

EHl-STUDIE

Zahlungssysteme im Einzelhandel 2021

Daten, Fakten, Marktstrukturen

EHl



Liebe Leserinnen und Leser,

das Corona-Jahr 2020 hat beim Bezahlverhalten an den Kassen des Einzelhandels deutliche Spuren hinterlassen. Während die Kartenzahlung um 5,8 Prozentpunkte auf 56,3 Prozent zulegen konnte, ist der Bar-Umsatzanteil mit 5,6 Prozentpunkten auf 40,9 Prozent regelrecht eingebrochen. Noch markanter sieht es beim Blick auf die Transaktionen aus. Hier gab es mehr als 2,5 Milliarden Bareinkäufe weniger als ein Jahr zuvor, während die Kartenzahlung bei branchenweit insgesamt deutlich weniger stationären Einkäufen (18,25 nach 20 Mrd.) und wesentlich höheren Durchschnittsbeträgen um fast 800 Millionen Transaktionen gegen den Trend erheblich zulegen konnte.

Als großer Vorteil in Pandemie-Zeiten hat sich der zeitig erfolgte Umstieg des Einzelhandels auf das kontaktlose Bezahlen erwiesen. Die Schnelligkeit und vor allem die hygienischen Vorteile haben den Anteil der NFC-Zahlungen von einem auf zwei Drittel aller Kartentransaktionen zum absoluten Standard gemacht. Auch das mobile Bezahlen via Smartphone findet – wenngleich auf noch deutlich niedrigerem Niveau als das „klassische“ Bezahlen per Karte – immer mehr Zustimmung.

Vieles deutet darauf hin, dass die erdrutschartigen Veränderungen des Jahres 2020 nachhaltig sein werden, denn die hohen Anteilswerte werden auch für die ersten Monate des Jahres 2021 bestätigt. Mit dem Marktführer girocard hat Deutschland ein ganz starkes und vergleichsweise preiswertes Zahlungssystem. Für die Deutsche Kreditwirtschaft als dessen Betreiber geht es nun darum, auch im boomenden E-Commerce und international über

die European Payment Initiative (EPI) in den Wachstumsmärkten wettbewerbsfähig zu werden.

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

Gemeinsam mit unserem seit dreieinhalb Jahrzehnten 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 2021

Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



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





Inhalt

3	VORWORT	33	DIE ENTWICKLUNG DES GIRO-CARD-SYSTEMS DER DEUTSCHEN KREDITWIRTSCHAFT
4	VIRUS FORCIERT KARTENZAHLUNG	42	DIE ENTWICKLUNG DES SEPA-LASTSCHRIFT-VERFAHRENS
7	STRUKTURDATEN DER ERHEBUNG 2021	47	BARGELDAUSZAHLUNG AM POS
12	RETROSPEKTIVBETRACHTUNG DER ERHEBUNGEN 1994–2020	50	AKTUELLE TECHNISCHE INFRASTRUKTUR UND TECHNOLOGIEINNOVATIONEN
12	DEUTSCHLAND: DEBIT SCHLÄGT KREDIT	61	DIE ENTWICKLUNG DER KREDITKARTENAKZEPTANZ
17	UMSATZANTEILE DER ZAHLUNGSARTEN	73	DER EINSATZ VON KUNDEN- UND GUTSCHEINKARTEN IM EINZELHANDEL
28	TRANSAKTIONSANTEILE DER ZAHLUNGSARTEN	78	KÜNFTIGE ENTWICKLUNGEN
		82	ANHANG
		82	Abbildungsverzeichnis
		83	Tabellenverzeichnis
		84	Impressum



Ein Großteil der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken ist in unserer Online-Statistik-Datenbank www.handelsdaten.de verfügbar und kann als xls-, pdf- und jpg-Datei heruntergeladen werden. Die Grafiken finden Sie auf unserer Handelsthemensseite „Zahlungssysteme“ unter: <https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/zahlungssysteme>





Virus forciert Kartenzahlung

Das Corona-Jahr 2020 geht als das Jahr mit den stärksten Veränderungen im Zahlungsmix des stationären Einzelhandels in die Forschungshistorie ein. Nie zuvor war der Abbau von Bargeldtransaktionen massiver, wie die EHI-Studie „Zahlungssysteme im Einzelhandel 2021“ deutlich zeigt.

Seit 1994 lagen die durchschnittlichen Rückgänge beim Bargeld mit entsprechendem Zuwachs beim unbaren Bezahlen zwischen 1 und 1,5 Prozentpunkten. Allein im Jahr 2020 hat die Barzahlung nun aber 5,6 Prozentpunkte auf 40,9 Prozent des Einzelhandelsumsatzes i.e.S. (435 nach 445 Mrd. €) verloren. Auch der von der Bedeutung wesentlich schwächere Rechnungskauf ist von 2,4 auf 2,2 Prozent zurückgegangen, sodass die Kartenzahlung (mit physischer oder mobil im Smartphone hinterlegter Karte) 5,8 Prozentpunkte auf 56,3 Prozent zulegen konnte. Das entspricht einem Plus von 20 Milliarden Euro.

AUFSTEIGER GIROCARD Klarer Favorit unter den kartengestützten Zahlungssystemen ist mit einem Zugewinn von 24,8 Milliarden Euro (plus 6,5 Prozentpunkte) das girocard-System der Deutschen Kreditwirtschaft, gefolgt von den Kreditkarten (plus 0,9 Prozentpunkte), während das SEPA-Lastschriftverfahren weiter um 1,6 Prozentpunkte auf nun 6,2

Prozent verloren hat. Der Anteil handelseigener Karten mit Zahlungsfunktion blieb mit 0,6 Prozent stabil.

Besonders deutlich werden die disruptiven Veränderungsprozesse des Jahres 2020 beim Blick auf die Bezahltransaktionen des stationären Einzelhandels. Deren Zahl ist von 20 Milliarden auf 18,25 Milliarden eingebrochen, da die Kund:innen zwar pro Kauf erheblich mehr, aber dafür deutlich seltener eingekauft haben. Nicht zuletzt, da weite Teile des Nonfood-Handels im März/April und Dezember mehrere Wochen geschlossen waren. Dort, wo es möglich war, sind erhebliche Umsätze vom stationären Geschäft in den E-Commerce transferiert worden.

Für die Barzahlung bedeutet das nicht mehr und weniger als einen Verlust von 2,5 Milliarden Transaktionen, ein Rückgang von über 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Für den „Transaktionskuchen“ insgesamt ist ein Verlust von 6,9 Prozentpunkten zu verbuchen. 2020 standen 12,05 Milliar-

„Dort, wo es möglich war, sind erhebliche Umsätze vom stationären Geschäft in den E-Commerce transferiert worden.“

Horst Rüter
EHI Retail Institute

den Barverkäufen 6,01 Milliarden kartengestützte Transaktionen gegenüber. Die Kartenzahlung konnte um 798 Millionen Transaktionen zulegen, allen voran die girocard. Hätte die Kauffrequenz in den Geschäften nicht so deutlich abgenommen, wäre der absolute Zuwachs der unbaren Bezahltransaktionen noch viel deutlicher ausgefallen.

WERBUNG FÜR BARGELDLOSE ZAHLUNG Vier von fünf Handelsunternehmen haben in der Krise explizit durch Aufsteller, Aufkleber, Flyer, Plakate und Promotions auf die „Vorzüge“ bargeldloser Zahlung hingewiesen. Endgültig vorbei sind damit die Zeiten von Hinweisen, die der Kundschaft suggerierten, Kartenzahler seien eher teure und daher weniger liebe Kunden. So mancher Händler hat in den letzten Monaten quasi eine 180-Grad-Drehung vollzogen, die Bäckereien sind dafür das beste Beispiel. Insbesondere das kontaktlose Bezahlen hat sich in der Krise zum Standard und sogar Favoriten entwickelt. Wurden im Dezember 2019 immerhin schon 35,7 Prozent der Girocard-Transaktionen kontaktlos abgewickelt, ist dieser Anteil zum Jahresende 2020 auf 60,4 Prozent gestiegen. Bei den Kreditkarten liegt der Anteil sogar um noch einmal etwa 15 Prozentpunkte höher. Die Erhöhung des girocard-Kontaktloslimits ohne PIN von 25 auf 50 Euro zur Jahresmitte 2020 hat diese dynamische Entwicklung zusätzlich begünstigt.

Etwa 5 bis 10 Prozent der kontaktlosen Zahlungen werden mit steigender Tendenz bereits mobil mit digital im Smartphone hinterlegten Karten oder über Apps mit Kontoanbindung abgewickelt. Auch diese Entwicklung hat durch Corona einen deut-

lichen Schub erhalten. Nicht nur die großen NFC-basierten Systeme ApplePay, GooglePay oder die mobile Girocard, PaybackPay oder Bluecode sind im Aufwind, da sie durch Schnelligkeit und Convenience überzeugen, sondern auch immer mehr händler-eigene Apps mit hinterlegter Bezahlfunktion wie die Netto/Edeka-App, die Filibri-App für das Bezahlen direkt an Zapfsäulen im Tankstellenbereich oder die jüngst eingeführte Lidl-Pay-Funktionalität für die Lidl-App. Seit 2018 klärt die EHI Mobile-Payment-Initiative über die Möglichkeiten mobiler Zahlungen im Detail auf.

FINANZIELLE VORTEILE Die Bereitschaft des Handels, Kartenzahlung aktiv zu unterstützen, hat zum einen organisatorische Gründe (Hygienevorteil, schnellere Zahlungsvorgänge, reduziertes Bargeldvolumen), aber auch finanzielle Aspekte. Im Durchschnitt ist die girocard-Autorisierungsgebühr, die vor einigen Jahren noch fest zementiert bei 0,3 Prozent, mindestens 8 Cent pro Transaktion gelegen hatte, immer weiter rückläufig. Durch das Verhandlungsgebot des Bundeskartellamts und die EU-weite Deckelung der Debitgebühren auf maximal 0,2 Prozent ist die Akzeptanz der girocard so günstig wie nie zuvor. Wie das EHI ermittelte, lag der Wert zuletzt bei durchschnittlich 0,178 Prozent vom Umsatz. Große Unternehmen der Branche und solche, für die besonders geschickt verhandelt werden konnte, kommen sogar auf 0,139 Prozent. Gegenüber der tendenziell immer teurer werdenden Bargeldver- und -entsorgung sehen immer mehr Händler mittlerweile klare finanzielle Vorteile bei der Akzeptanz der girocard.

Diese akzeptanzfördernde Argumentation gilt allerdings nicht analog für Kreditkarten, bei denen sich durch kreative Gebühren-Neuerfindungen (Card Scheme Fees) und den für viele nicht nachvollziehbaren, ausufernden Anteil sog. Corporate Cards deutlich höhere Gesamtdisagien ergeben als die von der EU festgelegten 0,3 Prozent vom Um-

„So liegt die Gesamtbelastung aktuell schon für große Händler bei 0,52 Prozent für die Annahme von Visa-Karten und sogar bei 0,64 Prozent bei Mastercard-Akzeptanz, also etwa viermal so hoch wie bei der girocard – Tendenz steigend.“

Horst Rüter
EHI Retail Institute

satz. So liegt die Gesamtbelastung aktuell schon für große Händler bei 0,52 Prozent für die Annahme von Visa-Karten und sogar bei 0,64 Prozent bei Mastercard-Akzeptanz, also etwa viermal so hoch wie bei der girocard – Tendenz steigend. Kleinere Händler mit weniger Kartenumsätzen werden noch deutlich mehr zur Kasse gebeten.

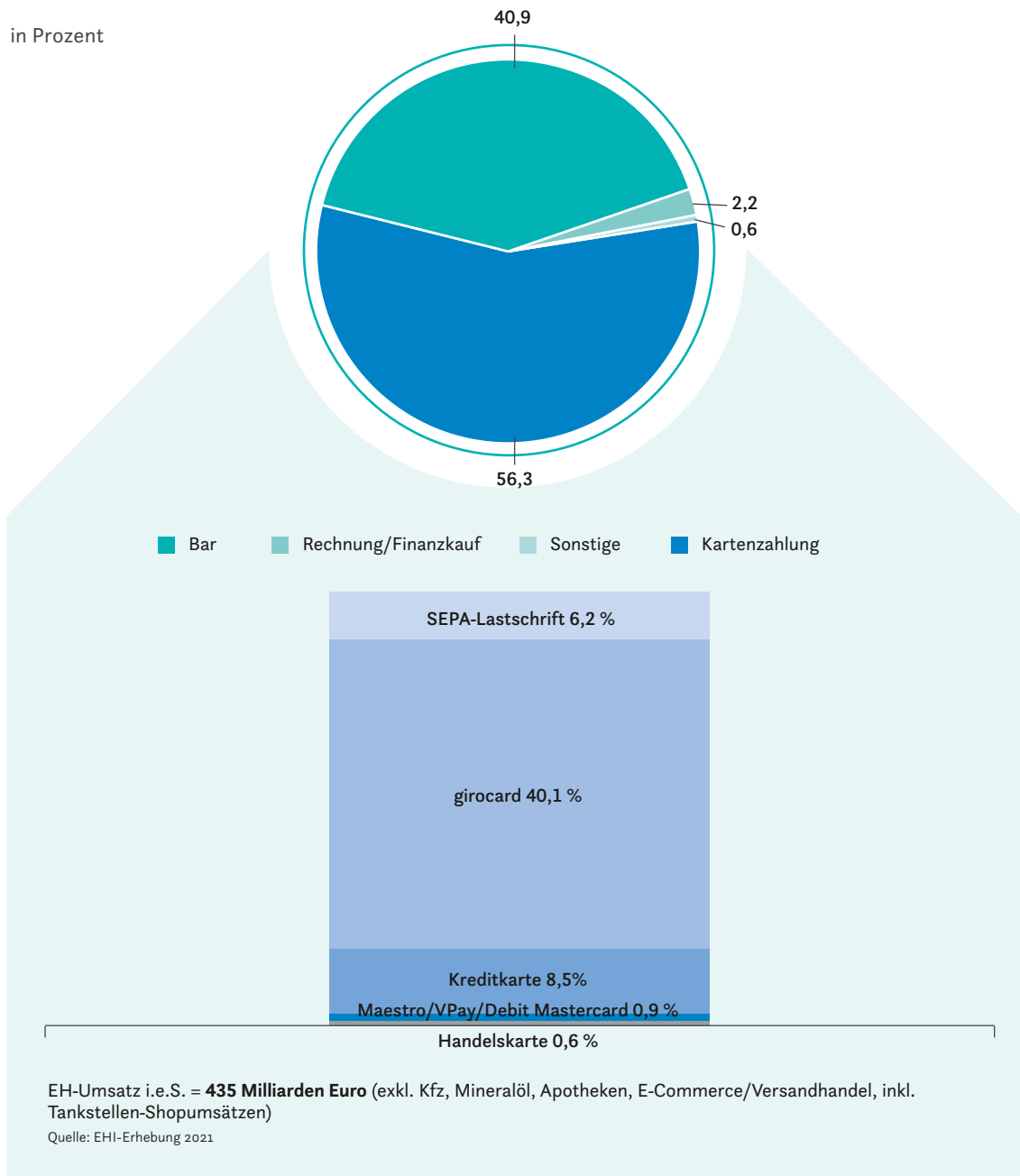
AUSWERTUNG FÜR OMNICHANNEL Aufgrund der stark zunehmenden Bedeutung des Online-Geschäfts (auch stationärer Händler) hat das EHI erstmals eine gemeinsame Auswertung der Umsatzanteile für den stationären Handel (Brutto-Umsatz: 435 Mrd. Euro) und den Online-Handel (Brutto-Umsatz: 75 Mrd. Euro) erstellt. Während die online nicht oder nur minimal vertretenen stationären „Marktführer“ Barzahlung und girocard nur noch auf 35,1 bzw. 34,3 Prozent des 510 Milliarden Euro hohen Gesamtumsatzes kommen, liegt die in beiden Bereichen vertretene Kreditkartenzahlung bereits bei 9,0 Prozent und der im E-Commerce sehr beliebte Kauf auf Rechnung bei 6,7 Prozent. Auch die Lastschrift hat mit 7,9 Prozent im Gesamtbild einen noch höheren Anteil als allein im stationären Geschäft.

Als stärkste Online-Bezahlart neben dem Rechnungskauf kann PayPal 3,7 Prozent am Gesamt Kuchen auf sich vereinen. Neun von zehn Handelsunternehmen erwarten, dass gerade PayPal aufgrund der hohen Kundenbeliebtheit in absehbarer Zukunft durch Präsenz im stationären Handel (u.a. hinterlegt in mobilen Bezahlösungen) auch dort unter allen Schemes als Erstes nach Kreditkarten prädestiniert ist, einen Marktanteil von mehr als 5 Prozent zu erreichen. Aufgrund der vergleichsweise hohen Gebühren von PayPal kommentiert dazu ein großes Unternehmen des Lebensmittelhandels: „Wir erwarten das, wünschen es uns aber nicht.“ Bemerkenswert ist auch, dass eine Mehrheit der Befragten dem stationären Platzhirsch girocard eine ähnliche Omnichannel-Rolle, obwohl in diesem Fall gewünscht, (momentan) nicht zutraut.

Der stationäre Part der Studie wurde zwischen Februar und April 2021 durchgeführt. Das Erhebungspanel umfasst 343 Unternehmen unterschiedlichster Größenordnung aus 35 Branchen des stationären Einzelhandels i.e.S. mit einem relevanten Brutto-Gesamtumsatz von 252 Milliarden Euro (57,9 Prozent des stationären Gesamtumsatzes in Höhe von 435 Mrd. Euro).

Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Einzelhandels im Jahr 2020 (Abb. 8)

in Prozent



- **Corona**-bedingte Reduzierung der Bezugsgröße von 445 auf 435 Milliarden Euro, deutliches Umsatzplus in weiten Teilen des LEH und bei Baumärkten, Drogeriemärkte leichtes Plus, zum Teil deutlich zweistellige Umsatzverluste in den meisten anderen Bereichen, Abwanderung vom stationären zum Online-Umsatz!
- Karte mit Anteilsgewinn von 5,8 Prozentpunkten! Kartenumsatz rund 244,7 Milliarden Euro (+20,0 Mrd. €)
- Bar-Umsatzanteil sinkt um 5,6 Prozentpunkte, deutlich stärker als in den Vorjahren!
- girocard steigt erneut sehr stark um 6,5 Prozentpunkte (24,8 Mrd. €) auf 174,2 Milliarden Euro
- SEPA-Lastschrift verliert weiter (1,6 Prozentpunkte) und sinkt auf 26,9 Milliarden Euro
- Kreditkarten mit 0,9 Prozentpunkten Plus auf 8,5 Prozent (37,0 Mrd. €)
- Bargeldaffine Verbraucher tendieren in der Krise klar zur girocard, weniger zur Kreditkarte!

Berechnung der Transaktionsanteile

(Tab. 3)

	Umsatz (in Mrd. €)	Anteil	Ø Bon*	Trans- aktionen (in Mio.)	Anteil
Bar	178,087	40,9 %	14,78 €	12.049	66,02 %
girocard	174,237	40,1 %	39,62 €	4.398	24,10 %
SEPA-Lastschrift	26,919	6,2 %	45,39 €	593	3,25 %
Kreditkarte	36,981	8,5 %	42,82 €	864	4,73 %
Maestro/V PAY/Debit Mastercard	4,116	0,9 %	40,00 €	103	0,56 %
Handelskarte	2,399	0,6 %	45,00 €	53	0,29 %
Rechnung/Finanzkauf	9,759	2,2 %	150,00 €	65	0,36 %
Sonstige	2,502	0,6 %	20,00 €	125	0,69 %
Summe	435,0	100,0 %	23,84 €	18.250	100,00 %

* Durchschnittsbons für Bar, girocard, SEPA-Lastschrift und Kreditkarte entsprechend EHI-Panel. Durchschnittsbons-Angaben für Maestro/V PAY/Debit Mastercard, Handelskarte, Rechnung/Finanzkauf und Sonstige sind Schätzwerte auf Basis von Einzelinformationen der Studienteilnehmer (in kursiv).

Quelle: EHI-Studie 2021

**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© 2021

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-shop.de

ISBN: 978-3-87257-548-7

PREIS: 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

BILDRECHTE

Cover: Composing EHI Retail Institute

Seite 3: Kadmy/stock.adobe.com

Seite 4: Robert Kneschke/stock.adobe.com

**IHR ANSPRECHPARTNER ZUM
THEMA KARTENGESTÜTZTE
ZAHLUNGSSYSTEME****Horst Rüter**

Leiter Forschungsbereich
Zahlungssysteme,
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute