

EHI-STUDIE

Zahlungssysteme im Einzelhandel 2025

Daten, Fakten, Marktstrukturen

EHI



Liebe Leserinnen und Leser,

mit nun 20 Milliarden physischen Einkaufsvorgängen hat die Besuchsfrequenz im stationären Einzelhandel wieder exakt das Vor-Pandemie-Level erreicht. In den Zeiten von Infektionswellen und Lockdowns waren es nur noch 16,6 Milliarden Transaktionen pro Jahr gewesen – mit deutlich volleren Einkaufskörben und einem boomenden E-Commerce. Versorgungskäufe und Distanz waren das Gebot der Stunde.

Das Bezahlverhalten hat sich in diesen fünf Jahren massiv verändert. Wurden seinerzeit noch 72,9 Prozent der Einkäufe bar getätigten, waren es im vergangenen Jahr noch 54,6 Prozent. 3,674 Milliarden Einkäufe, die vor Corona bar abgewickelt wurden, sind nun kartengestützt!

Die Kartenumsätze haben im vergangenen Jahr 314,1 Mrd. Euro erreicht und machen damit 63,5 Prozent des Gesamtumsatzes im stationären deutschen Einzelhandel aus. Gleichzeitig verliert das Bargeld mit einem Minus von 1,7 Prozentpunkten weiter an Bedeutung. Sein Umsatzanteil liegt mit 33,8 Prozent nur noch knapp über der Drittelparre.

Als klarer Favorit hat sich in den zurückliegenden Jahren die Girocard als Nummer Eins im Payment-Ranking etabliert. Der Handel sieht die vier Säulen erfolgreicher Bezahlsysteme – solide Sicherheit, akzeptable Kosten, hohe Abwicklungs geschwindigkeit und Investitionsschutz hier als besonders gut realisiert an. Doch mit den Debitbrands von Visa und Mastercard weht dem Marktführer mittlerweile eine steife Brise ins Gesicht. Diese neuen Produkte glänzen mit den mit Abstand höchsten Wachstumsraten, auch wenn der Abstand zur Girocard noch sehr groß ist.

Mit Wero und dem digitalen Euro versucht Europa, der drohenden Marktbeherrschung durch internationale Schemes eigene Innovationen entgegenzusetzen. Die Zukunft wird zeigen, wie sich diese neuen Produkte in einem zunehmend gesättigten Markt strategisch positionieren können.

Das EHI dankt allen Händlern, die sich an der diesjährigen Studie beteiligt haben. Die Ergebnisse sind für alle Beteiligten – ob Händler, Banker oder IT-Dienstleister – wichtige Impulsgeber.

Gemeinsam mit unserem nun seit mehr als 40 Jahren aktiven Arbeitskreis „Zahlungssysteme“ und der seit 2012 bestehenden Arbeitsgruppe „Online- und Mobile-Payment“ steuern wir die Forschungs- und Dienstleistungsaktivitäten zu diesem wichtigen Thema.

Köln, im Juni 2025

Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Horst Rüter
Leiter Forschungsbereich
Zahlungssysteme
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute



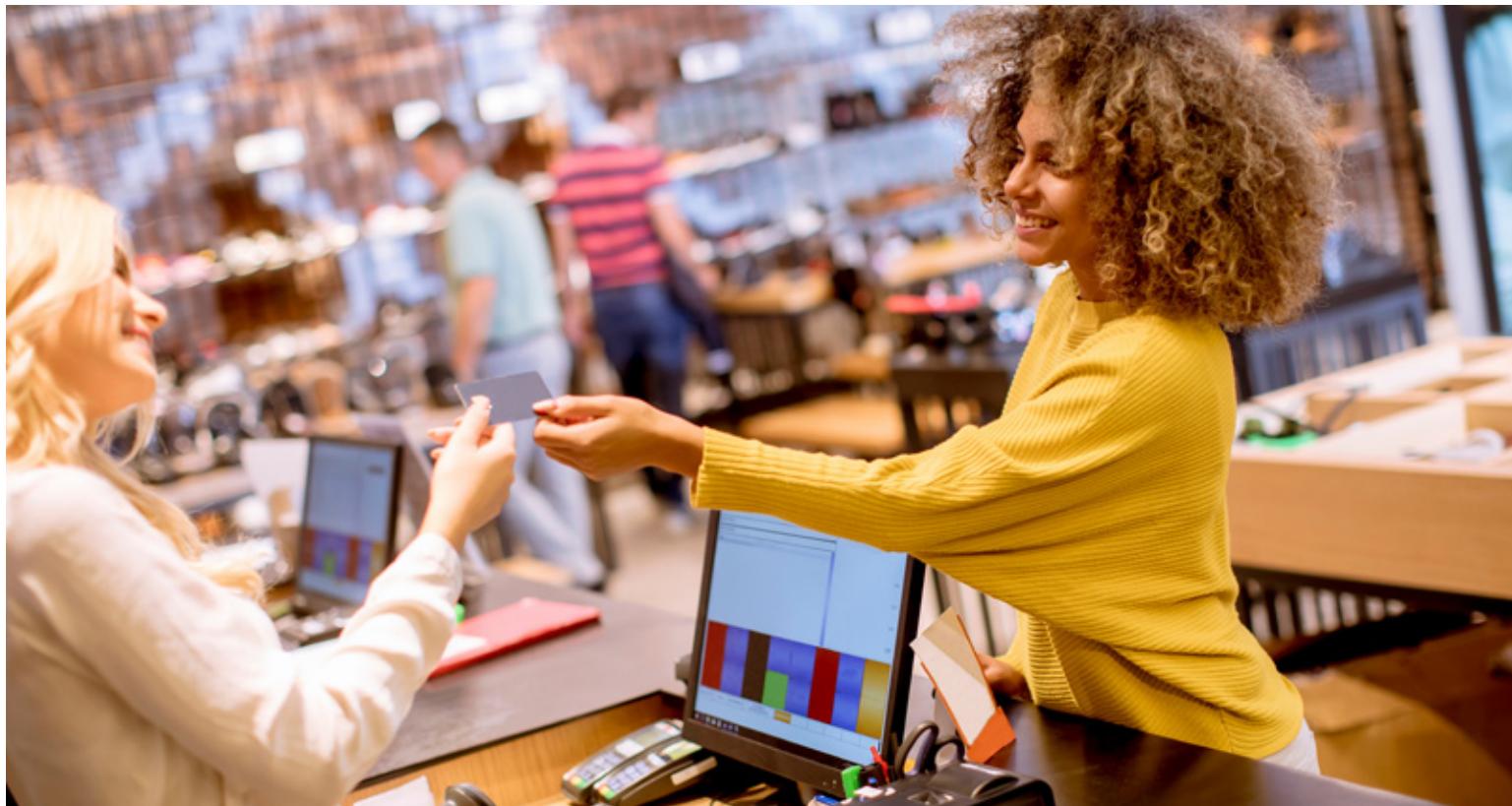


Inhalt

- | | |
|--|---|
| <p>2 VORWORT</p> <p>4 MANAGEMENT SUMMARY</p> <p>7 STRUKTURDATEN DER ERHEBUNG 2025</p> <p>11 RETROSPEKTIVBETRAC-TUNG DER ERHEBUNGEN 1995–2024</p> <p>16 BARGELDAUSZAHLUNG AM POS</p> <p>25 UMSATZANTEILE DER ZAHLUNGSSARTEN</p> <p>33 TRANSAKTIONSANTEILE DER ZAHLUNGSSARTEN</p> | <p>37 DIE ENTWICKLUNG DES GIRO-CARD-SYSTEMS DER DEUTSCHEN KREDITWIRTSCHAFT</p> <p>51 DIE ENTWICKLUNG DES SEPA-LASTSCHRIFT-VERFAHRENS</p> <p>57 DIE ENTWICKLUNG VON KREDITKARTEN UND NEW DEBITS</p> <p>71 DER EINSATZ VON KUNDEN- UND GUTSCHEINKARTEN IM EINZELHANDEL</p> <p>74 AKTUELLE TECHNISCHE INFRASTRUKTUR UND TECHNOLOGIEINNOVATIONEN</p> <p>84 KÜNFITGE ENTWICKLUNGEN</p> <p>88 ANHANG</p> <p>88 Abbildungsverzeichnis</p> <p>89 Tabellenverzeichnis</p> <p>90 Impressum</p> |
|--|---|



Ein Großteil der in der Studie **abgebildeten Grafiken** ist in unserer Online-Statistik-Datenbank **handelsdaten.de** verfügbar und kann heruntergeladen werden.



Mobiles Bezahlen nimmt Fahrt auf

Jeder achte unbare Einkauf im Einzelhandel wird mittlerweile via Smartphone bezahlt. Auch Loyalty-Programme im Einzelhandel sind ohne Einbindung von iPhone & Co. fast ganz aus der Mode gekommen. Die Zahl der Einkäufe im stationären Einzelhandel hat nach einem starken Einbruch in den Jahren 2020 bis 2022 wieder das Vor-Corona-Niveau erreicht. Marktführer Girocard kämpft mit heftigem Gegenwind.

Der kartengestützte Umsatz im Einzelhandel legt weiter zu: Auf 314,1 Mrd. Euro summierten sich 2024 die Umsätze mit Girocard sowie Kredit- und Debitkarten, eine Steigerung um 14,5 Mrd. Euro bzw. 1,7 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. 63,5 Prozent des gesamten stationären Einzelhandelsumsatzes plus 2,7 Prozent Rechnungs-/Finanzkäufe und sonstige Transaktionen (insbesondere Gutscheinkarteneinlösungen) werden nunmehr unbar abgewickelt. Es bleibt also noch ein gutes Drittel (33,8 %) für das Bargeld.

Noch liegt die Girocard mit einem Anteil von 41,5 Prozent klar vorn; insbesondere die Debitprodukte von Visa und Mastercard glänzen aber mit den höchsten Zuwachsraten. Diese New Debits konnten innerhalb eines Jahres ihren Anteil von 4,1 auf 6,9 Prozent steigern, während die Girocard mit

-0,9 und die Kreditkarten selbst mit 0,3 Prozentpunkten Anteilsverluste verkraften mussten. Bei einigen Händlern sind mittlerweile die Debitkarten von Visa und Mastercard stärker als deren Kreditprodukte. Keinesfalls abgeschrieben haben die Händler und ihre Netzbetreiber das schon so oft totgesagte SEPA-Lastschriftverfahren, das mit 6,2 Prozent Umsatzanteil wieder eine kleine Verbesserung erzielen konnte. Hier wirkt sich offensichtlich die Erteilung genereller Lastschriftmandate positiv aus, die seit einiger Zeit seitens der Dienstleister vorangetrieben wird.

Bei einem Bruttogesamtumsatz von 495 Mrd. Euro liegt der durchschnittliche Einkaufsbetrag im Mittel aller Handelsbranchen derzeit bei 24,75 Euro. Das entspricht exakt 20 Milliarden Einkäufen, die in Deutschland im Jahr 2024 physisch im Einzel-

„Mit 20 Milliarden physisch getätigten Einkäufen im Einzelhandel 2024 ist das Vor-Corona-Niveau wieder erreicht.“

Horst Rüter
EHI Retail Institute

handel getätigten wurden. Mit 239 Transaktionen pro Kopf bzw. 484 pro Haushalt und Jahr ist damit das Vor-Corona-Niveau wieder erreicht. Zur Erinnerung: Im Jahr 2021 waren die Einkäufe auf nur noch 16,6 Milliarden eingebrochen. Die Deutschen kaufen also wieder so häufig wie vor der Pandemie in den Geschäften ein, wenngleich die Einkaufskörbe nicht mehr so voll sind wie zu Coronazeiten.

Bei den Transaktionsanteilen verliert das Bargeld weiter, liegt aber mit 54,6 Prozent (-3,7 Prozentpunkte) noch vor der Kartenzahlung, die auf 44,1 Prozent kommt. Damit stehen 10,91 Milliarden Barverkäufen mittlerweile 8,82 Milliarden kartengestützte Zahlungsvorgänge sowie 0,27 Milliarden sonstige unbare Transaktionen gegenüber.

CASHBACK BOOMT Nach wie vor paradox erscheint es, dass einerseits mit Bargeld immer weniger bezahlt und umgesetzt wird, andererseits aber immer mehr Scheine an die Kundschaft ausgezahlt werden. Der sogenannte Cashback-Umsatz hat sich binnen Jahresfrist weiter von 12,31 auf 13,57 Mrd. Euro erhöht. Nach Analysen der Deutschen Bundesbank wurden bereits im Jahr 2023 9 Prozent aller Bargeldabhebungen im Einzelhandel getätigten. Angesichts weiter reduzierter Bankfilialen und Geldausgabeautomaten dürfte sich der Anteil auch im vergangenen Jahr weiter auf einen nun zweistelligen Wert erhöht haben. Neben der Auszahlung via Girocards wird ein geringerer Teil auch über Mastercard/Visa vorgenommen. Neu seit November 2024 ist die App-gestützte Auszahlung via Bargeld-Code, die von der Postbank und ab dem dritten Quartal 2025 auch von der Deutschen Bank angeboten wird. Hierbei sind sogar Einzahlungen an Einzelhandelskassen möglich. Im Gegensatz zum „klassischen“ Cashback, das dem Handel im vergangenen Jahr rund 19 Mio. Euro gekostet hat, erhält bei der Postbank-Variante der Handel für die Dienstleistung

einen kleinen Obolus. Cashback-Pionier Rewe sowie dm-Drogeriemarkt und Rossmann machen als Pilotkunden mit.

Nicht nur bei der Bargeldauszahlung wird künftig stärker das Smartphone einbezogen. Der Trend zum mobilen Bezahlen ist unverkennbar. Innerhalb nur eines Jahres ist der Anteil mobiler Zahlungen an den unbaren Bezahlprozessen von 7,49 auf 12,85 Prozent in die Höhe geschnellt. Noch liegen kontaktlose Transaktionen mit physisch präsenten Karten vorn (69,39 %), aber die bequeme Variante des Bezahlens mit mobilen Devices setzt sich immer stärker durch. Nur noch ein kleiner Anteil von 17,76 Prozent der bargeldlosen Zahlungen wird mit physischem Kontakt zwischen Karte und Terminal abgewickelt.

In diesen Mobilitätstrend passen auch die sich wandelnden Loyalitätsprogramme großer Handelsunternehmen. Nur noch jeder siebte große Händler arbeitet ausschließlich mit einer Plastikkarte als Loyalty-Lösung. Immer mehr Händler setzen ausschließlich oder allenfalls noch in Kombination mit einer physischen Kundenkarte auf die digitale Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden. Bekanntestes Beispiel für den Wandel ist das zum Jahreswechsel eingeführte Rewe-Bonus-Programm, das ausschließlich mit einer digitalen App gesteuert wird. Und auch die Wettbewerber Edeka und Netto dürften trotz Zweigleisigkeit von analoger und digitaler Variante die Einbindung von Payback in die bestehenden hauseigenen Apps bevorzugen.

INVESTITIONEN ZIEHEN AN Der Wandel zu mehr Mobilität ist ein Grund, warum nach drei Jahren erstmals der Investitionsklimaindex für das Payment wieder anzieht. Nach den Investitionen der Vergangenheit geht es nun darum, neue Terminalgenerationen und mobile Devices für den Kassiervorgang einsetzbar zu machen. Hinzu kommen die ab Ende Juni greifenden Anforderungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes, das gehandicapte Menschen zur diskriminierungsfreien Nutzung von Zahlungsinfrastruktur befähigen soll. Alle ab der zweiten Jahreshälfte 2025 neu installierten Bezahlterminals müssen die gesetzlichen Anforderungen erfüllen.

Im Onlinehandel, der im vergangenen Jahr nach einer längeren Durststrecke mit rund 3,5 Prozent mal wieder etwas stärker als sein stationäres Pendant zugelegt hat, ist die Verteilung der Zahlungsarten recht stabil. Platzhirsch Paypal hat

„Der Wandel zu mehr Mobilität ist ein Grund, warum nach drei Jahren erstmals der Investitionsklimaindex für das Payment wieder anzieht.“

Horst Rüter
EHI Retail Institute

es geschafft, mit einem Anteil von 28,5 Prozent den nachfolgenden Rechnungskauf (25,8 %) auf Distanz zu halten. Mit gebührendem Abstand folgen Lastschrift/Bankeinzug (17,3 %) und die Kredit-/Debitkarten mit 12,3 Prozent.

Erwähnenswert ist der Anteil der Finanzierung über Ratenkauf, der sich zwar mit 4,3 Prozent vergleichsweise bescheiden ausnimmt, sich allerdings in drei Jahren verdoppelt hat. Ganz offensichtlich verfehlten die unzähligen „buy now, pay later“-Angebote, die auch bei Marktführer Paypal mit aufgenommen wurden, dann doch nicht ihre Wirkung, wenngleich man von der Bedeutung einer Absatz-

finanzierung – wie wir sie international verbreitet sehen – hierzulande noch meilenweit entfernt ist. Dennoch sind absatzfinanzierte Onlinetransaktionen die mit den höchsten durchschnittlichen Einkaufsbeträgen und werden daher zunehmend kunden- und händlerseitig geschätzt.

Inwieweit die europäische Lösung „Wero“ den Markt für E-Commerce-Bezahlsysteme aufzumischen vermag, werden die nächsten EHI-Erhebungen zeigen. In Deutschland zumindest gilt es als ein letzter Hoffnungsträger, um die Phalanx internationaler Anbieter aufzubrechen und vielleicht auch die im Online-Payment deutlich höheren Kosten in Grenzen zu halten.



54,6

Noch 54,6 Prozent (Vorjahr 58,3 %)
der Einkäufe werden im deutschen
Einzelhandel bar bezahlt.

Transaktionsanteile der Zahlungsarten

Stationärer Handel wieder genauso stark frequentiert wie vor der Pandemie

Ausgehend von den in den vergangenen Jahren sukzessive ermittelten durchschnittlichen Einkaufsbeträgen für die verschiedenen Zahlungsarten konnte das EHI in den vergangenen acht Jahren valide Transaktionsstatistiken für den deutschen Einzelhandel veröffentlichen. Während der ersten beiden Pandemiejahre hatten sich disruptive Veränderungen ergeben, die sich zwischen 2022 und 2024 komplett rückentwickelt haben.

In den Vor-Corona-Jahren lag die Zahl der Einkäufe im stationären deutschen Einzelhandel trotz stärker werdendem E-Commerce stets relativ stabil bei rund 20 Milliarden. Im Jahr 2020 war diese quasi gesetzte Zahl der Kassievorgänge bereits um 1,75 Milliarden auf 18,25 Milliarden eingebrochen. Ein Jahr später war ein nochmaliger deutlicher Rückgang auf nur noch 16,6 Milliarden Transaktionen zu verzeichnen. Einerseits hatten die Kundinnen und Kunden im boomenden Lebensmitteleinzelhandel aufgrund von „Versorgungs-

käufen“ spürbar seltener als in den Vorjahren, aber dafür deutlich mehr pro Besuch eingekauft. Dies hatte seinen Ausdruck in den erheblich gestiegenen durchschnittlichen Einkaufsbeträgen quasi aller Betriebstypen gefunden. Andererseits war aufgrund mehrwöchiger Schließungen der meisten Betriebe nahezu aller übrigen Branchen eine Vielzahl von Einkäufen ins Internet verlagert worden, und die physischen Einkäufe waren überaus kräftig eingebrochen. Gleichzeitig war der stationäre Einzelhandelsumsatz über alle Branchen von 2019 bis 2021 um rund 15 Mrd. Euro zurückgegangen.

Für 2022, ein Jahr, in dem erstmals alle Geschäfte wieder durchgängig geöffnet hatten, konnten sich die Transaktionszahlen wieder auf 17,9 Milliarden erhöhen – sie lagen aber immer noch deutlich hinter den Vor-Pandemie-Werten. Für das Berichtsjahr 2023 konnte dann mit 19,55 Milliarden Transaktionen eine ganz erhebliche Erholung konstatiert werden. Dieses Plus von 9,2 Prozent

„Eine Diskreditierung von Scheinen und Münzen als Anachronismus oder gar eine Abschaffung von Bargeld mit der Brechstange ist realitätsfremd.“

Horst Rüter
EHI Retail Institute

gegenüber dem Vorjahr bedeuteten bereits 2,95 Milliarden Einkäufe oder 17,8 Prozent mehr als in der Hochphase der Pandemie. In 2024 hat sich dann die Zahl der Einkäufe mit exakt 20 Milliarden wieder auf dem Vor-Corona-Level eingependelt. Damit sind auch all diejenigen widerlegt, die dem stationären Handel den baldigen Exitus prognostiziert hatten. Ganz offensichtlich haben die Bundesbürgerinnen und -bürger wieder großen Gefallen an haptischen Einkaufserlebnissen gefunden. Diese positive Entwicklung findet im E-Commerce dann auch ihr Gegengewicht. Nach dem euphorischen Hoch der Jahre 2020 und 2021 und der Ernüchterung in den Folgejahren 2022 und 2023 ist das Wachstum in 2024 auch nur verhalten gewesen.

Wenn sich der nun um nochmals 20 Mrd. auf 489 Mrd. Euro erhöhte stationäre Einzelhandelsumsatz auf 20 Milliarden Kassenvorgänge verteilt, entspricht das etwa 239 (Vorjahr 231) Einkäufen pro Kopf der Bevölkerung bzw. rund 484 (Vorjahr 460) physischen Einkäufen pro Haushalt und Jahr. Damit hat jeder Haushalt wieder 85 stationäre Einkäufe mehr getätigt als im größten Problemjahr 2021.

Für die Gesamtbranche ergibt sich trotz Inflationseffekten ein weiter leicht reduzierter durchschnittlicher Einkaufsbetrag von 24,75 Euro (nach 24,81 Euro in 2023, 25,98 Euro in 2022, 25,90 Euro in 2021, 23,84 Euro in 2020 und 22,25 Euro in 2019). Die durchschnittlichen Beträge aller kartengestützten Zahlungsarten sind gesunken, während das Bargeld leicht zulegen konnte: So kommt die Barzahlung über alle Branchen betrachtet im Durchschnitt auf 15,35 Euro (15,11 Euro in 2023, jeweils 16,40 Euro in 2022 und 2021, 14,78 Euro in 2020 und 13,84 Euro in 2019). Lastschriftzahlungen liegen bei 44,87 Euro (47,46 Euro in 2023, 50,00 Euro in 2022, 48,31 Euro in 2021, 45,39 Euro in 2020 und 43,20 Euro in 2019). Girocard-Transaktionen kommen auf 35,55 Euro (nach

37,49 € in 2023, 38,20 € in 2022, 39,54 Euro in 2021, 39,62 Euro in 2020 und 40,85 Euro in 2019) und Kreditkartenzahlungen (inkl. Debit) auf 33,02 Euro nach 35,72 Euro im Vorjahr (39,80 Euro in 2022, 38,66 Euro in 2021, 42,82 Euro in 2020 und 41,72 Euro in 2019).

Bei einem Umsatz in Höhe von 167,46 Mrd. Euro ergeben sich bei einem durchschnittlichen Einkaufsbetrag von 15,35 Euro insgesamt 10,91 Milliarden Bartransaktionen. Das sind 3,67 Milliarden Bartransaktionen weniger als vor der Pandemie im Jahr 2019. Der Anteil des Bargelds ist – bezogen auf die Zahl der Einkäufe – damit von 72,9 auf 54,6 Prozent disruptiv eingebrochen. Demgegenüber stehen nun bereits 8,82 (Vorjahr 7,91) Milliarden kartengestützte Zahlungsvorgänge sowie 272 (Vorjahr 252) Millionen sonstige unbare Transaktionen (Rechnung/Überweisung, Finanzkäufe, Gutscheintransaktionen etc.). Der Anteil kartengestützter Transaktionen hat sich damit auf 44,1 Prozent (nach 40,4 % im Vorjahr) erhöht.

Sowohl die durchschnittlichen Kaufbeträge bei der Girocard als auch bei den Kredit- und Debitprodukten von Visa und Mastercard haben sich in den vergangenen Jahren kontinuierlich verringert. So hat sich der Girocard-Einkaufsbetrag im Handel zwischen 2006 und 2024 von 68,63 Euro auf eben 35,55 Euro fast halbiert. Ein noch stärkerer Rückgang ist bei Kreditkartenbeträgen zu verzeichnen. Dies könnte auch am Wachstum der New Debits liegen, für die das EHI noch keine separaten Durchschnittsbeträge berechnen konnte (einheitlicher Wert 33,02 Euro). Es wird also immer mehr bei kleineren Kaufsummen zur Karte gegriffen. Das unterstreicht auch die gegenläufige Entwicklung beim durchschnittlichen Barzahlungsbetrag.

Diese Auswertung des EHI, die auch von Verbraucherstudien der Deutschen Bundesbank bestätigt wird, zeigt bei aller dynamischen Entwicklung, die die Kartenzahlung zuletzt genommen hat, bei einem Anteil von fast 55 Prozent gleichwohl den immer noch sehr hohen Stellenwert, den die Barzahlung nach wie vor in Deutschland hat.

Eine Diskreditierung von Scheinen und Münzen als Anachronismus oder gar eine Abschaffung von Bargeld mit der Brechstange ist realitätsfremd. Wichtig ist es, die Verbrauchenden von neuen Bezahlformen zu überzeugen und sie langsam an diese heranzuführen, auch wenn die schnelle Alternative für so manche allzu verlockend erscheinen mag. Ob die im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung vorgesehene Annahmeverpflichtung

einer unbaren Bezahlvariante, privatwirtschaftliche Initiativen wie „Deutschland zahlt digital“ oder die aktuelle Paypal-Werbeinitiative für weniger Bargeld am PoS die Entwicklung hin zu weniger Bargeld nachhaltig stärken, werden die Folgestudien des

EHI zeigen. Bislang hat sich der Zahlungsverkehr – anders als in manchen anderen Ländern – stets organisch entwickelt und dürfte daher diskriminierungsfrei und demokratisch unserer gesellschaftlichen Präferenz entsprechen.

Transaktionen im stationären deutschen Einzelhandel

- In den Coronajahren war die Zahl der Einkäufe in deutschen Einzelhandelsgeschäften von 20 Milliarden auf 16,6 Milliarden zurückgegangen. Für 2022 und 2023 konnten mit Anstiegen auf 17,9 Milliarden (+7,8 %) bzw. 19,55 Milliarden (+9,2 %) bereits deutliche Erholungen festgestellt werden. 2024 sind die Einkäufe wieder exakt auf das Vor-Pandemie-Level von 20 Milliarden gestiegen.

- 239 physische Einkäufe pro Kopf*, rund 484 Einkäufe pro Haushalt* und Jahr
- Noch 54,6 Prozent (Vorjahr: 58,3 %**) der Einkäufe werden „bar“ bezahlt
- Mehr als 44 Prozent der Einkäufe werden mittlerweile mit physischer Karte oder mobil durchgeführt. In nur fünf Jahren hat sich der Anteil damit verdoppelt.

* Statistisches Bundesamt (destatis, Januar 2025); 83,6 Millionen in Deutschland lebende Personen, 41,3 Millionen Hauptwohnsitzhaushalte,

** EHI-Berechnungen auf Basis Erhebungen 2024 und 2025

Quelle: EHI-Erhebung 2025

Berechnung der Transaktionsanteile

(Tab. 3)

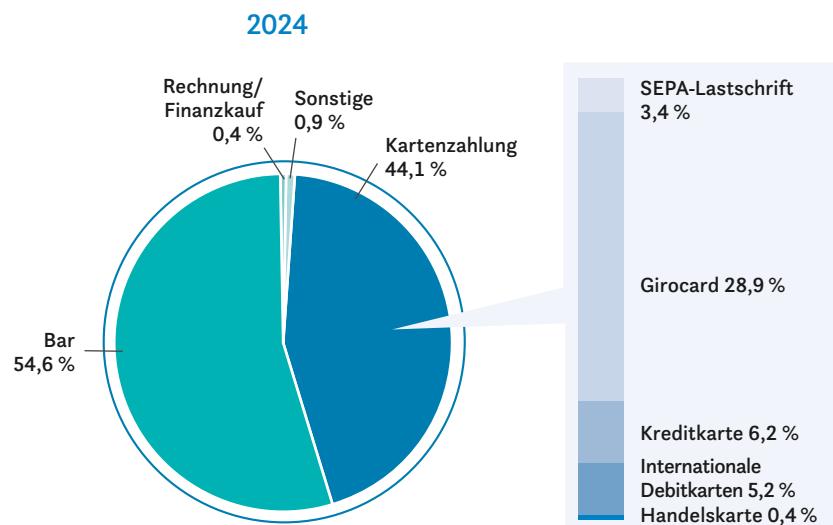
	Umsatz (in Mrd. Euro)	Anteil	Ø-Bon*	Transaktionen (in Mio.)	Anteil
Bar	167,460	33,80 %	15,35 €	10.910	54,55 %
Girocard	205,383	41,50 %	35,55 €	5.777	28,89 %
SEPA-Lastschrift	30,794	6,20 %	44,87 €	686	3,43 %
Kreditkarte	41,037	8,30 %	33,02 €	1.244	6,21 %
Maestro/V-Pay/Debit Mastercard	33,991	6,90 %	33,02 €	1.029	5,15 %
Handelskarte	2,885	0,60 %	35,00 €	82	0,41 %
Rechnung/Finanzkauf	10,290	2,10 %	125,00 €	82	0,41 %
Sonstige	3,160	0,60 %	16,60 €	190	0,95 %
Summe	495,000	100,00 %	24,75 €	20.000	100,00 %

* Die Durchschnittsbons für Bar, Girocard, SEPA-Lastschrift und Kreditkarte entsprechend EHI-Panel. Durchschnittsbonganaben für Maestro/V-Pay/Debit Mastercard wie Durchschnitt Kreditkarte wegen noch fehlender Trennmöglichkeit; Angaben für Handelskarte, Rechnung/Finanzkauf und Sonstige sind Schätzwerte auf Basis von Einzelinformationen der Studienteilnehmenden.

Quelle: EHI-Erhebung 2025

Stationärer Handel
erreicht wieder
20 Mrd. Einkäufe
pro Jahr.

Transaktionsanteile der Zahlungsarten im deutschen Einzelhandel 2024
Stationär (Abb. 18)



Transaktionen im Einzelhandel i. e. S. = **20 Milliarden** (nach **19,55 Mrd.** in 2023, **17,90 Mrd.** in 2022, **16,60 Mrd.** in 2021, **18,25 Mrd.** in 2020 und **20 Mrd.** in 2019) (exkl. Kfz, Mineralöl, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shops)
Quelle: EHI-Erhebung 2025

- 10,91 Milliarden Barverkäufen (11,39 Mrd. in 2023 und 14,58 Mrd. in 2019) stehen 8,82 Milliarden (Vorjahr 7,91 Mrd.) kartengestützte Zahlungsvorgänge sowie 0,272 Milliarden sonstige unbare Transaktionen (Rechnung/Überweisung, Finanzkäufe, Gutscheintransaktionen etc.) gegenüber.
- Bar verliert gut 3,7 Prozentpunkte gegenüber Vorjahr, während Girocard um 0,82 Prozentpunkte, Kreditkarten um 0,25 und die **Debitprodukte von Visa und Mastercard sogar um 2,27 Prozentpunkte** zulegen können.
- **450 Millionen Transaktionen mehr als im Vorjahr**; damit ist das Vor-Corona-Level (2019) wieder erreicht.
- Das EHI-Panel repräsentiert 11,092 Milliarden relevante Transaktionen (= 55,5 % aller Transaktionen im EH i. e. S.).

VERLAG

EHI Retail Institute GmbH
 Spichernstraße 55
 50672 Köln
 Tel. +49 221 57993-0
 Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

HERAUSGEBER

EHI Retail Institute e. V.

GESCHÄFTSFÜHRUNG EHI RETAIL INSTITUTE

Michael Gerling

AUTOR

Horst Rüter, rueter@ehi.org

LAYOUT

EHI Retail Institute GmbH

COPYRIGHT© 2025

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig begangen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

BESTELLMÖGLICHKEITEN

Tel. +49 221 57993-43
vertrieb@ehi.org
www.ehi.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-621-7

PREIS: 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

BILDRECHTE

Cover Illustration, Composing EHI
 Seite 3: Seventyfour/stock.adobe.com
 Seite 4: BGStock72/stock.adobe.com
 Seite 85:Nuthawut/stock.adobe.com

**IHR ANSPRECHPARTNER ZUM
 THEMA KARTENGESTÜTZTE
 ZAHLUNGSSYSTEME**


Horst Rüter
 Leiter Forschungsbereich
 Zahlungssysteme,
 Mitglied der Geschäftsleitung
 EHI Retail Institute
 Tel. +49 221 57993-54
rueter@ehi.org