

Pressemitteilung, 17. August 2026

Prepaid Kongress 2026 Programmübersicht für den Branchentreff am 5. November steht

Drei Stages zu Markt, Regulierung, Payment und Marketing – Best Practice Pitches und Deep Dive Sessions ergänzen das Programm.

Berlin, 17.08.2026. Der Prepaid Kongress 2026 nimmt weiter Form an. Für den Branchentreff am 5. November 2026 im Steigenberger Hotel Am Kanzleramt in Berlin ist jetzt die Programmübersicht veröffentlicht. Auf der Main Stage sowie der Payment und Marketing Stage stehen aktuelle Marktentwicklungen, regulatorische Veränderungen, neue Geschäftsmodelle und konkrete Anwendungsbeispiele aus der Prepaid- und Paymentbranche im Mittelpunkt.

Durch den Kongressvormittag auf der Main Stage führt Nadine Kreutzer. Nach der Begrüßung richtet Prof. Dr. Malte Krüger von der TH Aschaffenburg zunächst den Blick auf aktuelle Marktdaten und innovative Entwicklungen bei E-Geld und weiteren regulierten Prepaid-Produkten in Deutschland und Europa.

Unter der Überschrift „**Zahlungsmittel oder Leuchtturm-Touchpoint?**“ geht es anschließend um Geschenkkarten und ihren Einfluss auf die Markenwahrnehmung. Volker Patzak stellt dazu evidenzbasierte Ergebnisse der Multisense-Studie vor, die mit Unterstützung des Markenverbandes durchgeführt wurde.

Regulierung und Politik auf der Main Stage

Mit dem Regulatory Update von Christian Walz, Rechtsanwalt und Partner bei Annerton, stehen anschließend PSD3, PSR und AMLR und damit zentrale regulatorische Entwicklungen für die Prepaid- und Paymentbranche auf der Agenda.

Unter dem Titel „**Auf die Plätze, fertig, AMLA!**“ soll zudem ein Blick auf die Prioritäten und Erwartungen der neuen europäischen Anti-Geldwäscheaufsicht geworfen werden. Ein Vertreter oder eine Vertreterin der AMLA ist angefragt.

Im Politik-Talk „**Was die Prepaid-Branche jetzt von Berlin und Brüssel braucht**“ stehen Regulierung, Wettbewerbsfähigkeit und die politischen Rahmenbedingungen für die weitere Marktentwicklung im Mittelpunkt. Referenten und Moderation befinden sich derzeit in Abstimmung.

Den Abschluss der Main Stage bildet Prof. Dr. Michael Fretschner mit seiner Keynote „**Rabatt, Coupon, Gutschein & Co.: Was Kaufanreize wirklich in Kopf und Warenkorb auslösen**“.

Deep Dive Sessions in der Mittagspause

Auch die Mittagspause wird in diesem Jahr für den fachlichen Austausch genutzt. Drei Deep Dive Sessions bieten die Möglichkeit, ausgewählte Themen in kleinerer Runde zu vertiefen.

Die Sessions werden von **Stored Value Solutions (SVS)**, **fashioncheque** und **Gifting Technologies** präsentiert. Die Themen und Speaker werden in den kommenden Wochen bekannt gegeben.

Payment Stage: Regulierung trifft Praxis

Am Nachmittag übernimmt Christian Walz die Moderation der Payment Stage. Stage Sponsor ist fashioncheque.

Zum Auftakt präsentieren drei Unternehmen ihre Lösungen in den **Payment Best Practice Pitches**. Das Format stellt aktuelle Anwendungen aus der Payment- und Prepaid-Praxis kompakt gegenüber.

Nach der Networking-Pause rückt mit „**Zwischen Sparzwang und Wirtschaftsförderung**“ ein weiteres politisch relevantes Thema in den Mittelpunkt. Diskutiert wird, wie Sachzuwendungen als erfolgreiches Steuerungsinstrument erhalten und weiterentwickelt werden können.

Im anschließenden **Prepaid-Payment-Talk** geht es um das Spannungsfeld zwischen Compliance, Innovation und Wettbewerb und um die Frage, was Prepaid-Schemes zukünftig leisten müssen. Die Moderation übernimmt Christian Walz; die Teilnehmer werden noch bekannt gegeben.

Über den besten Payment Best Practice Pitch entscheidet das Publikum.

Marketing Stage: Geschenkkarten zwischen Vertrieb, Marke und Kundenbindung

Parallel führt Nadine Kreutzer durch die Marketing Stage, die von epay als Stage Sponsor unterstützt wird.

Auch hier beginnt das Programm mit drei **Marketing Best Practice Pitches**. Unterschiedliche Cases zeigen, wie Geschenkkarten und Prepaid-Lösungen in der Praxis eingesetzt und vermarktet werden.

Ein weiterer Programmpunkt gibt einen **exklusiven Einblick in die aktuelle plentyco Studie**. Benjamin Bauer, Managing Director der Plentyco GmbH, stellt die Ergebnisse vor.

Der anschließende **Marketing-Talk** steht unter der Überschrift „**Wachstums-kategorie Gifting!**“. Gemeinsam mit Branchenvertretern geht es um Innovationen, Trends und Gamechanger für mehr Umsatz am POS. Moderiert wird die Gesprächsrunde von Volker Patzak; die Teilnehmer befinden sich derzeit in Abstimmung.

Auch auf der Marketing Stage stimmt das Publikum über den besten Best Practice Pitch ab.

Austausch über das Bühnenprogramm hinaus

Neben dem fachlichen Programm bleibt der persönliche Austausch ein wesentlicher Bestandteil des Prepaid Kongresses. Nach Abschluss der beiden Nachmittags-Stages kommen die Teilnehmer zum Sekt-Ausklang und Networking wieder zusammen. Den Abschluss des Kongresstages bildet die Prepaid Community Night.

Weitere Speaker, Panelteilnehmer sowie die Themen der Deep Dive Sessions werden sukzessive bekannt gegeben.

Die aktuelle Programmübersicht und Informationen zur Anmeldung sind unter **prepaidkongress.de** abrufbar.

Prepaid Kongress 2026

5. November 2026

Steigenberger Hotel Am Kanzleramt, Berlin

Hier entscheidet sich, was Prepaid morgen ist.

Pressekontakt

Katrin Barz
PR & Marketing

Prepaid Verband Deutschland e. V. (PVD)
c/o Goerzwerk
Goerzallee 299
14167 Berlin-Lichterfelde

T. 030.859946250

M. 0177.6468655

E. katrin.barz@prepaidverband.de

W. www.prepaidverband.de

VR 36814 B Vereinsregister Berlin

Lobbyregister beim Deutschen Bundestag – Registernummer: R001116

Geschäftsführende Vorstände: Vincenzo Castaldo, Volker Patzak, Jörg Steinmetz, George Wyrwoll

Über den Prepaid Kongress

Der Prepaid Kongress ist der jährliche Treffpunkt der Prepaid-Branche in Deutschland. Er bringt Unternehmen aus Prepaid, Payment, Handel und verwandten Märkten mit Vertretern aus Politik, Regulierung und Verbänden zusammen. Im Mittelpunkt stehen aktuelle regulatorische Entwicklungen, Markttrends, neue Geschäftsmodelle und der fachliche Austausch innerhalb der Branche.

Über den PVD

Der PVD ist die etablierte Interessenvertretung der Prepaid-Industrie in Deutschland. Seit der Gründung 2011 bündelt der Verband die Stimmen von Payment- und Content-Providern, Issuern, Distributoren, Händlern und Dienstleistern und vertritt ihre Belange in Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit.

Die dfv Conference Group

entwickelt, organisiert und gestaltet als Veranstaltungstochter der dfv Mediengruppe Konferenzen und Kongresse für verschiedenste Branchen. Als Beziehungsmanager macht sie aus Medien und Informationen ein Erlebnis, um die professionellen Beziehungen von Menschen zu fördern. Zu den Teilnehmer:innen ihrer Veranstaltungen zählen Geschäftsführer:innen sowie Fach- und Führungskräfte.