

## UNTERWEGS ZU EINEM GROSSEN ZIEL

girocard  
4.0

UM DIE WELT RICHTIG ZU VERSTEHEN, BRAUCHT MAN AUS MEINER SICHT ZWEI DINGE: HEIMATLIEBE UND ENTDECKERGEIST. IN DER HEIMAT FINDET MAN WURZELN UND KANN SICH AUF SEINE UREIGENEN STÄRKEN BESINNEN. IN DER FREMDE LÄSST SICH NEUES UND INSPIRIERENDES ENTDECKEN, DAS HILFT SICH PERSÖNLICH STETIG WEITERZUENTWICKELN UND ÜBER EIGENE GRENZEN HINAUSZUWACHSEN. WAS FÜR MENSCHEN UND IHRE PERSÖNLICHKEIT GILT, PASST ABER AUCH FÜR DIE GIROCARD: SIE IST ALS NATIONALES BEZAHLSYSTEM TIEF IN DEUTSCHLAND VERWURZELT, ABER DER BLICK ÜBER DEN TELLERRAND HILFT IHR ZU WACHSEN UND ZU FLORIEREN.

Die Basis ist gut, die Wurzeln reichen tief: Mit gut 70 Prozent Marktanteil am bargeldlosen Umsatz ist sie das mit Abstand führende Zahlungssystem im stationären Einzelhandel in Deutschland. Sie hat sich das Vertrauen von Konsument:innen und Handel erarbeitet und ist auf die Bedürfnisse des deutschen Marktes zugeschnitten. Dennoch müssen wir unseren Entdeckergeist wecken, um die starke Position der girocard für die Zukunft zu wahren. Der Markt ist in ständigem Wandel und sie braucht funktional und technisch stetig neue Impulse, um sich anzupassen und ihre Relevanz zu erneuern. In diesem Punkt haben wir durchaus Aufholbedarf gegenüber Wettbewerbern, die schon aktuell deutlich mehr Transaktionsarten und Einsatzumgebungen unterstützen. Diese Lücke müssen wir durch innovative Funktionen schließen.

**NEUE WEGE**

Genau das wollen wir mit der Idee der girocard 4.0 erreichen: Wir begeben uns auf eine Reise, an deren Ende eine bessere, stärkere girocard steht, die Kund:innen an mehr Einsatzorten und in mehr Situationen schnell, sicher und bequem bezahlen lässt.

Die EURO Kartensysteme ist seit langem für zentrale Aufgaben des girocard-Systems wie übergreifende Kommunikation und Marketing zuständig und hat die Deutsche Kreditwirtschaft (DK) im Business Development unterstützt. In der neuen Rolle als Scheme Manager sind wir künftig umfassend für die Operationalisierung der girocard-Strategie verant-

wortlich. Bei uns laufen Produktentwicklung, Marktbearbeitung und Administration zusammen. Wir bündeln Kompetenzen und bauen Ressourcen aus, um die girocard dynamischer und flexibler zu entwickeln und stärker mit Marktteilnehmer:innen zu vernetzen.

**Ziel ist es, neue Akzeptanzbereiche zu erschließen und wettbewerbsdifferenzierende Innovationen in den Markt zu bringen.**

Die Debitkarte der Deutschen Kreditwirtschaft wird sich in schnelleren Zyklen entlang der Marktanforderungen zukunftssicher ausrichten. Ziel ist es, neue Akzeptanzbereiche zu erschließen und wettbewerbsdifferenzierende Innovationen in den Markt zu bringen. Die DK als Governance Authority definiert auch zukünftig die Strategie und damit die Rahmenbedingungen der Entwicklung.

**GEMEINSAM STARK – EIN NETZWERK FÜR DIE GIROCARD**

Die Kreditwirtschaft wird sich aber nicht allein auf die Reise machen. Wir setzen auf die Begleitung durch Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie auf deren Anregungen und Expertise – schon heute einer der Erfolgsfaktoren der girocard. Bereits bei der Generierung von Ideen und Konzepten wollen wir diese Partnerschaft in Zukunft vertiefen.

Durch einen gemeinsamen Weiterentwicklungsprozess setzen wir darauf, dass sich Handel und Dienstleister aktiv in die Arbeiten einbringen und die Vorteile dieser Vorgehensweise erkennen. Unser Ziel: Wir sind schneller am Markt, treffen besser den Bedarf und entwickeln schneller Relevanz. Dass das funktioniert, haben wir schon bei Projekten wie

**Oliver Hommel**

Als ausgewiesener Payment- und Open-Banking-Experte verfügt Oliver Hommel über mehr als 20 Jahre Erfahrung in diversen Bereichen des Zahlungsverkehrs. Im Dezember 2021 ist er als Geschäftsführer in die EURO Kartensysteme eingetreten und hat im November 2022 den Vorsitz der Geschäftsführung übernommen.

GASTBEITRAG

dem Terminal ohne PIN-Pad gesehen. Gemeinsam können wir Großes leisten. Und so profitieren alle von einer starken, gemeinsam getragenen girocard: der Handel von ihrer Preiseffizienz und ihren passgenauen Funktionen, Kund:innen von der breiten Verfügbarkeit sowie der einfachen und bequemen Nutzung und nicht zuletzt das Kreditgewerbe von der Unabhängigkeit von internationalen Systemen.

Ich bin überzeugt, dass wir damit ein Bezahlerlebnis kreieren, das unsere Wettbewerber so nicht bieten können. Dies wird die girocard in Deutschland stärken, aber auch ihre Relevanz über die Landesgrenzen hinaus verbessern. Ich freue mich auf die gemeinsame Reise mit meinem engagierten Team bei der EURO Kartensysteme, mit den kreditwirtschaftlichen Akteuren und unseren Partnern auf der Akzeptanzseite. //