

Lekkerland AG & Co. KG · Europaallee 57 · 50226 Frechen

Frau
Dr. Birgit Reinemund, MdB
Vorsitzende des Finanzausschusses
Deutscher Bundestag
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Jonny Natelberg

Executive Vice President Corporate
Foodservice & electronic value
Tel +49 2234 1821-281
Fax +49 2234 1821-321
Mail jonny.natelberg@lekkerland.com

Datum 13. Oktober 2011

**Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung zu dem Gesetzentwurf der Bundesregierung
„Entwurf eines Gesetzes zur Optimierung der Geldwäscheprävention“ – Drucksache 17/6804**

Sehr geehrte Frau Dr. Reinemund,

ich nehme Bezug auf Ihr Schreiben vom 6. Oktober 2011 und bedanke mich im Namen der Lekkerland AG & Co. KG für die Einladung zur Anhörung am 19. Oktober 2011.

Gerne nehme ich auch die Gelegenheit wahr, vorab zu dem Regelungsvorhaben Stellung nehmen zu dürfen. Die Stellungnahme von Lekkerland AG & Co. KG ist diesem Schreiben als Anlage beigelegt.

Mit freundlichen Grüßen



Jonny Natelberg

Stellungnahme

für die öffentliche Anhörung zu dem Gesetzentwurf der Bundesregierung „Entwurf eines Gesetzes zur Optimierung der Geldwäscheprävention“ – Drucksache 17/6804

Die Lekkerland AG & Co. KG („Lekkerland“) ist Europas größter Händler für Convenience-Produkte mit etwa 8 Mrd. Euro Umsatz. Lekkerland beliefert 60.400 Tankstellen-Shops, Kioske, Tabakwarenfachgeschäfte, Getränkefachmärkte, Kaufhäuser, Lebensmittelmärkte, Bäckereien, Kantinen und Convenience-Stores mit einem Vollsortiment aus Süßwaren, Snacks, Convenience-Sortimenten, Eis, Tiefkühlkost und Backwaren, Frische-Produkten, Getränken, Tabakwaren, Telekommunikationsprodukten und Non-Food. Vom Gesetzentwurf ist Lekkerland insoweit betroffen, als Lekkerland über 18.000 seiner Verkaufsstellen die Bevölkerung auch mit Prepaid-Zahlungskarten versorgt. Beim Vertrieb dieser Karten sind Lekkerland und die Lekkerland angeschlossenen Vertriebsstellen lediglich als Vermittler tätig. Der Vertrag über den Erwerb und die Nutzung des Prepaid-Produktes kommt ausschließlich zwischen dem jeweiligen Emittent der Karte und dem Endkunden zustande.

Im Wesentlichen hat Lekkerland zwei Anmerkungen zum Gesetzentwurf:

- **Identifizierungspflicht:** Durch eine Pflicht zur Identifizierung von Käufern von Prepaid-Zahlungskarten würde der auch von Lekkerland belieferte Markt für Prepaid-Zahlungskarten zerstört, weil die Verkaufsstellen diese Art von Karten wegen des hohen bürokratischen Aufwands auslisten und nicht mehr anbieten würden. Darüber hinaus hätte diese Pflicht negative Auswirkungen auf das Geschäft mit anderen Produkten im Sortiment der Kioske und Tankstellen. **Bagatellgrenzen**, innerhalb derer Prepaid-Zahlungskarten ohne Identifizierung erworben werden können, würden den Markt für diese Produkte retten. Um einheitliche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, sollten diese Bagatellgrenzen für alle Prepaid-Zahlungskarten unabhängig vom Vertriebsweg und vom Emittenten gelten.
- **Geldwäschebeauftragter:** Zahlreiche Kioske und Tankstellen haben wegen des Schichtbetriebs und der ganzjährigen Öffnungszeiten mehr als neun Mitarbeiter. Sie könnten die neue Pflicht, einen Geldwäschebeauftragten zu bestellen, nicht verkraften. Angesichts des harten Wettbewerbs haben sie keinen finanziellen Spielraum, einen Mitarbeiter zur Erfüllung von Pflichten als Geldwäschebeauftragten freizustellen und diesen zu schulen. **Die Pflicht zur Bestellung eines Geldwäschebeauftragten sollte deshalb nicht für kleine Einzelhändler gelten.**

1. Vom Gesetzentwurf betroffene Produkte und Konsumentenverhalten

Lekkerland beliefert große Teile der Kioske und Tankstellen in Deutschland mit einem Umsatzvolumen von über 7 Mrd. Euro. Davon entfallen auf so genannte Prepaid-Produkte über 1 Mrd. Euro Umsatz im Jahr. Hierin enthalten sind Prepaid-Bezahlkarten mit etwa 350 Mio. Euro Umsatz.

Diese Prepaid-Bezahlkarten liefert Lekkerland an mehr als 18.000 Verkaufsstellen, die etwa 20.000 Euro Umsatz pro Verkaufsstelle mit diesen Produkten machen und eine Provision in einer Größenordnung von 2 bis 4 % erhalten. Die Produkte gibt es als Plastikkarten oder als so genannte Voucher – das sind Papiere ähnlich wie Kassenzettel mit einer 16-stelligen Nummer, die für den Bezahlvorgang benötigt wird. Die Produkte werden vor allem dazu benutzt, um im Internet zu bezahlen. Der Kunde kauft damit z.B. Filme oder Musik, die er aus dem Internet herunter lädt oder sonstige Waren über den Internet-Versandhandel. Unsere Marktbeobachtung zeigt, dass für Kunden sehr wichtig ist, schnell über das Guthaben auf der Karte verfügen zu können. 80 % der gekauften Voucher werden innerhalb von sechs Stunden eingelöst! Das durchschnittliche Guthaben auf Vouchern, die über von Lekkerland belieferte Verkaufsstellen verkauft werden, beträgt 28 Euro. Der Verdacht, dass damit Geld aus Straftaten „gewaschen“ oder gar Terrorismus finanziert wird, liegt fern.

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der Prepaid-Karte werden regelmäßig zugleich andere Bedürfnisse des Kunden (Essen und Trinken) in den Verkaufsstellen bedient. Der Kunde erwirbt dort neben Karte oder Voucher auch andere Produkte (sog. Cross-Selling). Aus dem Verkauf von Prepaid-Vouchern und den sog. Cross-Selling Produkten, wie Coca Cola, Chips oder auch ein frisch belegtes Brötchen erwirtschaftet eine Verkaufsstelle durchschnittlich einen Gewinn (nicht Umsatz!) von ca. 2.000 Euro im Jahr. Der Kunde geht auch deshalb gerne zu diesen Verkaufsstellen, weil diese gut zu erreichen sind und lange Öffnungszeiten haben, was den Cross-Selling-Effekt befördert.

2. Marktentwicklung

Nach unserer Marktbeobachtung sind Prepaid-Produkte für Verbraucher in Deutschland sehr attraktiv. Nachdem sich der Markt in den vergangenen Jahren schon sehr positiv entwickelt hat, gehen wir in den nächsten Jahren von stetig hohen Wachstumsraten im zweistelligen Bereich aus. Warum das so ist, sollen zwei Beispiele verdeutlichen:

Wenn man die Mobiltelefone oder auch sog. Smartphones betrachtet, gibt es in Deutschland allein 60 Mio. Prepaid-Handys mit einer SIM-Karte, um telefonieren zu können. Dieser Markt ist 3,5 Mrd. Euro groß, d.h. es werden Aufladungen in diesem Wert getätigt. Die Aufladungen finden auch über Kioske und Tankstellen statt, die Lekkerland mit einem Marktanteil von etwa 20 % beliefert. Dies entspricht einem Umsatz in einer Größenordnung von 700 Mio. Euro. Diese Aufladungen sind vom Gesetzentwurf nicht betroffen, bieten aber ein erstes Beispiel dafür, wie gerne Verbraucher in Deutschland Prepaid-Produkte inzwischen generell nutzen.

Das gleiche gilt für den momentan noch etwas kleineren Markt für Prepaid-Zahlungskarten. Diese können in zahlreichen Internet-Läden, wie zum Beispiel den App-Stores verwendet werden, um dort Produkte zu kaufen (Musik Downloads, Filme etc.). Allein das Unternehmen Apple, macht mit dem Apple-Store und den Apps immense Umsätze. Das Bezahlen geht eigentlich ganz einfach, man bezahlt im Internet mit seiner Kreditkarte und kann sich dann bei Apple anmelden und diese Produkte herunterladen. Für die 75 % der Deutschen, die keine Kreditkarte von ihrer Bank haben, gibt es spezielle I-Tunes Karten, die man nur im I-Tunes-Store verwenden kann. Allein in Deutschland werden wir in diesem Jahr schon 120 Mio. Euro Umsatz nur mit dieser einen einzigen Karte machen. Noch besser sind aber Prepaid-Zahlungskarten. Die Prepaid-Zahlungskarten haben den Vorteil, dass sie auch noch bei anderen Händlern im Internet oder Kreditkartenakzeptanzstellen, zum Beispiel von MasterCard zum Zahlen verwendet werden können. Dies wiederum nur als Beispiel dafür, wie sehr in Deutschland das Internet inzwischen genutzt wird und welche Zukunft das Modell Prepaid hat.

3. Auswirkungen des Gesetzentwurfs

Solange es sich um eine 1:1 Beziehung handelt (Closed-Loop) – der Kunde kauft z.B. eine I-Tunes/Prepaid-Karte von Apple, die er nur bei Apple einlösen kann – ist dies unter dem Aspekt der Geldwäscheprävention kein Problem für den Gesetzgeber. Anders soll es nach dem Regierungsentwurf bei sonstigen Prepaid-Zahlungskarten sein. Würde für die Produkte stets – das heißt schon ab dem ersten Cent – eine Identifizierungspflicht bestehen, müsste nun in der Tankstelle der Tankwart und im Kiosk der Verkäufer den Verbraucher fragen, wer er ist und die Angaben zur „Identifizierung“ in einem Buch oder auf einem Blatt Papier vermerken und dazu noch die Nummer des Vouchers notiert werden und möglichst – damit es sich auch um eine richtige Identifizierung handelt – eine Fotokopie von dem Personalausweis gemacht werden. All diese Informationen müssen dann abgelegt und fünf Jahre aufbewahrt werden.

Die Reaktionen von den Verkaufsstellen und Kunden hierauf sind eindeutig. Durch eine Identifizierungspflicht wären diese Art von Geschäften zu 100 % nicht mehr durchführbar. Dazu muss man sich einfach vorstellen, wie eine Identifizierung ablaufen soll, wenn sich an einer Tankstelle eine Schlange bildet und alle warten müssen, bis eine komplette Identifizierung der Kunden erfolgt ist, die einen Voucher kaufen möchten. Für die Kunden und Verkaufsstellen ist dies nicht akzeptabel und wird zu Protesten und Boykotten der Produkte führen. Außerdem sind Kunden nicht damit einverstanden, dass ihre höchstpersönlichen Daten an einem Kiosk oder einer Tankstelle gelagert werden. Die Kunden fühlen sich dadurch stigmatisiert und unter den Generalverdacht gestellt, dass sie etwas tun, was nicht erlaubt ist – auch wenn dem tatsächlich nicht so sein mag.

Das Geschäft mit den Prepaid-Zahlungskarten wäre mit Identifizierungspflichten ab 1 Cent am Ende. Die einzelnen Verkaufsstellen hätten nicht nur erhebliche Umsatzeinbußen, sondern auch Gewinneinbußen. Das kann so weit gehen, dass kleine Kioske, die sowieso schon ums wirtschaftliche Überleben kämpfen, gegebenenfalls Konkurs anmelden müssten.

Die einzig sinnvolle Lösung liegt darin, für den Verkauf von Prepaid-Zahlungskarten **Bagatellgrenzen** einzuführen, innerhalb derer keine Identifizierung zu erfolgen hat. Dadurch werden einerseits die Interessen der Verbraucher und Verkaufsstellen gewahrt, die vor allem Karten mit relativ geringen Guthaben kaufen, und andererseits Geldwäscheaktivitäten im großen Stil verhindert. Die EU-Richtlinie lässt Schwellenwerte von 250 Euro für nicht wiederaufladbare und 2.500 Euro pro Jahr für wiederaufladbare Produkte zu. Aus Sicht von Lekkerland und der Vertriebsstellen wären auch niedrigere Bagatellgrenzen ausreichend.

Selbstverständlich begrüßt Lekkerland die Bestrebungen der Bundesrepublik Deutschland, der Europäischen Union und der FATF, Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung zu bekämpfen. Diese Ziele können aber auch dadurch erreicht werden, dass nur solche Produkte ins Sortiment genommen werden, die von zuverlässigen und von EU-Recht regulierten Banken beziehungsweise E-Geldinstituten stammen. Diese professionellen Emittenten können viel effizienter und effektiver Geldwäscheaktivitäten entdecken und darauf reagieren. Der Angestellte im Kiosk oder an der Tankstelle würde gar nicht bemerken, wenn ein Kunde zu mehreren Verkaufsstellen gehen würde, um massenhaft Prepaid-Zahlungskarten oder Voucher zu kaufen. Unser dringendes Anliegen ist es daher, Bagatellgrenzen einzuführen, die für alle Produkte und Vertriebswege gelten.

Hart getroffen würden die Kioske und Tankstellen auch von der laut Gesetzentwurf geplanten Pflicht, einen Geldwäschebeauftragten zu bestellen. Die Verkaufsstellen haben zwar aufgrund langer Öffnungszeiten häufig mehr als neun Mitarbeiter, bleiben aber Unternehmen, die in einem hart umkämpften Markt wirtschaften müssen. Wenn zu all den anderen bürokratischen Pflichten nun auch noch ein Geldwäschebeauftragter hinzukäme, würde dies ganz erhebliche Belastungen bedeuten. Unsere dringende Bitte ist deshalb, Einzelhändler wie Kioske und Tankstellen von der Pflicht zur Bestellung eines Geldwäschebeauftragten auszunehmen.

gez.

Jonny Natelberg

Executive Vice President Lekkerland AG & Co. KG

Corporate Foodservice & Electronic Value

Europaallee 57

50226 Frechen

Deutschland