

Die Rolle des Bargeldes in der Kundenbeziehung

Dr. Michael Kemmer

Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Vorstands,
Bundesverbandes deutscher Banken, Berlin

Bargeldsymposium der Deutschen Bundesbank

Frankfurt am Main, 4. Oktober 2012

Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: xx Uhr

Sehr geehrter Herr Thiele, meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich möchte mich bei der Deutschen Bundesbank vor allem aus zwei Gründen dafür bedanken, dass ich hier und heute vortragen darf. Zum einen ist es nach den vielen Gesprächen über Trennbankensysteme, Schattenbanken, OTC-Derivate und ähnlichem eine Wohltat, zur Abwechslung mal über etwas reden zu können, von dem selbst eine 8-Jährige Schülerin eine ziemlich konkrete Vorstellung hat – zumindest wenn sie schon ihr eigenes Taschengeld bekommt. Leider muss man als Banker in diesen Tagen ja viel zu häufig über Dinge sprechen, bei denen Nicht- Eingeweihte relativ schnell klein beigeben müssen.

Zum anderen werden Sie in der nächsten halben Stunde ein Wort garantiert nicht hören, das in kaum einer Rede in den letzten Jahren fehlen durfte – das Wort „Krise“ nämlich. Auch dafür bin

ich ausgesprochen dankbar. Es ist ja nicht so, als ob man sich eine Bankenwelt ohne Krise gar nicht mehr vorstellen möchte.

Nun hätte die Deutsche Bundesbank allerdings nicht extra zu diesem Symposium eingeladen, wenn es nicht auch zum Bargeld eine Menge Spannendes zu sagen gäbe. Ein Blick auf das heutige Programm reicht aus, um die vielen Facetten dieses Themas zu erkennen. Bevor ich gleich näher auf die Rolle des Bargeldes in der Kundenbeziehung eingehen werde, lassen Sie mich noch einige grundsätzliche Bemerkungen zum Bargeld als Zahlungsmittel machen.

Wir alle wissen es: Ohne Geld ist ein modernes Wirtschaftssystem nicht vorstellbar, es wäre nicht funktionsfähig. Zugleich wissen wir, dass Geld nur angenommen und akzeptiert wird, wenn die Bevölkerung Vertrauen in seine Werthaltigkeit und in seine Zahlungsmittelfunktion hat. Hier sind wir dann schnell beim Thema Bargeld, denn der

Volksmund „nur Bares ist Wahres“ hat natürlich auch mit Vertrauen bzw. mit fehlendem Vertrauen zu tun. Allerdings ist häufig nicht ganz klar, wem oder was eigentlich nicht vertraut wird. Als Inflationsschutz jedenfalls hat das Bargeld noch nie eine sonderlich gute Figur gemacht.

Immerhin: In den dramatischen Zeiten der Hyperinflation, im Herbst 1923, konnten die Arbeiter und Angestellten mit der Fuhre Bargeld, die sie täglich als Lohn ausgezahlt bekamen, schnell zum Lebensmittel- oder Spirituosenhändler laufen und das Geld dort mehr oder weniger sinnvoll investieren. Hier hätte eine Banküberweisung in der Tat einen eklatanten Wertverlust bedeutet. In normalen Zeiten aber muss man hinter den Satz „Nur Bares ist Wahres“ ein großes Fragezeichen machen.

Meine Damen und Herren, um Bargeld ausgeben zu können, muss es überhaupt erst einmal da sein. Dem Gastgeber des heutigen Tages ist es in

erster Linie zu verdanken, dass die Bargeldversorgung in Deutschland reibungslos funktioniert – und zwar ohne dass die Dinge so aus dem Ruder laufen wie vor knapp 90 Jahren. Die Deutsche Bundesbank steht am Anfang und am Ende des Bargeldkreislaufes. Rund 2.000 Kreditinstituten mit insgesamt rund 40.000 Zweigstellen in Deutschland stellt sie Euro-Banknoten und -münzen jederzeit in ausreichender Menge und guter Qualität zur Verfügung.

Nun könnte man sagen, dass das ja schließlich ihr gesetzlicher Auftrag sei und keiner besonderen Erwähnung bedürfe. Wenn aber alles so gut funktionieren würde, was gesetzlich geregelt ist, hätten wir im deutschen Fernsehen sicherlich einige Talkshow-Themen weniger. So wie die Deutsche Bundesbank stets ihrer Rolle als Hüterin einer stabilen Währung gerecht geworden ist, so zuverlässig sorgt sie auch für eine

funktionierende Infrastruktur bei der Bargeldversorgung.

Gleichwohl hat die Bundesbank ihre Rolle im Bargeldkreislauf vor kurzem neu definiert und dabei mehr Aufgaben auf die Kreditwirtschaft verlagert – ich denke da insbesondere an die Straffung ihres Filialnetzes sowie an die Veränderungen im Münzgeschäft.

Wenn ich in diesem Zusammenhang darauf aufmerksam mache, dass mit der Aufgabenverlagerung auch eine Kostenverlagerung von der Bundesbank auf die Privatwirtschaft einhergeht, dann tue ich dies nicht, um ein Klagegeld anzustimmen. Schließlich gibt es unter ordnungspolitischen Gesichtspunkten an diesem Richtungswechsel nichts zu beanstanden.

Und dennoch möchte ich nicht unerwähnt lassen, dass im Wesentlichen die Banken und Sparkassen

diese Kosten übernehmen müssen. Insofern haben wir dann doch mit einiger Freude zur Kenntnis genommen, dass die Bundesbank – so hat sie es kommuniziert – auch künftig eine effiziente Bargeldinfrastruktur zur Verfügung stellen will.

Die Bundesbank, meine Damen und Herren, hat gewissermaßen den Hut auf, wenn es um die Bargeldversorgung in Deutschland geht. Unser Finanzsystem ist allerdings – wie das einer jeden modernen Volkswirtschaft – ein zweistufiges System, ein „two tier banking system“. Daher sind die Banken nicht minder bedeutsame Akteure in der Bargeldversorgung. Bundesbank und Kreditwirtschaft tragen also gemeinsam dafür Sorge, dass Bargeld „unterbrechungsfrei“ verfügbar ist. Ein Ausfall der Bargeldversorgung hätte schließlich für jede Volkswirtschaft fatale Folgen, insbesondere weil es im Krisenfall für das Bargeld keine wirklichen Substitute gibt.

Die Bargeldversorgung der Bürger und des Handels – und damit bin ich dann beim eigentlichen Thema meines Vortrages – ist denn auch seit jeher eines der Kerngeschäfte der Geschäftsbanken und Grundlage einer jeden erfolgreichen Kunde- Bank Beziehung. Über die unterschiedlichen Distributionskanäle, vom klassischen Bankschalter, den rund 60.000 deutschen Geldausgabeautomaten bis hin zu den von Banken betriebenen Kassenterminals einzelner Tankstellen bringen die Banken und Sparkassen das Bargeld in den Umlauf und damit unter das Volk.

Meine Damen und Herren, es ist sicher nicht nur den gesetzlichen Bestimmungen geschuldet, dass Banken und Sparkassen ihren Kunden bis heute eine in aller Regel kostenfreie und über die Verbünde beinahe flächendeckende Bargeldversorgung in ihren Filialen und mit ihren Geldautomaten anbieten. Die Institute verstehen dieses Angebot nicht zuletzt als Serviceleistung

für ihre Kunden. Ich sage es noch einmal: Die Bargeldversorgung und die Kontoführung sind ein Garant für eine erfolgreiche und vertrauensvolle Kundenbeziehung.

Inzwischen tragen zunehmend auch filialunabhängige Dienstleistungen zur Versorgungssicherheit bei. Nennen möchte ich in diesem Zusammenhang das sich wachsender Beliebtheit erfreuende kreditwirtschaftliche Cashback-Verfahren: In immer mehr Geschäften des Lebensmitteleinzelhandels ist es inzwischen möglich, beim Einkauf mit Karte zu zahlen und Bargeld zurückzubekommen. Bargeld erhält man obendrein an bundesweit 1.300 Shell-Tankstellen, die ergänzend zum Geldautomatennetz der Banken und Sparkassen in Deutschland als „bedienter Geldautomat“ fungieren.

Bargeld benötigt aber nicht nur der einfache Passant, der sein Portemonnaie auffüllen möchte. Bargeld benötigt auch der Handel, insbesondere

für seine Wechselgeldkassen. Er wird über eine Vielzahl von Dienstleistungen der Kreditinstitute ausreichend mit Scheinen und Münzen versorgt. Andererseits entsorgt der Handel seine Bargeldbestände ebenfalls über die Banken und Sparkassen, die das so erhaltene Bargeld in unbares Buchgeld umwandeln. Nicht benötigte Bargeldbestände werden zurück zur Bundesbank transportiert, womit sich der Bargeldkreislauf wieder schließt.

Damit ist ein weiterer Akteur im Bargeldkreislauf genannt, der einen erheblichen Beitrag für eine funktionierende Bargeldversorgung leistet. Die Unternehmen der Geld- und Wertdienstleistungsbranche transportieren das Bargeld zwischen den Filialen der Deutschen Bundesbank, den Geschäftsbanken und dem Handel – und wenn alles gut geht, kommen sie auch sicher ans Ziel und das Geld ist noch da.

Dass die Bestände, die von den Filialen der Banken zurück in die Filialen der Bundesbank fließen, kontinuierlich kleiner werden, hat einen Grund: Die Kreditwirtschaft packt mit an und entlastet die Deutsche Bundesbank zunehmend beim Recycling des Bargeldes. Ein erheblicher Anteil des Bargeldes wird von den Instituten selbst auf Echtheit und Umlauffähigkeit geprüft und direkt wieder an die Verbraucher und den Handel ausgezahlt. Dem im Rahmen der Neuausrichtung des Bargeldgeschäfts von der Bundesbank formulierten Ziel, bis zu 50 Prozent des nationalen Bargeld-Recyclingvolumens dem „Markt“ zu überlassen, wird dadurch Rechnung getragen. Die Banken haben dieses „Angebot“ zum privatwirtschaftlichen Recycling angenommen und für die Umsetzung in den vergangenen Jahren massiv in den Einsatz von Banknotenbearbeitungssystemen investiert.

Meine Damen und Herren, man könnte nun die Frage stellen, ob sich die Banken mit ihren ganzen Bemühungen rund um das Bargeld noch auf der Höhe der Zeit befinden. Es ist ja kein Geheimnis, dass es für das Bargeld als Zahlungsmittel mittlerweile eine Reihe weitaus sicherer und auch bequemerer Alternativen gibt. Wir alle wissen aber auch, dass sich das Bargeld als Zahlungs- und als Wertaufbewahrungsmittel in der deutschen Bevölkerung nach wie vor großer Beliebtheit erfreut.

Woher kommt aber diese Liebe der Deutschen zum Bargeld? Nicht nur die Deutsche Bundesbank hat zu dieser Frage schon verschiedene Überlegungen angestellt. Lassen Sie mich daher einige Aspekte aufgreifen.

1. (Erstens) Zunächst sei der Vollständigkeit halber erwähnt, dass das Euro-Bargeld bekanntlich das einzige „gesetzliche Zahlungsmittel“ ist, mit dem alle Geldschulden

rechtswirksam bezahlt werden können. Es ist also ubiquitär einsetzbar und findet überall, auch im Handel, eine hohe Akzeptanz.

2. (Zweitens) Bargeld ist leicht verfügbar.

Die Bargeldversorgung erfolgt heute primär über die Geldausgabeautomaten. Die Dichte des deutschen Geldautomatennetzes mit seinen 60.000 Ausgabemaschinen und die kostenlose Bargeldverfügung der Kunden innerhalb der Verbände sorgen dafür, dass sich die Verbraucher jederzeit und nahezu überall mit dem notwendigen Bargeld versorgen können. Es verwundert daher nicht, dass viele Verbraucher das Gefühl haben, Bargeld und die damit verbundenen Dienstleistungen wie Aus- und Einzahlungen seien kostenlose Infrastrukturleistungen der Banken.

Da nun der Gang zum Geldautomaten des eigenen Instituts oder der eigenen Institutsgruppe tatsächlich nichts kostet, geht man gerne

häufiger als seltener zum Geldabholen. Der durchschnittliche Verfügungsbetrag am Automaten dokumentiert das: Es wird in der Regel nur so viel abgehoben, um die im Einzelhandel oder an anderen Einkaufsstätten gemachten Einkäufe bar bezahlen zu können.

Dieser Drang zum Geldautomaten wird aber ein klein wenig gebremst, denn die andere Seite der Medaille ist, dass es für die verbundübergreifende Nutzung von Geldausgabeautomaten aufgrund zum Teil unverständlich hoher Gebühren nur einen äußerst eingeschränkten Markt gibt. Die privaten Banken immerhin – lassen Sie mich das in eigener Sache sagen – haben mit ihren rund 10.000 Akzeptanzstellen dafür gesorgt, dass es an ihren Geldautomaten für Fremdverfügungen ein einheitliches Kundenentgelt von 1,95 Euro gibt.

3. (Drittens) Bargeld ist schneller. Noch immer scheuen sich viele Kunden, die Karte zu zücken,

weil sie sich die ungeduldigen Blicke in der Warteschleife ersparen möchten, gerade bei Kleinbeträgen. Stattdessen gibt der Verbraucher der KassiererIn lieber Münzen und Scheine in die Hand, die diese selbstverständlich akzeptieren muss.

4. Das Bargeld ist ein anonymes Zahlverfahren, mit dem in der Regel keine persönlichen Daten weitergegeben werden müssen. Wir alle wissen, welche emotionale Wellen das Thema Datenschutz in Deutschland – ob zu Recht oder zu Unrecht – bisweilen heraufbeschwören kann.

5. Bargeld vermittelt dem Verbraucher das Gefühl größerer Kontrolle bei den Ausgaben, nach dem Motto: „Man kann nicht mehr ausgeben als man hat“. Obendrein verspricht es als physisches Wertaufbewahrungsmittel, das man unter das berühmte Kopfkissen legen kann, ein irreführendes Gefühl der Sicherheit und durch die

schnelle Verfügbarkeit sicherlich auch ein Stück Freiheit.

6. Bargeld ist darüber hinaus ein zutiefst emotionales Produkt. Das Gefühl, das ein Bündel Geldscheine auslöst, ist für viele Grund genug, Geld zu horten. Und die emotionale Befriedigung, die von einem mit Geldscheinen gefüllten Portemonnaie ausgeht, scheint immer noch für viele Bürger größer zu sein als der Besitz von etlichen bunten, fantasievoll gestalteten personalisierten Zahlungskarten oder selbst eines modernen Handys mit kontaktloser Zahlungsfunktion.

7. Über Jahre hinweg war das Bargeld für den Handel das günstigste Zahlungsmittel– günstiger als Debit- und Kreditkartenzahlungen. Die Anreize, mit der Karte statt cash zu zahlen, waren daher nie so groß, als dass Scheine und Münzen deutlich an Popularität hätten einbüßen können. Warum das Bargeld über Jahre günstiger als alles

andere war, liegt auf der Hand: Einen fairen Wettbewerb mit den anderen Zahlungsmitteln hat es nie gegeben. Während einzelne Kostenbestandteile der Bargeldver- und entsorgung mit Steuermitteln finanziert werden, können sich die Kartensysteme einer derartigen Subventionierung nicht erfreuen. Die Vollkostenrechnung findet beim Bargeld als Zahlungsmittel keine Anwendung, bei Kartenzahlungen hingegen schon.

Die Liebe der Deutschen zum Bargeld hat also nicht nur mit romantischen Flausen zu tun, sondern auch mit einem ganz nüchternen Kostenkalkül. Dass diese Liebe gleichwohl vorhanden ist, belegt ein Blick auf das Volumen an Bargeld, mit dem im Einzelhandel Einkäufe getätigt werden. Laut der aktuellen EHI-Erhebung zum Zahlungsverhalten der Deutschen wurden 2011 noch rund 57 % der Umsätze im Einzelhandel mit Bargeld getätigt. Knapp 40 % des Umsatzes entfallen auf Kartenzahlungen, d.h.

auf Zahlungen mit girocard, Kreditkarten oder Kundenkarten des Handels. Eine Studie der Deutschen Bundesbank zum „Zahlungsverhalten in Deutschland“ aus dem Jahr 2009 bestätigt den vom EHI ermittelten Baranteil.

Meine Damen und Herren, nichts, oder nur wenig, ist unveränderlich. Deshalb können wir auch seit Jahren und Jahrzehnten beobachten, dass der mit Bargeld bezahlte Umsatz kontinuierlich zurückgeht. In den vergangenen 15 Jahren ist der Baranteil am Einzelhandelsumsatz um rund 20 % gesunken – ein Trend, der weiter anhalten wird.

Ein erfolgreiches Überholmanöver von girocard und Kreditkarte ist allerdings noch nicht in Sicht. Betrachten wir die jüngste Vergangenheit, so verzeichnen wir jährlich eine prozentual nur geringfügige Substitution von Barumsätzen durch Kartentransaktionen. Bei Kleinst- und Kleinumsätzen ist der allgemeine Trend zur

bargeldlosen Zahlung sogar fast zum Erliegen gekommen. Laut Zahlen der Bundesbank werden Umsätze bis 5 Euro im Handel zu über 96 % mit Bargeld getätigt. Bei Umsätzen im Handel bis 20 Euro entfallen immer noch 94 % auf das Bargeld. Insgesamt umfasst der Kleinbetragsmarkt ein Volumen von rund 55 Milliarden Euro; neben dem Bargeld haben hier aber keine weiteren Zahlungsmittelprodukte Kundenakzeptanz gefunden. Es spricht also einiges dafür, dass Bargeld auch künftig das meistgenutzte Zahlungsinstrument bleibt – zu diesem Ergebnis ist auch die Deutsche Bundesbank in ihrer bereits von mir erwähnten Zahlungsverkehrsstudie gekommen.

Meine Damen und Herren, ich habe es bereits angedeutet: Wie alles im Leben so hat auch die schöne Welt des Bargeldes ihre Schattenseite. Die tägliche Ver- und Entsorgung des Marktes mit Bargeld ist sowohl für die Kreditwirtschaft als auch für den Handel eine enorme logistische

Herausforderung. Und sie ist teuer! Dem aktuellen Positionspapier der Deutschen Kreditwirtschaft zum Bargeldmarkt zufolge müssen Banken und Sparkassen jährlich immer noch mehr als 4 Milliarden Euro aufbringen, um die Bargeldversorgung ihrer Kunden zu gewährleisten.

Zu den dabei anfallenden Kosten zählen im Wesentlichen Personalaufwendungen, Sach- und IT-Kosten, Transport- und Bearbeitungskosten, Kapitalbindungskosten sowie Aufwendungen, die nötig werden, weil auch das Bargeld zu einem immer beliebteren nationalen und europäischen Regulierungsobjekt geworden ist. Mit der Einführung des Euro-Bargeldes ist das Bargeld nicht mehr ausschließlich ein nationales Thema wie zu Zeiten der DM. Die Europäische Kommission, das Eurosystem und die Europäische Zentralbank sind bedeutsame Akteure geworden, die in die Prozesse der Bargeldlogistik eingreifen, auch mit Auswirkungen auf die Kostenstrukturen.

So sind die Aufwendungen für Prüfpflichten bei Banknoten und Münzen drastisch gestiegen – um nur ein Beispiel zu nennen. Von dieser umfangreichen Infrastruktur und diesen komplexen Hintergrundprozessen im Bargeldkreislauf bekommen der Verbraucher und selbst der Händler kaum etwas mit.

Die nicht unbedingt preiswerte Bargeldver- und –entsorgung ist einer der zentralen Gründe, warum sich die Liebe der Banken zum Bargeld in Grenzen hält. Auch dem Handel entstehen übrigens – je nach Branche und Betriebstyp – Gesamtkosten für die Bargeldlogistik zwischen 0,08 und 0,2 % des Umsatzes. Das sind durchaus nennenswerte Kosten, berücksichtigt man die für diese Branchen üblichen Umsatzrenditen – was nichts daran ändert, dass das Bargeld für den Handel bis auf weiteres das günstigste Zahlungsmittel bleibt

Lassen Sie mich auch noch auf die hohen volkswirtschaftlichen Kosten eingehen. Die

Unternehmensberatung McKinsey kommt in einer europaweiten Studie aus dem Jahr 2010 zu dem Ergebnis, dass die Versorgung mit Bargeld jeden Bürger 200 Euro im Jahr kostet. Bei wem auch immer die Rechnung am Ende landet, die Zuneigung der Verbraucher zum Bargeld steht hier in einem gewissen Kontrast zur ökonomischen Wirklichkeit.

Die Banken haben natürlich reagiert. Um die hohen Kosten der personalintensiven Bargeldversorgung zu senken, haben sie Prozesse und Verfahren der Bargeldlogistik kontinuierlich optimiert und weitestgehend automatisiert. Wo immer sinnvoll, werden manuelle Schaltergeschäfte durch Automatentransaktionen substituiert. Wie ich bereits erwähnt habe, beteiligen sich die Banken mit steigender Tendenz am Bargeldrecycling und haben auch durch den Einsatz von Einzahlungsautomaten oder kombinierten Ein- und Auszahlungsgeräten den Automationsgrad erhöht. So hat sich der Bestand

der von Kunden direkt bedienten Ein- und Auszahlungsgeräte seit 2008 in etwa vervierfacht.

Dies alles trägt dazu bei, die Prozesskette zu verkürzen und die Effizienz in der Bargeldlogistik zu erhöhen. Es trifft sich dabei ganz gut, dass die SB-Angebote der Banken von ihren Kunden gerade in der Bargeldversorgung positiv aufgenommen werden. Insgesamt steckt in der Bargeldlogistik allerdings noch erhebliches Potenzial, die Effizienz zu verbessern und Synergien noch stärker zu nutzen.

Den Kunden wiederum sollte transparent gemacht werden, dass das Bargeld eben keine kostenlose Infrastrukturleistung der Banken ist und sein kann. Bargeldbearbeitung und Bargeldlogistik sind mit hohen Kosten verbunden, und diese müssen angemessen weitergegeben werden können.

Wichtig wäre es sicherlich auch, so manchen Mythos über das Bargeld ein wenig zu relativieren. Beispiel Sicherheit: Dass Bargeld letztlich ein höchst unsicheres Gut ist, sollte eigentlich jedem einleuchten. Es kann verloren gehen, gestohlen oder schlicht zerstört werden – und ist also in dieser Kategorie den elektronischen Zahlungsmitteln unterlegen. Abgesehen davon ist Bargeld, wenn es um die Verzinsung geht, totes Kapital. Es bringt keine Zinsen, mögen diese derzeit auch noch so niedrig sein.

Überlegen ist Bargeld zwar beim Thema anonymes Zahlen, da elektronische Zahlungsmittel naturgemäß Spuren hinterlassen und daher besser beaufsichtigt und überwacht werden können. Im Gegensatz zu den elektronischen Zahlungen wie der Überweisung und der Lastschrift bedingt die Bargeldzahlung allerdings die physische Weitergabe von Hand zu Hand bzw. vom Schuldner zum Gläubiger. Dies ist

aufwendig und im Falle unseres zunehmend digitalisierten Geschäftsverkehrs auch nicht mehr wirklich zeitgemäß und notwendig. Unbare Zahlungsmittel, gerade die Zahlungskarten der Banken, können das bequemer und besser.

Seine Grenzen findet das Bargeld ganz offenkundig auch in der Welt des Internet. Da die Barzahlung in der Online-Welt keine wesentliche Rolle spielt, haben elektronische Marktplätze und die unbaren elektronischen Zahlverfahren Konjunktur. Der Online-Handel ist ein bedeutender Wachstumsfaktor für den digitalen Binnenmarkt. So lag das Umsatzvolumen des E-Commerce letztes Jahr bei rund 26 Mrd. Euro und stellt mit einer konstant hohen jährlichen Wachstumsrate von über 10 % das größte Wachstumssegment im deutschen Einzelhandel. Diese Aussichten sind verlockend und rufen daher aktuell jede Menge neue Anbieter bei mobilen und Internetbezahlverfahren auf den Plan.

Meine Damen und Herren, die Geschäftsbanken sind sich bewusst, dass sie weiterhin massiv in innovative und verbraucherfreundliche Produkte investieren müssen, damit der Trend zum bargeldlosen Bezahlen nicht nur weiter anhält, sondern sich noch verstärkt. Ich möchte nicht vom viel zitierten „War on Cash“ sprechen und auch nicht propagieren, dass das Bargeld als Zahlungsmittel in absehbarer Zeit gänzlich vom Markt verschwinden sollte.

Die hohen betriebs- und volkswirtschaftlichen Kosten der Bargeldnutzung in Deutschland legen es aber nahe, dass der Verdrängungswettbewerb zwischen elektronischen und Barzahlungen an Schärfe zunehmen muss. Die noch stärkere Akzeptanz von Kartenzahlungen sowie von innovativen mobilen Internetzahlverfahren, die künftig durch Banken angeboten werden, ist eine Daueraufgabe der nächsten Jahre.

Die Kreditwirtschaft darf nicht darin nachlassen, die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs weiter voranzutreiben – auch wenn die Verbraucher uns vor Freude nicht gleich um den Hals fallen werden. Auf einige der Initiativen, die die Banken und die deutsche Kreditwirtschaft bereits auf die Schiene gesetzt haben, damit der Verdrängungswettbewerb zunimmt, möchte ich jetzt noch kurz eingehen.

Zu SEPA, meine Damen und Herren, muss ich nicht viel sagen. Ein Ziel der SEPA-Initiative ist es immer gewesen, die Barzahlungen in Europa durch einheitliche elektronische Zahlverfahren sukzessive zu reduzieren. Die europäische Kreditwirtschaft hat sich im Rahmen der SEPA-Initiative von Anfang an auch für die Harmonisierung im baren Zahlungsverkehr eingesetzt. Mit der „Single Euro Cash Area“ (SECA) sollen Prozesse und Verfahren in der Bargeldlogistik europaweit effizienter gestaltet und Kosten reduziert werden.

Darüber hinaus hat die europäische Kreditwirtschaft im Kartengeschäft den flächendeckenden Einsatz der Chiptechnologie auf Basis des weltweiten EMV-Standards durchgesetzt – und zwar im gesamten SEPA-Raum. Dies hat zu einer nachhaltigen Erhöhung der Sicherheit und des Vertrauens im Kartengeschäft geführt. Gleichzeitig wurden die Bankkartennutzer in Europa durch die Selbstverpflichtung der europäischen Kreditwirtschaft an die Verwendung von sicheren Microprozessor-Chipkarten mit PIN gewöhnt.

In Deutschland hat sich in etwa 20 Jahren das Debitkartensystem der Deutschen Kreditwirtschaft, girocard, bei Verbrauchern und im Handel erfolgreich etabliert. Hohe Verfügbarkeit, hohe Akzeptanz und hohe Sicherheit sorgen dafür, dass der Nutzungsgrad der von den Banken und Sparkassen ausgegebenen fast 100 Millionen girocards im

Handel kontinuierlich ansteigt. Mit seinen mehr als 2 Milliarden Transaktionen pro Jahr und mehr als 118 Milliarden Euro Umsatz pro Jahr ist girocard das erfolgreichste Kartenzahlungssystem in Deutschland. Der Marktanteil des girocard-Systems beim Bezahlen im Handel liegt bei mehr als 20 %. Künftig soll girocard sowohl kontaktlos an der Ladenkasse als auch im Internet genutzt werden. Bezahlverfahren der Zukunft müssen sowohl am POS als auch im Internet eingesetzt werden können.

Das Internet allgemein, und speziell die sozialen Medien, verändern das Kommunikationsverhalten der Kunden mit ihrer Bank, aber nicht nur das Kommunikationsverhalten. Die Grenzen zwischen E-Commerce und dem stationären Handel verschwinden zunehmend. Internetshop und reales Ladengeschäft ergänzen einander oftmals.

Auch hier gilt: Die Kreditwirtschaft muss auf die Innovationen in den unterschiedlichsten

Bereichen reagieren, um das „Banking der Zukunft“, insbesondere im Zahlungsverkehr, aktiv zu gestalten. Das bedeutet nicht, dass es künftig keine Filialen mehr geben wird. Die Digitalisierung führt aber sicherlich dazu, dass die Kundenansprache integriert und einheitlich erfolgen muss. Ob Sie es eine Evolution oder eine Revolution nennen – Kundenkommunikation und Bankvertrieb müssen der digitalen Welt von morgen und hier nicht zuletzt der wachsenden Bedeutung des E-Commerce Rechnung tragen.

Wer im Wettbewerb bestehen will, muss die aktuellen Trends stets kennen und über die Wünsche und Bedürfnisse seiner Kunden genau Bescheid wissen. Bankkunden wollen unterschiedliche Medien oder soziale Netzwerke überall und jederzeit nutzen können. Daher muss auch die Bank der Zukunft in die Hosentasche passen und überall erreichbar sein für Information, Interaktion und Transaktion.

Vermutlich ist es nur eine Frage der Zeit, wann die klassische Plastikkarte – das heute, neben dem Bargeld, wichtigste Zahlungsinstrument im Einzelhandel – mit anderen Technologien konvergiert. Derzeit gehe ich aber davon aus, dass auf Sicht der nächsten 5 - 10 Jahre die Bezahlkarte weiterhin einen Platz im Portemonnaie der Verbraucher haben wird, ebenso wie das Bargeld.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich zum Ende meines Vortrags die etwas zugespitzte These wagen: Das „Bargeld der Zukunft ist digital“. Und mit dieser digitalen Zukunft wachsen die Herausforderungen. Auf der einen Seite soll der Zahlungsverkehr als ein zentrales Geschäftsfeld und Instrument der Kundenbindung für die Banken erhalten und weiter ausgebaut werden. Auf der anderen Seite müssen sich Banken auf diesem Gebiet zunehmend gegenüber neuen Anbietern und Wettbewerbern behaupten – ich nenne beispielhaft Amazon und Google.

Die digitale Gesellschaft von heute und morgen wird die bewährten Zahlungsverfahren auf den Prüfstand stellen und früher oder später auch das Bargeld in Bedrängnis bringen. Noch ist Cash King, aber der massive Angriff der digitalen Zahlungsverfahren wird das Bargeld weiter Marktanteile kosten.

Das bedeutet aber nicht, dass Euro-Banknoten und -Münzen komplett durch digitales Geld ersetzt werden. Dies würde zweifellos Probleme ganz neuer Art aufwerfen – etwa mit Blick auf die Fälschungssicherheit. Zudem würden sich Verbraucher und Datenschützer vermutlich für ein digitales Geld stark machen, das sich anonym einsetzen lässt. Die Anonymität und die digitale Natur dieser Art von Geld würden dann wiederum die Aufsicht vor Fragen stellen, auf die sich wahrscheinlich keine leichten Antworten finden lassen. Allen, die bereits das Verschwinden der vierstelligen Postleitzahl, das Ende des

Eurocheques und das allmähliche Absterben der gelben Telefonzelle kaum verkraften konnten, kann also Mut gemacht werden: Scheine und Münzen wird es noch eine ganze Weile geben.

Meine Damen und Herren, wie auch immer Sie heute Ihren Espresso bezahlen, ob bar oder mit Karte – hier vor Ort werden Sie ihn wahrscheinlich gar nicht bezahlen müssen –, bei unserem heutigen Thema ist einiges im Fluss. Mein Redefluss hingegen ist nun beendet. Haben Sie herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.