und weiterer Digitalkonzerne.

2. KOSTEN FÜR VERBRAUCHER:INNEN UND HANDEL

Fehlender Wettbewerb kommt Verbraucher:innen und Handel teuer zu stehen. Typischerweise erscheinen Zahlungslösungen Verbraucher:innen als kostenlos. Entgelte zahlen sie lediglich für Girokonten, Bezahlkarten (Kredit- oder Debitkarten) und teilweise für Transaktionen. Am Point of Interaction (POI) fallen hingegen üblicherweise keine Entgelte an. Anders gestaltet sich dies aus Händlersicht. Müssen Händler hohe Gebühren an marktmächtige Zahlungsdienstleister entrichten, so muss davon ausge-

⁴ Verbraucherzentrale Bundesverband: Das Bezahlen von Morgen verbraucherfreundlich gestalten – Gutachten zur Digitalisierung des Zahlungsverkehrs, 2022, <https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-04/Gutachten%20Zahlungsverkehr%20-%20final.pdf>, 03.05.2022

⁵ Ebenda, Seite 10

⁶ Unter dem Netzwerkeffekt steigt der Nutzen eines Gutes mit zunehmender Nutzerzahl.

gangen werden, dass Verbraucher:innen diese über höhere Endpreise anteilig mitfinanzieren. Die Begrenzung der Interchange-Gebühren⁷, die einen Teil der Gebühren ausmachen, greift für eine wirksame Einhegung der gesamten Kosten zu kurz, weil Kreditkartengesellschaften stattdessen nicht-regulierte Gebühren erheben.

3. ABHÄNGIGKEIT VON AUßEREUROPÄISCHEN ZAHLUNGSDIENSTLEISTERN

Europa ist abhängig von wenigen nicht-europäischen Zahlungsdienstleistern, insbesondere im Kartenmarkt, in geringerem Ausmaß im E-Commerce. Durch die Etablierung ausländischer Central Bank Digital Currencies (CBDCs) oder privater stable coins könnte diese Abhängigkeit in den kommenden Jahren noch weiter zunehmen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund relevant, dass auch die Girocard, die derzeit noch 71 Prozent des Einzelhandelsumsatzes bei kartengestützten Zahlungen ausmacht, den besonderen Stellenwert verlieren könnte⁸.

Eine hohe Abhängigkeit im Bereich der kritischen Infrastruktur des Zahlungsverkehrs von nicht-europäischen Anbietern stellt für Verbraucher:innen eine Gefahr dar. Einschränkungen oder gar das Potenzial einer Abschaltung der Infrastruktur könnten zu erheblichem wirtschaftlichen Schaden führen.

4. DATENGETRIEBENE GESCHÄFTSMODELLE UND KOMMERZIELLE ÜBERWACHUNG

Daten über Zahlungen sind ein Abbild des sozialen und wirtschaftlichen Alltags von Verbraucher:innen und damit eine lukrative Quelle für datengetriebene Geschäftsmodelle. Regelmäßig fallen Zahlungsdaten in besonders schützenswerte Datenkategorien⁹ für die höhere Hürden für eine Datenverarbeitung gelten. Gleichzeitig stellt der Umgang mit personenbezogenen Daten durch Zahlungsdienstleister und verbundene Unternehmen für Verbraucher:innen eine nicht einsehbare Blackbox dar. Ob das geltende Recht eingehalten wird, ist für Verbraucher:innen nicht nachvollziehbar und nicht verlässlich nachprüfbar. Verbraucher:innen stehen bei Zahlungsdiensten einem Vertrauensgut gegenüber, dessen Qualität sie selbst nach langjähriger Nutzung nicht umfassend beurteilen können. Durch die hohe Marktkonzentration und das damit verbundene Defizit an Alternativen haben es neue digitale Zahlungslösungen, die einen hohen Schutz der Privatsphäre versprechen, zudem schwer, sich am Markt zu etablieren.¹⁰

⁷ Verordnung (EU) 2015/751 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2015 über Interbankenentgelte für kartengebundene Zahlungsvorgänge

⁸ Verbraucherzentrale Bundesverband: Das Bezahlen von Morgen verbraucherfreundlich gestalten – Gutachten zur Digitalisierung des Zahlungsverkehrs, 2022, Seite 48, <https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-04/Gutachten%20Zahlungsverkehr%20-%20final.pdf>, 03.05.2022

⁹ Artikel 9 Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

¹⁰ Zum Zusammenspiel von Wettbewerb und Datenschutz vgl. auch: Verbraucherzentrale Bundesverband: Wettbewerb und Datenschutz verzahnen - Synergien nutzen, 2021, <https://www.vzbv.de/publikationen/wettbewerb-und-datenschutz-verzahnen-synergien-nutzen>, 21.04.2022

5. WACHSENDE KOMPLEXITÄT

Der Zahlungsverkehr gewinnt zunehmend an Komplexität. Wurde dieser in der Vergangenheit von Banken und Sparkassen dominiert, gibt es heute eine Vielzahl an Akteuren im Zahlungsverkehr mit unterschiedlichen Rollen. Diese Unübersichtlichkeit kann zu Defiziten in Regulierung und Aufsicht führen und es Verbraucher:innen bei Problemen erschweren, zu ihrem Recht zu kommen¹¹.

6. SICHERHEIT UND HAFTUNG

Im klassischen Zahlungsverkehr liegt das Sicherheitsrisiko im Diebstahl von Bargeld und Bezahlkarten in Kombination mit dem Ausspähen von Geheimzahlen. Im digitalen Zahlungsverkehr verlagert sich dies auf Phishing-Angriffe unter Nutzung von Social Engineering¹². Digitale Zahlungsdienstleister unterliegen einem Interessenkonflikt: Ihr Kernversprechen an Händler ist, dass sie reibungslose, schnelle Transaktionen ermöglichen und mit einer hohen Konversionsrate zu einer hohen Quote erfolgreicher Kaufabschlüsse aus Händlersicht beitragen. Dies steht grundsätzlich im Widerspruch zum Ziel, ein hohes Sicherheitsniveau für Verbraucher:innen zu gewährleisten und missbräuchliche Transaktionen auszuschließen. Die PSD2 legt fest, dass Zahlungsdienstleister im Schadensfall haften, damit der Zahlungsdienstleister ein hohes Interesse hat, ein auch für Verbraucher:innen angemessenes Verhältnis von Sicherheit und Komfort zu erzielen. In der Praxis führte die Einführung der starken Kundenauthentifizierung zu einer Anpassung der Angriffe. Für Verbraucher:innen sind Betrugsversuche damit immer schwerer zu identifizieren. Für entstandenen Schaden müssen zwar grundsätzlich die Zahlungsdienstleister aufkommen. In der Praxis der Verbraucherzentralen zeigt sich jedoch: Immer wieder entziehen sich Zahlungsdienstleister der Verpflichtung, nicht-autorisierte Zahlungen zu erstatten.

7. AUSSCHLUSS VON VERBRAUCHERGRUPPEN

Verbraucher:innen erleben die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs im Alltag sehr unterschiedlich. Am immer stärkeren Einsatz von Smartphones und Gadgets wird deutlich: Was für die eine Verbrauchergruppe ein Zugewinn an Komfort bedeutet, schafft für die andere eine kaum überwindbare Hürde, am wirtschaftlichen Leben teilzuhaben. Doch das Problem betrifft nicht nur verletzte Verbraucher:innen. Gerade wer eine hohe technische Affinität aufweist, kann zum Schluss kommen, seine Bankgeschäfte nicht mit dem Smartphone zu betreiben, um sich somit vor Cyberangriffen zu schützen. Wenn Zahlungslösungen immer stärker auf Smartphones ausgerichtet werden, kann dies zum Ausschluss unterschiedlicher Verbrauchergruppen und für diese zu Einschränkungen führen.

¹¹ Verbraucherzentrale Bundesverband: Beschwerden zu digitalen Bezahldiensten nehmen zu, 2021, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/beschwerden-zu-digitalen-bezahldiensten-nehmen-zu>, 21.04.2022

¹² Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik: Social Engineering – der Mensch als Schwachstelle, https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/Verbraucherinnen-und-Verbraucher/Cyber-Sicherheitslage/Methoden-der-Cyber-Kriminalitaet/Social-Engineering/social-engineering_node.html, 21.04.2022

8. BARGELD UNTER DRUCK

Mit Bargeld wollen Verbraucher:innen auch in Zukunft bezahlen. Das hat zuletzt eine Befragung des vzbv bestätigt.¹³ Die Gründe sind vielfältig:

- ❖ Bargeld schützt die Privatsphäre. Selbst dem, der überwiegend elektronisch bezahlt, werden Waren und Dienstleistungen einfallen, bei deren Bezahlung er lieber keine Datenspuren hinterlassen möchte.
- ❖ Bargeld sichert Kontrolle über das eigene Ausgabenverhalten und macht unabhängiger von Zahlungsdienstleistern.
- ❖ Bargeld sichert nicht zuletzt die Integrität des Geldes: Das Vertrauen in digital verfügbares (Giral-)Geld speist sich auch daraus, dass Verbraucher:innen die Gewissheit haben, ihr Geld stets in Bargeld umtauschen zu können.

In einem zunehmend digitalen Zahlungsverkehr weist Bargeld immer stärker Züge eines öffentlichen Gutes auf, das durch die Marktteilnehmer:innen nicht im effizienten Maße bereitgestellt wird. Das Bargeld stiftet seinen positiven Nutzen auch für diejenigen, die sich nur selten am Bargeldkreislauf beteiligen. Auch für gewohnheitsmäßige Kartenzahler:innen fungiert Bargeld als Marktkorrektiv, das Anbietern im digitalen Zahlungsverkehr Grenzen setzt.

Das Bargeld gerät jedoch zunehmend unter Druck. Der Blick ins europäische Ausland zeigt, dass Filialschließungen und der Abbau von Geldautomaten gepaart mit einer wachsenden Praxis in Handel und Gastronomie, Bargeldzahlungen abzulehnen, in eine Abwärtsspirale führen können. Es droht langfristig ein Szenario, in dem Bargeld so weit verschwindet, dass es im wirtschaftlichen Alltag keine Rolle mehr spielt.

III. FORDERUNGEN

1. ZAHLUNGSVERKEHR STRATEGISCH ENTWICKELN

Die Veränderungen des Zahlungsverkehrs stellen Marktteilnehmer:innen, Gesetzgeber, Aufsichtsbehörden und Verbraucherschutz vor Herausforderungen. Auf europäischer Ebene werden diese Veränderungen intensiv diskutiert und regulatorisch insbesondere durch die Maßnahmen der EU Retail Payments Strategy und das Projekt eines digitalen Euros begleitet. Diese Debatte sollte stärker als bisher auch in Deutschland geführt werden, um einerseits die Anforderungen der Verbraucher:innen in Deutschland wirksam in die europäischen Foren zu tragen und andererseits um die in Deutschland zu treffenden Entscheidungen vorzubereiten. Schließlich ist diese Debatte notwendige Voraussetzung dafür, einen strategischen Blick auf den Zahlungsverkehr zu entwickeln. Ohne strategisches Konzept droht der Zahlungsverkehr, sich in eine für Verbraucher:innen und Unternehmen schädliche Richtung zu entwickeln: Es drohen unter anderem höhere Kosten, noch größere Abhängigkeiten, weiterreichende Datenverarbeitungen und nicht zuletzt ein Verschwinden des Bargelds. Deutschland sollte ein Konzept aus einem Guss entwickeln, wie der Zahlungsverkehr in Deutschland und Europa gestaltet

¹³ Verbraucherzentrale Bundesverband: Verbraucher:innen wollen mit Bargeld bezahlen, 2021, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/verbraucherinnen-wollen-mit-bargeld-bezahlen>, 21.04.2022

werden soll, um auf dieser Grundlage sowohl die Richtungsentscheidungen auf europäischer Ebene zu prägen, als auch notwendige Schritte in Deutschland in die Wege zu leiten.

Der Zahlungsverkehr ist kein Selbstzweck und kein Markt wie jeder andere. Alle Teilnehmer:innen des Wirtschaftslebens müssen sich darauf verlassen können, dass Zahlungen verlässlich, sicher und zu angemessenen Konditionen erfolgen. Ein solcher Zahlungsverkehr muss auch politisch gestaltet werden.

Der vzbv wirbt für die Einrichtung einer Kommission zur Erarbeitung einer Strategie für den Zahlungsverkehr der Zukunft, die die europäische und deutsche Perspektive verbindet. Diese Kommission könnte beim Bundesministerium der Finanzen, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz sowie Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz angesiedelt werden und sollte paritätisch aus Zahlungsdienstleistern, Verbraucherschutz, Handel, Wissenschaft und Behörden – insbesondere Finanz- und Datenschutzaufsichtsbehörden – besetzt werden.

2. DIGITALEN EURO AMBITIONIERT AUSGESTALTEN

Der digitale Euro hat das Potenzial, den digitalen Zahlungsverkehr deutlich stärker an den Bedürfnissen und Interessen der Verbraucher:innen auszurichten als es bislang der Fall ist und – insbesondere – als es in einer Welt ohne eine solche Digitalwährung denkbar erscheint. Hierzu müssen das Eurosystem und der europäische Gesetzgeber einen ambitionierten Ansatz bei der Ausgestaltung der Digitalwährung wählen. Andernfalls droht dem Projekt die Irrelevanz. Die vorgeschlagenen Anforderungen decken sich mit den Erkenntnissen der jüngst vorgelegten Studie im Auftrag der Europäischen Zentralbank (EZB).¹⁴

Der digitale Euro muss für ein deutlich höheres Maß an Privatsphäre sorgen, als es bisherige am Markt etablierte elektronische Zahlungslösungen und mögliche künftige bieten. Wie das Bargeld im analogen Raum muss der digitale Euro Verbraucher:innen den Zugang zur digitalen Ökonomie ermöglichen, ohne kommerzieller Überwachung durch Konzerne ausgeliefert zu sein.

• **Universelle Akzeptanz**

Da die EZB selbst kein Gewinninteresse hat und der digitale Euro von allen lizenzierten Zahlungsdienstleistern abgewickelt werden kann, würden für Händler vertretbare Gebühren anfallen. Aufgrund niedriger Gebühren und des hohen Privatsphäre-Niveaus wäre eine universale Akzeptanz auch für kleine Händler und Gastronomen vertretbar. Beide gesetzlichen Zahlungsmittel – digitaler Euro und Bargeld – sollen universell einsetzbar sein. Verbraucher:innen könnten so endlich überall selbst wählen, ob sie bar oder elektronisch bezahlen möchten.

Zahlungslösungen stehen vor einem Dilemma: Netzwerkeffekte sind einerseits nötig, um eine hohe Verbreitung und Akzeptanz zu erzielen. Andererseits ermöglichen diese jedoch Monopolgewinne und damit gesellschaftliche Kosten. Der digitale Euro kann dieses Dilemma auflösen. Der digitale Euro wäre universell akzeptiert, seine Abwicklung stünde aber dennoch im Wettbewerb der Wallet-Anbieter und Zahlungsabwickler.

¹⁴ Kantar Public: Study on New Digital Payment Methods, 2022, https://www.ecb.europa.eu/paym/digital_euro/investigation/profuse/shared/files/dedocs/ecb.dedocs220330_report.en.pdf, 21.04.2022

Der digitale Euro sollte – genauso wie das Bargeld – als gesetzliches Zahlungsmittel überall akzeptiert werden.

- **Inklusives Design**

Der digitale Euro muss für möglichst alle Verbraucher:innen zugänglich sein und damit den Ausschluss bestimmter Verbrauchergruppen, die aus unterschiedlichen Gründen bislang wenig Erfahrungen mit digitalen Technologien gesammelt haben, aus dem digitalen Zahlungsverkehr überwinden.

Es bedarf ergänzender „nicht-smarter“ Lösungen, wie aufladbare Karten oder Geräte, die – jedenfalls für begrenzte Zeiträume – offline-fähig sind, um auch bei schlechter Netzabdeckung oder Ausfällen funktionsfähig zu sein.

- **Lizenzsystem**

Der digitale Euro sollte zwar von der EZB emittiert werden, die Verwaltung und kunden-seitige Abwicklung kann jedoch durch Zahlungsdienstleister erfolgen, vorausgesetzt, dass diese zum verbraucherorientierten Agieren verpflichtet werden, sodass die dargelegten Ansprüche für den digitalen Euro abgesichert werden.

Damit der digitale Euro den Anforderungen gerecht werden kann, müssen Zahlungsdienstleister strengen Regeln unterliegen und eng kontrolliert werden. Hierzu ist ein entsprechendes Lizenzsystem zu implementieren.

3. EUROPÄISCHE ZAHLUNGSLÖSUNGEN FÖRDERN

Europa benötigt Zahlungslösungen, mithilfe derer Verbraucher:innen grenzüberschreitend bezahlen können, die an allen POIs funktionieren, die zu geringen Kosten operieren und die europäische Verbraucher:innen unabhängig machen. Grundlegende Voraussetzung für den Erfolg Europäischer Zahlungslösungen ist, dass Echtzeitzahlungen flächendeckend zum Einsatz kommen können. Der vzbv unterstützt daher das Ziel der EU Retail Payments-Strategy, Echtzeitzahlungen zur Grundlage europäischer Zahlungslösungen zu machen.

Damit Echtzeitzahlungen zum „new normal“ werden, bedarf es:

- einer aktiven und passiven Abdeckung durch möglichst alle Zahlungsdienstleister,
- eines Diskriminierungsverbots (keine höheren Entgelte als für klassische Überweisungen heute),
- sowie Bestimmungen, die Verbraucher:innen vor Fehlbuchungen schützen (Rückbuchungen, IBAN-Check).

Die European Payments Initiative (EPI) könnte das faktische Duopol der US-Kartenorganisationen aufbrechen und für mehr Wettbewerb sorgen.

Die EU sollte europäische Zahlungslösungen fördern, die EU-weit universelles, grenzüberschreitendes Bezahlen zu günstigen Konditionen ermöglicht.

Als technische Voraussetzung muss sie hierzu Echtzeitüberweisungen zum „new normal“ verhelfen, indem sie eine flächendeckende Abdeckung, angemessene Entgelte und Verbraucherschützende Bestimmungen durchsetzt.

4. BARGELD ZUKUNFTSFEST MACHEN

Die Bundesregierung sollte Instrumente entwickeln, die den Bargeldkreislauf langfristig sichern und dabei einen strategischen und offenen Blick einnehmen. Anknüpfungspunkte liegen in der Versorgung mit Bargeld durch Automaten, Filialen und möglichen alternativen Bezugsquellen, wie dem Handel, in den dazugehörigen Konditionen, in der Organisation der Verbundsysteme; in der Optimierung der Bargeldlogistik und in der Sicherstellung einer hohen Bargeldakzeptanz, indem sichergestellt wird, dass das „gesetzliche Zahlungsmittel“ überall akzeptiert wird.

5. SICHERHEIT STÄRKEN

Verbraucher:innen müssen sich darauf verlassen können, dass ihre Guthaben sicher vor Diebstahl sind und Zahlungen sicher abgewickelt werden. Im Schadensfall müssen sie sich darauf verlassen können, dass Anbieter für erlittene Schäden haften und ihre Kunden entschädigen. Zahlungsdienstleister sollen zurecht den Anreiz haben, komfortable Lösungen zu entwickeln. Dies darf jedoch nicht zulasten der Sicherheit gehen. Zudem sollten Verfahren wie die Starke Kundenauthentifizierung nicht dazu beitragen, verletzte Verbrauchergruppen vom Zahlungsverkehr auszuschließen, indem die Nutzung von Alternativen zu Apps teuer oder nicht verfügbar ist.

Auch (Zahlungs-)Daten müssen sicher vor unbefugten Zugriffen und unrechtmäßigen Verarbeitungen sein. Die durch die PSD2 regulierten Kontoinformationsdienste und mögliche Weiterentwicklungen hin zu Open Finance-Anwendungen müssen im Einklang mit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) operieren und effektiv beaufsichtigt werden.¹⁵

Das Review der PSD2 muss darauf abzielen, dass Verbraucher:innen wirksam vor Angriffen geschützt werden, Zahlungsdienstleister zuverlässig haften, Teilhabe sichergestellt wird und die Privatsphäre der Nutzer:innen auch und gerade bei innovativen Dienstleistungen gewahrt bleibt.

¹⁵ European Data Protection Board: Guidelines 06/2020 on the interplay of the Second Payment Services Directive and the GDPR, 2020, https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines_202006_psd2_afterpublicconsultation_en.pdf, 21.04.2022