

EHI-STUDIE

# Zahlungssysteme im Einzelhandel 2022

Daten, Fakten, Marktstrukturen

**EHI**



## Liebe Leserinnen und Leser,

seit über zwei Jahren hat die Corona-Pandemie das Bezahlverhalten an den Kassen des Einzelhandels geprägt und deutlich verändert. Während die Kartenzahlung in 24 Monaten um 8 Prozentpunkte auf 58,5 Prozent zulegen konnte, ist der Bar-Umsatzanteil um den gleichen Prozentsatz auf 38,5 Prozent regelrecht eingebrochen. In dieser Zeit hat der stationäre Einzelhandel 15 Milliarden Euro seines Brutto-Umsatzes verloren, während der Online-Handel um zwei Drittel gewachsen ist und mit rund 100 Milliarden Euro brutto nun bereits 18,9 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes ausmacht.

Noch markanter sieht es beim Blick auf die Transaktionen aus. Waren diese bereits im ersten Pandemie-Jahr von 20 Milliarden auf 18,25 Milliarden deutlich zurückgegangen, kamen in 2021 nochmals Verluste in ähnlicher Höhe auf nun 16,6 Milliarden hinzu. Gleichzeitig steigt der durchschnittliche Einkaufsbetrag über alle Branchen und Betriebstypen immer weiter an. Eine Erhöhung von 22,25 Euro auf 25,90 Euro zeigt, wie markant sich das Einkaufsverhalten der Verbraucher:innen verändert hat: Immer größere Einkaufskörbe bei rückläufiger Besuchsfrequenz.

Der girocard ist es mit einem Umsatzanteil von 42,4 Prozent gelungen, die Barzahlung als stärkste Zahlungsart im stationären Einzelhandel abzulösen. Die bei Kund:innen und Händlern gleichermaßen beliebteste unbare Bezahlart hat sich nicht zuletzt durch ihre Kontaktlosfunktionalität eine komfortable Marktführerschaft gesichert. Im Dezember 2021 war der Anteil der kontaktlosen Bezahlvorgänge mit der girocard auf 72,6 Prozent gestiegen.

Schwachpunkt der girocard ist bei aller Stärke im physischen Handel die fehlende Präsenz im boomenden E-Commerce. Auch die internationale Ein-

setzbarkeit leidet nach dem weitgehenden Scheitern einer europäischen Verbundlösung. Bereits jetzt ziehen die meisten Direktbanken Debitprodukte internationaler Schemes der girocard vor. Deren Vorteil: internationale Einsetzbarkeit und volle Online-Fähigkeit, deren Nachteil: erheblich höhere Kosten für den Handel.

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 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 2022*

**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



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





## Inhalt

- 2 VORWORT**
- 4 BARGELD HOPP, KARTE TOP!**
- 7 STRUKTURDATEN DER ERHEBUNG 2022**
- 12 DEUTSCHLAND: DEBIT SCHLÄGT KREDIT**
- 18 UMSATZANTEILE DER ZAHLUNGSARTEN**
- 32 TRANSAKTIONSANTEILE DER ZAHLUNGSARTEN**
- 37 DIE ENTWICKLUNG DES GIRO-CARD-SYSTEMS DER DEUTSCHEN KREDITWIRTSCHAFT**
- 46 DREI FRAGEN AN HORST RÜTER**
- 47 DIE ENTWICKLUNG DES SEPA-LASTSCHRIFT-VERFAHRENS**
- 52 BARGELDAUSZAHLUNG AM POS**
- 55 AKTUELLE TECHNISCHE INFRASTRUKTUR UND TECHNOLOGIEINNOVATIONEN**
- 67 DIE ENTWICKLUNG DER KREDITKARTENAKZEPTANZ**
- 79 DER EINSATZ VON KUNDEN- UND GUTSCHEINKARTEN IM EINZELHANDEL**
- 83 KÜNFTIGE ENTWICKLUNGEN**
- 87 ANHANG**
  - 87 Abbildungsverzeichnis**
  - 88 Tabellenverzeichnis**
  - 89 Impressum**

**EHI**

Ein Großteil der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken ist in unserer Online-Statistik-Datenbank [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) verfügbar und kann als xls-, pdf- und jpg-Datei heruntergeladen werden.

Die Grafiken finden Sie auf unserer Handelsthemenseite „Zahlungssysteme“ unter: <https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/zahlungssysteme>





## Bargeld hopp, Karte top!

Immer weniger Bezahlvorgänge, immer höhere Durchschnittsbeträge, immer häufiger kontaktlose Zahlverfahren: Die aktuelle Payment-Studie des EHI für den stationären Einzelhandel zeigt, wie nachhaltig die Corona-Pandemie das Einkaufs- und Bezahlverhalten in Deutschland verändert hat. Die Veränderungen am PoS waren disruptiv.

Innerhalb von 2 Jahren hat sich der durchschnittliche Einkaufsbetrag in den Geschäften und Fachmärkten des deutschen Einzelhandels von 22,25 auf 25,90 Euro um über 16 Prozent erhöht, während gleichzeitig der stationäre Umsatz von 445 auf 430 Milliarden Euro deutlich zurückgegangen ist. Der Trend, den Handel physisch deutlich weniger aufzusuchen, dann aber erheblich mehr einzukaufen und gleichzeitig einen mittlerweile wesentlichen Anteil der Einkäufe außerhalb des täglichen Bedarfs online zu tätigen, hat die Zahl der Einkäufe binnen zweier Jahre von 20 Milliarden auf 16,6 Milliarden schrumpfen lassen. Gleichzeitig ist nach ersten Berechnungen des EHI der Onlineumsatz (brutto) in diesen 2 Jahren von rd. 60 Milliarden auf mindestens 100 Milliarden Euro regelrecht explodiert. Für Unternehmen wie Media Markt-Saturn, Douglas, aber auch Ikea ist das Onlinebusiness unverzichtbar und zu einer wesentlichen Umsatzstütze ge-

worden. Und auch die Ankündigung von Conrad Electronic, sich künftig komplett auf den E-Commerce zu konzentrieren, spricht Bände ...

Besonders deutlich werden die Veränderungsprozesse, wenn man sich die Zahl der Bargeldtransaktionen anschaut. Noch im Jahr 2019 setzten die Verbraucher bei 14,58 Milliarden Einkäufen bzw. 46,5 Prozent des Umsatzes Bargeld ein. Bereits im ersten Corona-Jahr gingen rd. 2,5 Milliarden Bar-Transaktionen verloren. In 2021 griffen die Verbraucher:innen sogar nur noch bei 10,11 Milliarden Einkäufen zu Scheinen und Münzen. Der Umsatzanteil ist auf nun 38,5 Prozent (nochmals um 2,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr) zurückgegangen.

Profiteur des sich so verändernden Einkaufs- und Bezahlverhaltens war in den beiden Pandemie-Jahren eindeutig die Kartenzahlung. Ihr Umsatzanteil ist insgesamt von 50,5 auf 58,8 Prozent gestiegen, der Transaktionsanteil hat sogar von 26,1

„Mit großer Besorgnis sehen die Einzelhändler das sich momentan verändernde Kartenausgabeverhalten mehrerer Direktbanken.“

**Horst Rüter**  
EHI Retail Institute

auf 37,9 Prozent zugelegt. Wenn man sich im Vergleich die „Umschichtungsrate“ Bargeld zu Karte von jährlich durchschnittlich rd. 1,5 Prozentpunkten vor der Pandemie anschaut, erkennt man deutlich die disruptiven Veränderungen.

**KONTAKTLOS WIRD STANDARD** Das kontaktlose und zunehmend auch das mobile Bezahlen via Smartphone haben sich zum Standard entwickelt. Die Deutsche Kreditwirtschaft weist in ihren Statistiken allein für die marktführende girocard eine Steigerung in den Bezahltransaktionen des vergangenen Jahres von 61,1 auf 72,6 Prozent aus. Für die Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels zeigt die EHI-Studie sogar noch höhere girocard-Kontaktlosanteile zwischen 78 Prozent (SB-Warenhäuser) und 87 Prozent (Drogeriemärkte). Der schnelle und hygienisch besonders vorteilhafte Bezahlprozess ist bei Kund:innen und Handel gleichermaßen en vogue.

Die girocard allein ist im letzten Jahr mit einem Umsatz von 182,4 Milliarden Euro im stationären Einzelhandel (253 Milliarden insgesamt inkl. Hotel- und Gastronomie, Kraftstoffumsätze u.v.m.) zur stärksten Zahlungsart vor der Barzahlung geworden. Allein 42,4 Prozent des Einzelhandelsumsatzes und damit nochmals 2,3 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr konnte der Marktführer auf sich vereinen. Dazu kommen noch einmal 6,0 Prozentpunkte, die im unterschrittsbasierten SEPA-Lastschriftverfahren über die girocard abgewickelt werden.

Mit großer Besorgnis sehen die Einzelhändler daher das sich momentan verändernde Kartenausgabeverhalten mehrerer Direktbanken. Die girocard

wird dort entweder gar nicht mehr als zentrale Kontoverbindungskarte priorisiert oder nur gegen Aufpreis. Stattdessen setzen ING, Consorsbank & Co. auf Debitprodukte von Visa und Mastercard. Deren Vorteil: Omnikanalfähigkeit und internationale Einsetzbarkeit, zwei Attribute, bei denen die girocard momentan eindeutig den Kürzeren zieht. Der Nachteil für den Einzelhandel neben der noch keineswegs gegebenen flächendeckenden Einsetzbarkeit, insbesondere im Fachhandel: deutlich höhere Kosten!

Die durchschnittlichen Autorisierungsgebühren für die girocard sind durch die Gebührendeckelung auf maximal 0,2 Prozent und durch das Verhandlungsgebot des Bundeskartellamts mittlerweile auf 0,171 Prozent abgesunken. Große Unternehmen zahlen sogar im Mittel nur noch 0,138 Prozent des durchschnittlichen Einkaufsbetrags an die Banken und Sparkassen. Dazu kommen moderate Zusatzentgelte für die Netzbetreiber. Mastercard und Visa sind mit ihren Debitprodukten zwar seitens der EU ebenfalls auf 0,2 Prozent gedeckelt, zusätzlich belasten aber sog. Scheme fees und Acquirergebühren sowie das hier nicht greifende Verhandlungsgebot. Bestenfalls können daher für Visa Debit Gesamtgebühren zwischen 0,25 und 0,3 Prozent realisiert werden.

Mit Hochdruck arbeitet die deutsche Kreditwirtschaft derzeit daran, den Einsatz der girocard auch für die rasant größer werdende Online-Shopper-Community möglich und attraktiv zu machen – kein einfaches Unterfangen, da Unternehmen wie PayPal & Co. einen langjährigen Know-how- und großen Attraktivitätsvorsprung haben.

**KASSE WIRD ZUM BANKSCHALTER** Ein weiteres relevantes Thema: Insbesondere die Unternehmen des Lebensmittelhandels „rutschen“ immer mehr in die Rolle des Bargeldversorgers. Bei immer weniger vereinnahmtem Bargeld steigt angesichts

„Vor allem große Unternehmen haben in ihre technische Infrastruktur investiert.“

**Horst Rüter**  
EHI Retail Institute

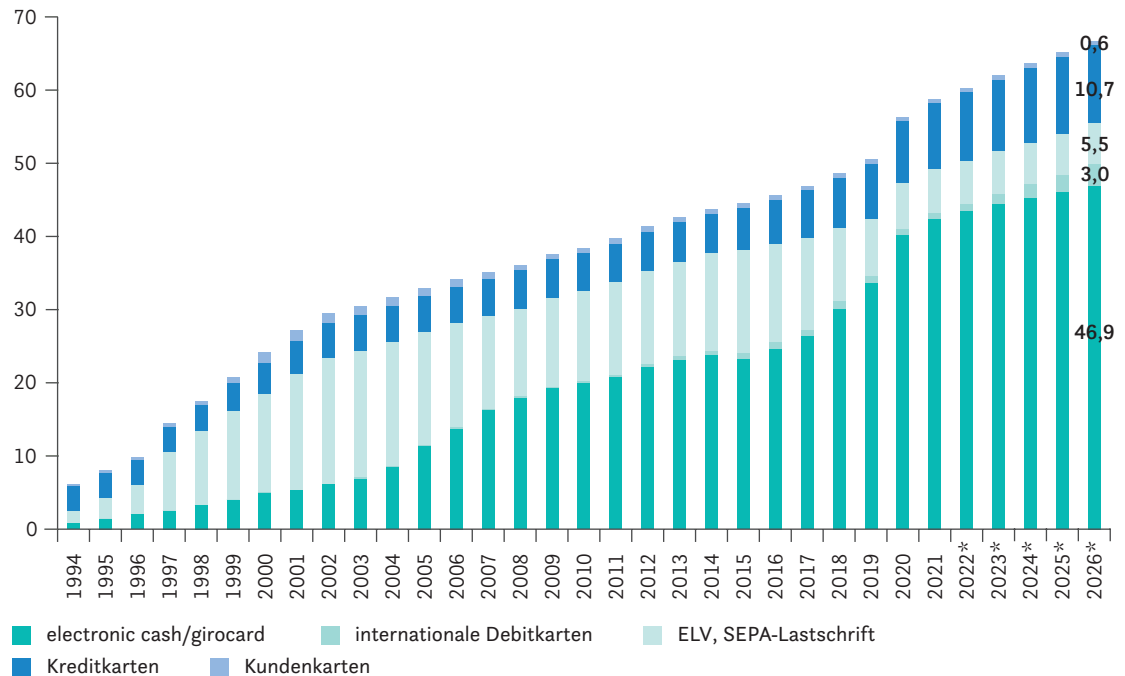
immer weniger verfügbarer Geldausgabeautomaten gleichzeitig das sog. Cash-Back-Volumen spürbar an. Knapp 90 Prozent der Lebensmittelhändler und Drogeriemärkte, die im EHI-Panel „Zahlungssysteme“ vertreten sind, bieten bereits den Service der Bargeldauszahlung, davon fast alle über die girocard-Funktionalität. Jeder zehnte vereinnahmte Euro wurde auf diese Weise im letzten Jahr wieder an die Kund:innen ausgegeben. Vor 2 Jahren waren es gerade einmal 2,8 Prozent. Für diesen zusätzlichen, handelsfremden Service zahlen die Unternehmen im Schnitt 0,13 Prozent an ihre Dienst-

leister. Der durchschnittliche Auszahlungsbetrag liegt stabil bei rd. 95 Euro.

Die letzten 3 Jahre haben vor allem große Unternehmen des EHI-Erhebungspanels dazu genutzt, ihre technische Infrastruktur zukunftsfähig zu machen. Neben dem Einsatz moderner stationärer Bezahlterminals werden zunehmend auch Devices für den mobilen Checkout genutzt. Neben der Standard-NFC-Technologie, die die Akzeptanz kontaktloser Bezahltransaktionen via Karte und Smartphone sicherstellt, wurden auch QR-/Barcodelösungen installiert, die u. a. die Akzeptanz weiterer mobiler Lösungen wie PaybackPay, Bluecode, PayPal oder auch AliPay bzw. WeChatPay sicherstellen. Auch eigene Kundenbindungsprogramme mit und ohne Bezahlfunktion wurden und werden zunehmend digitalisiert.

## Anteile des kartengestützten Umsatzes am Gesamtumsatz des Einzelhandels 1994–2026\* (Abb. 15)

Anteile in Prozent



\* Prognose

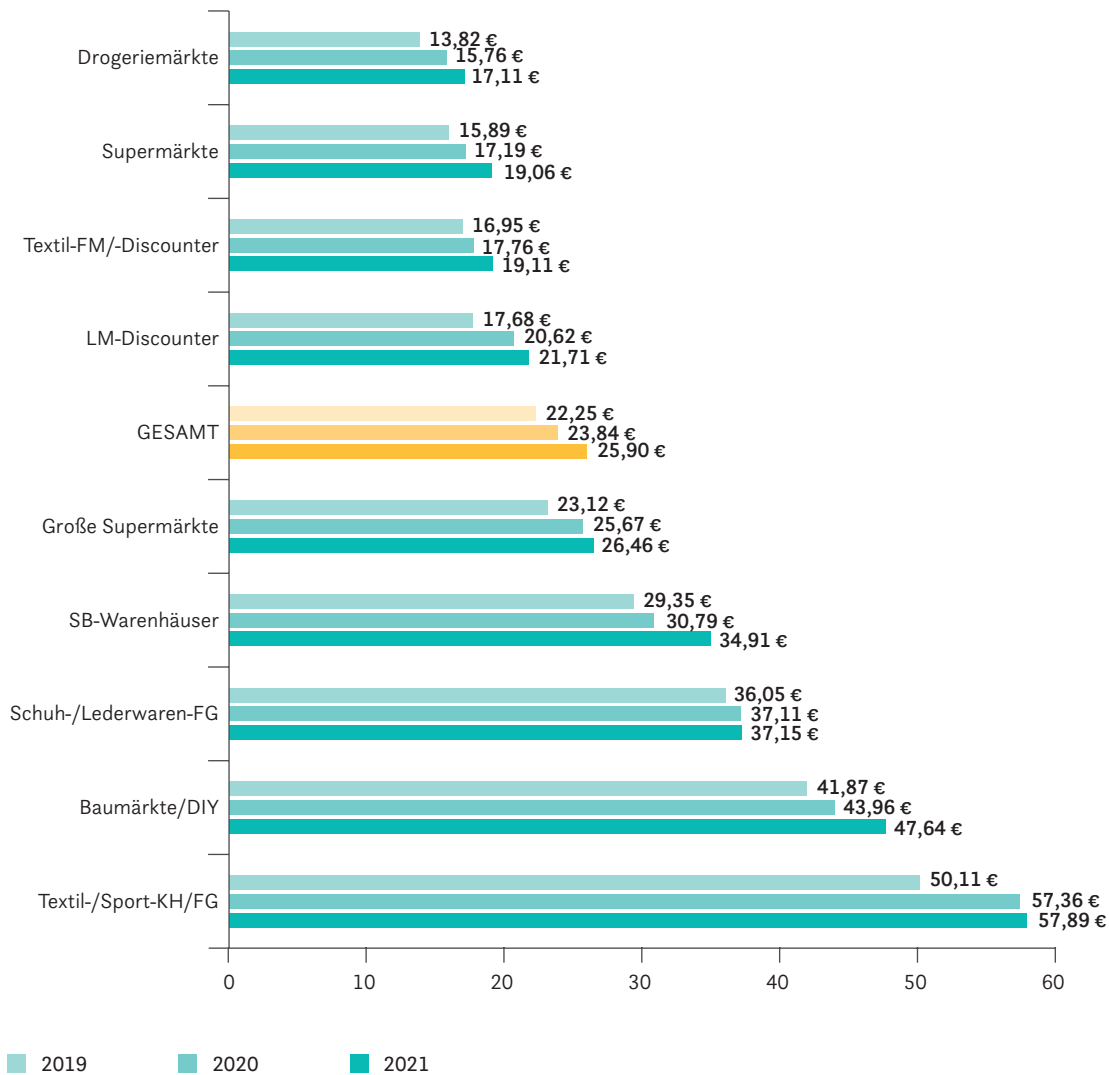
Quelle: EHI-Erhebungen 1995–2022

- Der kartengestützte Umsatzanteil wird bis 2026 auf 66,7 Prozent steigen, der Baranteil auf 30,8 Prozent fallen.
- Kreditkarten (10,7 %) und internationale Debitkarten (3,0 %) werden deutlich wachsen. Dabei wird der Anteil des Einsatzes internationaler Debitkarten durch Inländer deutlich zulegen. Allerdings bremsen die intl. Debitkarten das Kreditkartenwachstum.
- Die girocard schwächt sich vom Wachstum her deutlich ab, wird aber bis auf 46,9 Prozentanteil wachsen.
- Das SEPA-Lastschriftverfahren behält eine Nischenposition auf vergleichsweise niedrigem Niveau.

## Durchschnittliche Einkaufsbeträge

Nach Branchen 2019 bis 2021 (über alle Zahlungsarten) (Abb. 16)

Gewichteter Durchschnitt in Euro



Das EHI hat die Gesamtzahl der Transaktionen im stationären deutschen Einzelhandel auf 16,6 Milliarden (nach 18,25 Mrd. in 2020 und nach 20 Mrd. in 2019) berechnet.

Quelle: EHI-Erhebung 2022



**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© 2022**

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:** 978-3-87257-565-4

**PREIS:** 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

**BILDRECHTE**

Cover: Composing EHI Retail Institute  
 Seite 3: AboutLife/stock.adobe.com  
 Seite 4: industrieblick/stock.adobe.com

**IHR ANSPRECHPARTNER ZUM  
 THEMA KARTENGESTÜTZTE  
 ZAHLUNGSSYSTEME**



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