

EHI-Studie

# Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2019

Daten, Fakten, Marktstrukturen



# Vorwort



# Liebe Leserinnen und Leser,

Erstmals haben im Jahr 2018 alle Kartensysteme zusammengekommen die Barzahlung als stärkste Zahlungsart an den Kassen des Einzelhandels abgelöst.

Auch wenn der prozentuale Umsatzrückgang beim Bargeld mit 1,7 Prozentpunkten immer noch – verglichen mit vielen anderen Ländern – in kleinen Schritten erfolgt, so zeigt dies doch, dass die Verbraucher immer mehr Gefallen an innovativen Bezahlprodukten finden.

Gerade das kontaktlose Bezahlen und darauf aufbauend auch das Bezahlen mit dem Smartphone ist eben sehr schnell und für viele daher konvenient.

Der Handel ist offen für alle Bezahlösungen, die den Kunden begeistern – und noch mehr für die, die dabei auch für ihn bezahlbar bleiben. Das Beispiel girocard zeigt, welchen enormen Effekt eine Gebührenreduzierung auf den Erfolg des Systems haben kann. 2018 war das girocard-System – gemessen am Umsatz – bereits dreimal so stark wie das ehemals vom Handel favorisierte SEPA-Lastschriftverfahren.

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 – ein wichtiger Impulsgeber.

Gemeinsam mit unserem seit dreieinhalb Jahrzehnten aktiven Arbeitskreis „Zahlungssysteme“ und der seit 2012 bestehende Arbeitsgruppe „Online- und Mobile-Payment“ steuern wir die Forschungs- und Dienstleistungsaktivitäten zu diesem wichtigen Thema.

Köln, im Juli 2019



**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



**Horst Rüter**  
Leiter Forschungsbereich  
Zahlungssysteme,  
Mitglied der  
Geschäftsleitung  
EHI Retail Institute

# Inhalt



Vorwort	5
Karte knackt Bargeld	9
Strukturdaten der Erhebung 2019	13
Transaktionsanteile der Zahlungsarten	21
Deutschland: Debit schlägt Kredit	27
Umsatzanteile der Zahlungsarten	33
Die Entwicklung des girocard-Systems der Deutschen Kreditwirtschaft	45
Die Entwicklung internationaler Debitmarken in Deutschland	57
Die Entwicklung des SEPA-Lastschriftverfahrens	63
Aktuelle technische Infrastruktur und Technologieinnovationen	73
Die Entwicklung der Kreditkartenakzeptanz	87
Der Einsatz von Kunden- und Gutscheinkarten im Einzelhandel	103
Künftige Entwicklungen	113
Abbildungsverzeichnis	116
Tabellenverzeichnis	118
Impressum	120



Statistik auf [handelsdaten.de](http://handelsdaten.de):  
123456 in Suchmaske eingeben

In der Studie sind einige Statistiken mit einem solchen Hinweis auf eine Kennziffer versehen.



Wenn Sie die Ziffer in die Suchmaske auf [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) eingeben, wird Ihnen nach der Anmeldung/Registrierung die entsprechende Statistik angezeigt, die Sie dann bequem in den Formaten **Excel**, **JPEG** oder **PDF downloaden** und so bspw. für Präsentationen verwenden können.

# Management Summary



# Karte knackt Bargeld

Im Jahr 2018 lag der Anteil des kartengestützten Umsatzes im deutschen Einzelhandel erstmals leicht höher als der Anteil der Barzahlung. Großer Gewinner ist die girocard, auch der Kontaktlosanteil legte kräftig zu.

209,2 Mrd. Euro und damit 12,4 Mrd. Euro mehr als im Vorjahr hat der deutsche Einzelhandel 2018 per Karte umgesetzt. Das entspricht einem Anteil von 48,6 Prozent am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne. Damit wurden erstmals, wenn auch knapp, die Barumsätze getoppt, die noch auf einen Anteil von 48,3 Prozent (minus 1,7 Prozentpunkte) kamen.

Haupttreiber der Entwicklung war klar das girocard-System der Deutschen Kreditwirtschaft, das um 19,242 Mrd. Euro gewachsen ist. Der Zuwachs im Einzelhandel lag damit bei 17,4 Prozent, der Anteilgewinn bei satten 3,8 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der girocard am Umsatzkuchen liegt nun bei 30,1 Prozent.

Demgegenüber stand das SEPA-Lastschriftverfahren noch vor dem Bargeld an der Spitze der Verliererliste. Den Verfahrensumstellungen mehrerer großer Lebensmitteleinzelhändler von Unterschrift auf Pin und einem boomenden kontaktlosen Bezahlen per girocard konnte der langjährige Favorit des Handels nichts entgegensetzen, auch wenn quasi alle übrigen Branchen wie der Textileinzelhandel nur vergleichsweise verhaltene Rück-

gänge zu verzeichnen hatten. Das Lastschriftverfahren kam 2018 noch auf einen Anteil von 10,0 Prozent (nach 12,6 % im Vorjahr).

## Gewinner girocard

Die Kosten der beiden Verfahren haben sich in den letzten Jahren stark angeglichen. Im Mittel zahlen die Händler zurzeit 0,185 Prozent des girocard-Umsatzes, große Händler nur noch 0,153 Prozent für die Girocard-Akzeptanz, zuzüglich überschaubarer Netzbetreibergebühren zwischen 0,11 und 0,65 Promille vom Umsatz. Demgegenüber stehen beim Lastschriftverfahren zwar niedrigere Grundkosten, da eine Autorisierungsgebühr entfällt. Dieser Vorteil wird aber durch Prämien für Ausfallversicherungen sowie einen zum Teil hohen Bearbeitungsaufwand für Rücklastschriften und für das Belegmanagement kompensiert.

Nach Berechnungen des EHI hat die Deutsche Kreditwirtschaft für girocard-Autorisierungen zwischen 2016 und 2018 insgesamt 630,8 Mio. Euro vereinnahmt. Durch die EU-weite Deckelung aller Debitkartengebühren auf 0,2 Prozent vom Umsatz und das Verhandlungsgebot des Bundeskartellamts konnten aber in diesem Zeitraum

## „44,8 Prozent der großen Unternehmen planen Investitionen in die Payment-IT-Landschaft.“

**Horst Rüter**  
EHI Retail Institute

gegenüber der langjährigen Monopolgebühr (0,3 % vom Umsatz, mindestens 8 Cent) immerhin 460,1 Mio. Euro aufseiten des Handels eingespart werden.

Weiterer Gewinner, allerdings auf deutlich niedrigerem Niveau, waren die Kreditkarten, die ihren Anteil von 6,5 auf 6,9 Prozent ausbauen konnten. 29,8 Mrd. Euro wurden 2018 per Kreditkarte umgesetzt, ein kleinerer Teil davon bereits über mobile Bezahlverfahren wie Apple Pay oder Google Pay. Mit 28,2 Prozent Anteil liegt die Kontaktlos-Quote bei Kreditkartentransaktionen dabei noch deutlich über der stark angestiegenen girocard-Kontaktlosquote von 21,2 Prozent. Dabei ist der Unmut über die hohen Card Scheme Fees der Kreditkartengesellschaften nach wie vor groß, auch wenn Mastercard in 2018 diesen Teil des Gesamtdisagios nach den starken Anhebungen des Vorjahres weitgehend stabil gehalten hat. Die Gesamtbelaetzung eines als repräsentativ geltenden Händlers belief sich 2018 bei Mastercard auf 0,74 Prozent vom Gesamtumsatz. Davon entfielen 0,24 Prozentpunkte auf die Card Scheme Fees, während sich die übrigen 0,5 Prozent auf die Interchange Fee (für Nichtfirmenkundenkarten in Deutschland und EU auf 0,3 % gedeckelt) und die Acquirer-Gebühr verteilen.

## Mehr Investitionen

Die neuen mobilen Bezahllösungen und ein turnusmäßiger Terminalaustausch sorgen momentan auch für eine Belebung des Investitionsverhaltens. Seit 2013 waren die Investitionen nach der Einführung der Kontaktlos-Technologie und wegen fehlender und gescheiterter Mobilbezahlösungen zurückgefahren worden. Das hat sich in 2018 durch den Erfolg des kontaktlosen Bezahlens und durch die Einführung gleich einer ganzen Reihe mobiler Bezahloptionen spürbar geändert. Aktuell planen daher 44,8 Prozent der großen Unternehmen eine Auffrischung der Payment-IT-Landschaft. Jedes fünfte Unternehmen will noch in diesem Jahr etwas ändern oder ergänzen. Nach wie vor gibt es im Mittelstand eine größere Zurückhaltung, die sich aber auch dort in absehbarer Zeit umkehren dürfte.

Neben den Investitionen in modernere Kartenlesegeräte stehen auch Investitionen in QR-Code-Leser auf dem Programm. In einer Reihe von Unternehmen möchte man in Zukunft zweigleisig fahren und neben NFC-basierten Mobilbezahlvarianten (Sparkassen-App, VR-Banking-App, Apple Pay, Google Pay) auch mit optischen Lesern arbeitende Systeme wie Payback Pay, Bluecode, Alipay oder Wechat Pay akzeptieren. Aktuell nutzen gut 47 Prozent der Unternehmen, die bereits mit QR-Code-Lesern ausgestattet sind, diese schon für mobile Bezahlanwendungen.

## Herausforderung für das Kassierpersonal

Die Vielzahl neuer Bezahlvarianten und -techniken stellt das Kassierpersonal nicht erst mit der Einführung mobi-

ler Bezahlvarianten vor eine große Herausforderung. Umso wichtiger ist es für das Handelsmanagement, die Kassierkräfte durch optimale IT-Steuerung weitestgehend zu entlasten und von Entscheidungsprozessen zu befreien. Der Lösung dieser Aufgabe an der direkten Schnittstelle zum Verbraucher wird für die Zukunft eine hohe Priorität eingeräumt.

Erstmals hat das EHI auch das Thema Cashback, die Bargeldauszahlung am POS, in seiner Studie aufgegriffen. 28,6 Prozent der befragten Unternehmen des EHI-Panels bieten diesen Kundenservice bereits an. Dabei handelt es sich vor allem um große Unternehmen, die sich fast geschlossen des girocard-Systems bedienen. In Verbindung mit einer girocard-Transaktion ist eine Bargeldauszahlung ab 10 bzw. 20 Euro bis zu einem Betrag von 200 Euro möglich. Einsatzschwerpunkte sind

vor allem der Lebensmitteleinzelhandel, Drogerimärkte und Baumärkte, während der Fachhandel noch zurückhaltend mit diesem Thema umgeht. Einige Netzbetreiber sind für diesen Service aber mittlerweile in einer Vermittlerrolle auch für kleinere Unternehmen. Wenn der Abbau von Geldausgabearmaten durch die Kreditwirtschaft noch voranschreitet, sollte dieser „Fremd-service“ im Handel sicherlich weiter zulegen. Offizielle Nutzungsstatistiken der Deutschen Kreditwirtschaft gibt es momentan noch nicht. Es ist aber von einem kontinuierlichen Wachstum auszugehen.

Im EHI-Panel „Zahlungssysteme“ sind aktuell 435 Unternehmen mit ca. 85.000 Betrieben aller Branchen des Handels vertreten. Diese repräsentieren 251,2 Mrd. Euro und damit 58,4 Prozent des Einzelhandelsumsatzes im engeren Sinne.

Der Barzahlungsanteil liegt damit bei 76,1 Prozent aller Transaktionen (ein Rückgang von 1,1 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr, ein Jahr zuvor hatte der Rückgang nur bei 0,7 Prozentpunkten gelegen), der Kartenanteil bei 22,8 Prozent (nach 21,7 % in 2017). Fast zwei Drittel aller Kartentransaktionen entfallen auf das girocard-System.

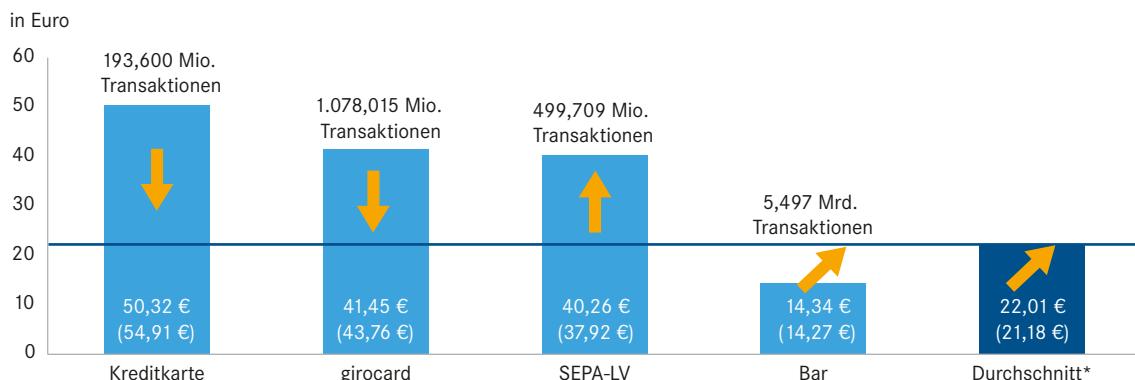
Diese Auswertung des EHI, die auch von Verbraucherstudien der Deutschen Bundesbank bestätigt wird, zeigt bei aller dynamischen Entwicklung, den die Karten-

zahlung zuletzt genommen hat, 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, den Verbraucher von neuen Bezahlformen zu überzeugen und langsam an diese heranzuführen, auch wenn die schnelle Alternative für so manchen allzu verlockend erscheinen mag.

### Durchschnittliche Einkaufsbeträge nach Zahlungsarten 2018/2019

Gewichteter Durchschnitt über alle Zahlungsarten im EHI-Panel (Abb. 5)



Basis: 55 Unternehmen, die jeweils sowohl Kreditkarten als auch girocard und SEPA-Lastschriftverfahren als Zahlungsart anbieten und Angaben zu den durchschnittlichen Einkaufsbeträgen gemacht haben. Analysiert wurden 7,397 Mrd. Transaktionen.

\* Inklusiver sonstiger Zahlungsarten: Maestro/V PAY/Debit Mastercard/Rechnung/Finanzkauf/Sonstige

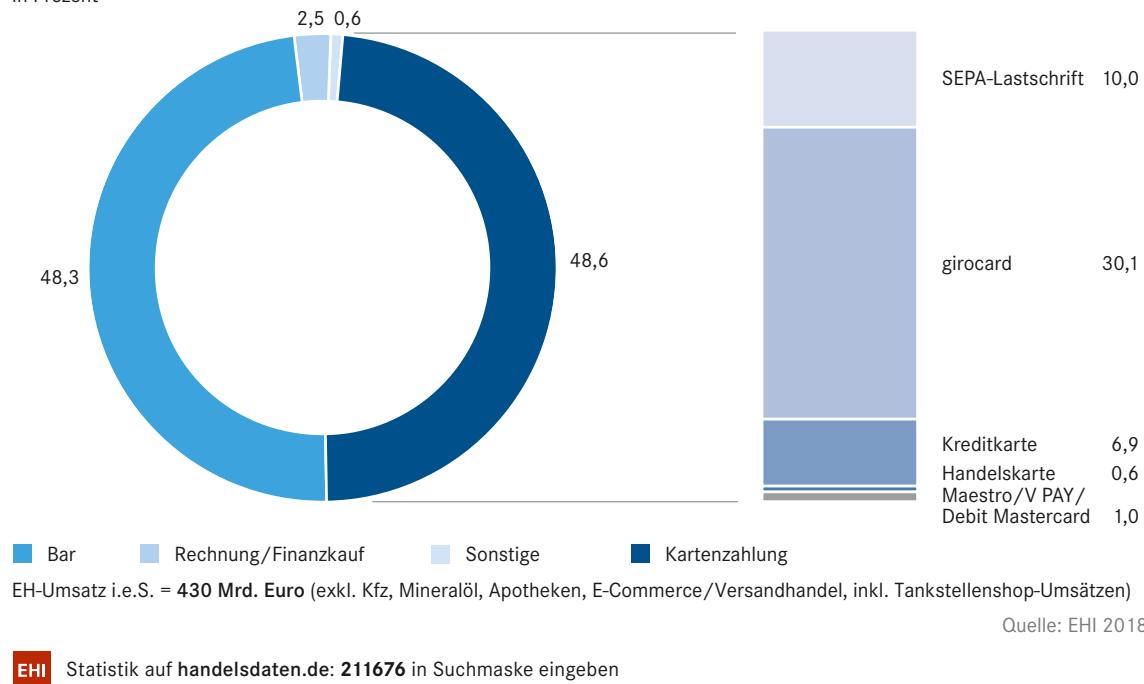
Quelle: EHI

**EHI** Statistik auf [handelsdaten.de](https://handelsdaten.de): 461902 in Suchmaske eingeben

### Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Einzelhandels im Jahr 2018

(Abb. 9)

in Prozent



- Erhöhung Bezugsgröße von 420 auf 430 Mrd. Euro
- Karte erstmals vor Bargeld Kartenumsatz rund 209,2 Mrd. Euro (+12,4 Mrd. Euro)
- Barumsatzanteil sinkt um 1,7 Prozentpunkte, stärker als in den Vorjahren!
- girocard steigt sehr stark um 3,8 Prozentpunkte (=19,242 Mrd. Euro) auf 129,576 Mrd. Euro.
- SEPA-Lastschrift verliert deutlich (2,6 Prozentpunkte) und sinkt auf 43,119 Mrd. Euro.
- Maestro/V PAY inkl. Debit Mastercard leichtes Plus auf 1,0 Prozent (absolut + 355 Mio. Euro); ca. 0,13 Prozentpunkte Debit Mastercard
- Kreditkarten mit 0,4 Prozentpunkte plus auf 6,9 Prozent (29,8 Mrd. Euro)



**Verlag:**

EHI Retail Institute GmbH  
Spichernstraße 55  
50672 Köln  
Tel. +49 221 57993-0  
Fax +49 221 57993-45  
[info@ehi.org](mailto:info@ehi.org)  
[www.ehi.org](http://www.ehi.org)

**Herausgeber:**

EHI Retail Institute e.V.

**Geschäftsführung EHI Retail Institute:**

Michael Gerling

**Autor:**

Horst Rüter, [rueter@ehi.org](mailto:rueter@ehi.org)

**Layout:**

EHI Retail Institute GmbH

**Druck:**

cede Druck GmbH  
Herseler Straße 7-9  
50389 Wesseling

**Copyright© 2019**

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 aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

**Bestellmöglichkeiten:**

Tel. +49 221 57993-64  
[vertrieb@ehi.org](mailto:vertrieb@ehi.org)  
[www.ehi-shop.de](http://www.ehi-shop.de)

ISBN: 978-3-87257-514-2

Preis: 465,00 Euro, zzgl. gesetzlicher MwSt.

**Bildrechte:**

Cover: iStock/Rostislav\_Sedlacek, utah778, Georgijevic, Poike; Seite 4: megaflopp/stock.adobe.com; Seite 6: Mihail/stock.adobe.com; Seite 8: Prostock-studio/stock.adobe.com

EHI Retail Institute  
Spichernstraße 55  
50672 Köln  
[www.ehi.org](http://www.ehi.org)