

Betreff: Unser Gespräch am 09. September 2026

Datum: Freitag, 11. September 2026 um 11:18:55 Mitteleuropäische Sommerzeit

Von: 

An: 

CC: 

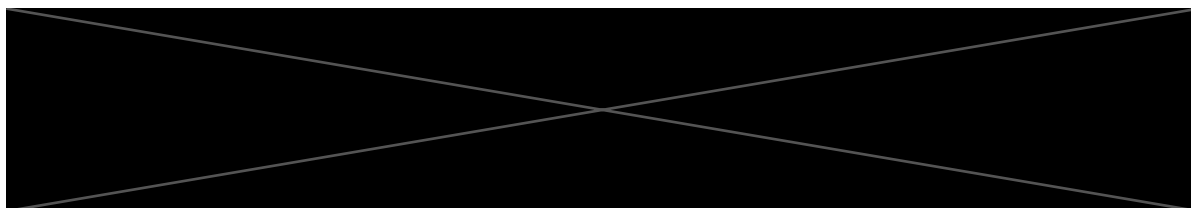
Anlagen: image001.jpg, 260908_PTD_Positionspapier_Amex.pdf, 260908_Surcharging_Positionspapier_Amex.pdf

Sehr geehrter Herr Abgeordneter,

haben Sie nochmals vielen Dank für Ihre Zeit am vergangenen Mittwoch und unseren offenen Austausch zur nationalen Umsetzung der europäischen PauschalreiseRL sowie zu den antizipierten Auswirkungen von PSD3/PSR auf unser Geschäftsmodell.

Anbei übersende ich Ihnen wunschgemäß die beiden OnePager auch digital.

Wir würden uns freuen, mit Ihnen zu diesen und auch anderen Themen im Gespräch zu bleiben.



DEFINING THE FUTURE *together*



Surcharging-Verbot in Deutschland vereinheitlichen

American Express begrüßt PSD3 und PSR als wichtigen Schritt, den europäischen Zahlungsverkehr sicherer, innovativer und wettbewerbsfähiger zu gestalten. Die Chance, mit einem europaweiten Surcharging-Verbot – wie vom Europäischen Parlament gefordert – Wettbewerbshemmnisse abzubauen und den Verbraucherschutz zu stärken, wurde jedoch nicht genutzt. Mit der Umsetzung der PSD3 in nationales Recht ergibt sich nun die Möglichkeit, die bestehende Regelungslücke zu schließen und einheitliche, verbraucherfreundliche Regeln zu schaffen.

EMPFEHLUNG: Einheitliches gesetzliches Surcharging-Verbot für alle Kartenzahlungen in Deutschland einführen

BEGRÜNDUNG:

Surcharging ...

- 1 | **... fragmentiert Regulierung:** Derzeit fallen laut Schätzung der EU-Kommission rund 95 % der Kartenzahlungen unter ein Surcharging-Verbot; 17 Mitgliedstaaten haben es bereits vollständig untersagt. Deutschland sollte diesem Beispiel folgen und mit einem umfassenden Surcharging-Verbot einen Beitrag zu einer stärkeren Harmonisierung des europäischen Zahlungsverkehrs leisten.
- 2 | **... schadet Verbrauchern:** Wer „fürs Bezahlen zahlen“ muss, wird in der Wahl der bevorzugten Zahlungsmethode eingeschränkt und über den tatsächlichen Preis einer Ware getäuscht. Surcharging ist damit ausgesprochen verbraucherunfreundlich.
- 3 | **... hemmt Innovation:** Surcharging hält neue Marktteilnehmer davon ab, in alternative Geschäftsmodelle zu investieren – das schränkt die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher ein und schwächt Investitionen in sichere und wettbewerbliche Zahlungsalternativen, während dominierende Anbieter ihre Preise erhöhen konnten.
- 4 | **... verzerrt Wettbewerb:** American Express ist ein vergleichsweise kleiner Akteur im Zahlungsverkehr in Deutschland und für Händler wie Verbraucher eine wichtige Alternative zu dominierenden Akteuren. Selektives Surcharging benachteiligt solche Alternativen gezielt.

HINTERGRUND

Surcharging, die Erhebung von Zusatzgebühren bei Kartenzahlungen, ist bislang nur für bestimmte IFR-regulierte Karten (europäische Konsumentenkarten) von Vier-Parteien-Systemen wie Visa und Mastercard europaweit verboten. Drei-Parteien-Systeme wie American Express oder sonstige nicht-IFR-regulierte Karten (z. B. Corporate Cards) sind davon grundsätzlich ausgenommen. Art. 28 Abs. 4 PSR erlaubt den Mitgliedstaaten, das Verbot auf weitere Zahlungsinstrumente auszuweiten. Deutschland sollte diese Option im nationalen Begleit- bzw. Umsetzungsgesetz zum EU-Zahlungsdienste-Paket nutzen und § 270a BGB so anpassen, dass Händler für Kartenzahlungen unabhängig von der IFR-Anwendbarkeit keine Zusatzentgelte verlangen dürfen. Dies ist besonders wichtig, weil Art. 28 Abs. 5 PSR Acquirern künftig untersagt, Händler bei gesetzlich zulässigem Surcharging vertraglich daran zu hindern.

ÜBER AMERICAN EXPRESS

American Express (Amex) zählt zu den weltweit führenden Zahlungsdienstleistern und ist bereits seit 1907 in Deutschland vertreten. Heute beschäftigt das Unternehmen rund 500 Mitarbeitende am Standort Frankfurt am Main. Durch die Übernahme von Loyalty Partner im Jahr 2011 und die Integration von PAYBACK erweiterte Amex sein Kundenportfolio um 33 Millionen PAYBACK-Nutzerinnen und -Nutzer. American Express ist eines der weltweit bekanntesten Drei-Parteien-Systeme (Closed Loop) und vereint Kartenherausgabe, Händlerakzeptanz und Zahlungsnetzwerk.