

EHI-Studie

Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2016

... mit Online- und Mobile-Payment



Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

die EU-weite Regulierung der Gebühren hat kartengestützte Zahlungen im Einzelhandel deutlich preiswerter gemacht. Auch die Akzeptanz von Kreditkarten – in Deutschland eher ein zartes Pflänzchen – wird steigen. Immerhin ist statistisch gesehen bereits jeder zweite Bundesbürger (Säuglinge eingerechnet) mit einer Kreditkarte ausgestattet. Ob allerdings dieses international favorisierte Zahlungsmittel jemals einen so hohen Stellenwert wie in den USA und vielen anderen Ländern erreichen wird, darf bezweifelt werden. Mit der hierzulande ausgeprägten Girokontokultur, der Dispokreditmöglichkeit und zwei starken, damit unmittelbar verbundenen Debitzahlverfahren – girocard und ELV – ist die Konkurrenz sehr stark.

Die Innovationsbereitschaft des Handels in neue Bezahltechnologien ist ungebrochen. Mit Payback Pay ist gerade Deutschlands führendes Bonuspunkteprogramm in das mobile Bezahlen eingestiegen – mit durchaus vielversprechenden Erfolgsaussichten. Und im Online-Payment kontert jetzt die Deutsche Kreditwirtschaft mit paydirekt.

Das EHI Retail Institute gestaltet seit 3 ½ Jahrzehnten über seinen Arbeitskreis „Kartengestützte Zahlungssysteme“ und seit dem Jahr 2012 auch über seine Arbeitsgruppe „Online-Payment“ das Thema „Bezahlen im Einzelhandel“ aktiv mit.

Seit 1995 führt das EHI eine jährliche Erhebung zum Stand des Zahlungsverkehrs im Einzelhandel durch. Die

Ergebnisse zeichnen sich – auch im internationalen Vergleich – durch eine einmalig hohe Repräsentativität aus und sind Grundlage wichtiger Entscheidungen in den IT-, Finanz- und Marketingbereichen des Handels.

Wir danken den Teilnehmern an unserer diesjährigen Studie für die Geduld und Kompetenz beim Beantworten unserer vielen Fragen und für die wertvollen Zusatzinformationen. Ein besonderer Dank gebührt den Mitgliedern des EHI-Arbeitskreises für das fachlich fundierte und präzise Ausfüllen der Erhebungsbögen und den zahlreichen mittelständischen Handelsunternehmen, die mit ihren Angaben eine besonders gute Einschätzung des Themas an der Handelsbasis ermöglichen.

Köln, im Juni 2016



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



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

Inhalt



Vorwort	4
Regulierung zeigt Wirkung	9
Strukturdaten der Erhebung 2016	12
Retrospektivbetrachtung der Erhebungen 1994–2015	24
Anteile der Zahlungsarten im Überblick	30
Die Entwicklung des girocard-Systems der Deutschen Kreditwirtschaft	40
Die Entwicklung von Maestro und V PAY	52
Die Entwicklung des ELV	56
Aktuelle technische Infrastruktur und Technologieinnovationen	68
Die Entwicklung der Kreditkartenakzeptanz	80
Der Einsatz von Kunden- und Gutscheinkarten im Einzelhandel	96
Der Einsatz von Zahlungsarten im Online-Geschäft der Omnichannel-Retailer	104
Abbildungsverzeichnis	110
Tabellenverzeichnis	112
Impressum	114

Management Summary



Regulierung zeigt Wirkung

Veränderungen etablierter Strukturen im Zahlungsverhalten am POS

Nach der durch das Bundeskartellamt 2014 verordneten Aufhebung fester Gebührenentgelte für das girocard- (electronic-cash-)System und der im Dezember 2015 erfolgten EU-weiten Deckelung der Interchange-Gebühren auf 0,3 Prozent für Kredit- und 0,2 Prozent für Debitkarten beginnt sich der Zahlungsverkehr an den Einzelhandelskassen langsam zu verändern. Für den Handel haben sich deutliche Einsparungen ergeben. Im Jahr 2015 wurden im girocard-(electronic-cash-)System 60,2 Mio. Euro eingespart. Dieses Volumen wird nach EHI-Berechnungen in 2016 auf 125,5 Mio. Euro anwachsen. Der Kreditwirtschaft werden dann aber immer noch rd. 175 Mio. Euro zum Betrieb und zur Weiterentwicklung des Systems verbleiben.

Die infolge der Gebührenreduzierung verbesserten Akzeptanzbedingungen für den Handel haben dazu geführt, dass nun auch Lebensmittel-Harddiscounter wie Aldi Nord und Süd sowie Lidl, aber auch große Unternehmen anderer Branchen wie MediaSaturn flächendeckend Kreditkarten akzeptieren. Branchenweit hat dies zu einem signifikanten Anstieg der Kreditkartenumsätze auf 22,9 Mrd. Euro geführt, was einem Anteil von 5,7 Prozent nach 5,3 Prozent im Vorjahr entspricht. Das EHI geht davon aus, dass sich dieser Effekt im laufenden Jahr weiter verstärken und für Kreditkarten einen weiteren Zuwachs auf 6,2 Prozent bringen wird.

Gesunkene Belastung

Die Gesamtprovision für die Akzeptanz von Kreditkarten liegt bei großen Unternehmen zurzeit bei 0,6 bis 1,0 Prozent und damit um knapp die Hälfte unter der Belastung vor der Regulierung. Allerdings nehmen die Beschwerden über insbesondere von Mastercard entwickelte, vollkommen neue zusätzliche Systemgebühren deutlich zu. Es wird dabei durchaus auch die Vermutung geäußert, dass hiermit die – insbesondere auch im Sinne der Verbraucher getroffenen – Erleichterungen für den Handel umgangen werden, ein klarer Verstoß gegen die Regulierungskonditionen. Ebenso unzufrieden ist man mit der unterschiedlichen Gebührenbelastung für private Karten und für die erstaunlich hohe Zahl von Business Cards inklusive American Express, die nicht von der Regulierung erfasst wurden.

Nicht von der Regulierung profitieren konnte das mit 23,2 Prozent noch immer deutlich marktführende girocard-(electronic-cash-)System. Erstmals seit seiner Einführung 1990/91 hat das EHI einen Anteilsverlust festgestellt – und dies in einer Höhe von 0,5 Prozentpunkten. Offensichtlich haben die Einführung und der Ausbau der Kreditkartenakzeptanz vor allem dieses Verfahren kannibalisiert, obwohl durch die Regulierung der mittlere Provisionssatz für die Händler nur noch bei 0,197 Prozent liegt und damit deutlich unter den alten Monopolgebühren in Höhe von 0,3 Prozent bzw. min-

„Ein regelrechtes Comeback zeichnet sich hingegen für das schon vielfach totgesagte (da unterschrittbasierte) EC-Lastschriftverfahren ab.“

Horst Rüter
EHI Retail Institute

destens 8 Cent pro Transaktion. Regelrechte Einbrüche musste dieses Debitsystem der Deutschen Kreditwirtschaft an Tankstellen hinnehmen. Hier ist nach Aral/BP ein weiteres Branchenschwergewicht auf das unterschrittbasierte elektrische Lastschriftverfahren gewechselt, andere Tankstellen ziehen aufgrund ihrer multinationalen Ausrichtung bereits die internationalen Debit-Marken Maestro und V PAY vor.

Die Zahlen und Fakten der Deutschen Kreditwirtschaft selbst weisen einen 3,4-prozentigen Umsatzrückgang für girocard (electronic cash) aus (von 142,4 auf 137,6 Mrd. Euro), wobei im Gegensatz zu den deutlich moderater ausgefallenen EHI-Ergebnissen auch die kompletten Kraftstoffumsätze der Tankstellenbetreiber und die Umsätze in Gastronomie und Hotellerie berücksichtigt sind.

Ein regelrechtes Comeback zeichnet sich hingegen für das schon vielfach totgesagte (da unterschrittbasierte) elektronische Lastschriftverfahren (ELV) ab. Um 0,8 Prozentpunkte auf nun 14,2 Prozent Umsatzanteil ging es für diese Eigenkreation des Handels nach oben. 77,7 Prozent aller großen Handelsunternehmen setzen auf dieses Verfahren, vor allem als mehr oder weniger starke Ergänzung des girocard-(electronic-cash-)Systems. Die Ergebnisse der EHI-Studie lassen vermuten, dass insbesondere die marktführenden Dienstleister,

die ELV für den Handel betreiben, im Kombibetrieb bei der Systeme einen höheren Anteil als bisher per Unterschrift abwickeln.

Bei einer von 390 auf 400 Mrd. Euro erhöhten Umsatzbasis der EHI-Studie hat sich der Kartenumsatz um insgesamt 7,4 Mrd. Euro auf 177,8 Mrd. Euro erhöht. Das entspricht einem Anteil von 44,5 Prozent nach 43,7 Prozent im Vorjahr. Der Bargeldumsatz im Einzelhandel liegt noch bei 52,4 Prozent (minus 0,9 Prozentpunkte).

In Anbetracht der laufenden Diskussion pro und kontra Bargeld haben sich die vom EHI befragten Händler auch zu einer möglichen Bargeldobergrenze und zu Forderungen nach einer Abschaffung von 1- und 2-Cent-Münzen geäußert. Bei der Frage der Auslistung von Kleinmünzen überwiegen die Befürworter und sehen vor allem geringere Kosten der Geldversorgung, ein vereinfachtes Handling an der Kasse mit einem geringfügig schnelleren Bezahlvorgang und einen reduzierten Verwaltungsaufwand im Hintergrund. Die sich in der Minderheit befindenden Abschaffungsgegner befürchten vor allem eine fehlende Akzeptanz beim Kunden und daraus resultierende Diskussionen an der Kasse, eine unter Umständen notwendige Preisumgestaltung und die Kosten für eine Neuprogrammierung der Kassen.

Während die Kleinbetragsbranchen, darunter auch der Großteil des Lebensmittelhandels, auch eine Bargeld-Obergrenze als unkritisch ansehen, befürchten vor allem Möbel- und Textilhändler sowie Baumarktbetreiber erhebliche Nachteile bereits bei einer Obergrenze von 5.000 Euro, in noch stärkerem Maß aber bei einem Bargeldlimit von 1.000 Euro. Nur eine kleine Minderheit

von 4,5 Prozent der Händler glaubt, dass eine Bargeldobergrenze zu einer Eindämmung von Kriminalität beitragen könnte.

Warten auf Mobile-Payment

Auf marktreife mobile Bezahlösungen wartet der Handel noch immer. Die Voraussetzungen dafür hat er allerdings weitgehend geschaffen. So ist kontaktloses Bezahlen (auf Basis der NFC-Technologie und insbesondere via PayPass und PayWave, seltener werdend über Girogo) bereits in der Hälfte der großen Unternehmen möglich. Der Anteil wird bis zum Jahresende 2016 voraussichtlich auf gut 60 Prozent steigen. Die Infrastruktur für das kontaktlose Bezahlen wird allgemein als Grundlage für spätere Mobilbezahlösungen angesehen. In immer stärkerem Maße sieht der Handel hierbei Apple, Google & Co. als Treiber mobilen Bezahls. Auch wenn eine Einführung in Deutschland überhaupt noch nicht absehbar und aufgrund der flächendeckend fehlenden Bankpartner auch eher unsicher ist, halten 9 von 10 Händlern Apple Pay für ein mögliches Erfolgsmodell oder zumindest ein interessantes Nischenprodukt im deutschen Einzelhandel.

Mit dem Comeback des ELV geht verstärkt die Bereitschaft der Händler einher, in die technische Infrastruktur dieses Verfahrens zu investieren. So stehen Signpads und Systeme zu beleglosen Unterschriftenarchivierung momentan nach NFC auf Platz zwei der Investitionsvorhaben für die nahe Zukunft.

Investitionsklima

Grundsätzlich hat sich der „EHI-Investitionsklima-Index Payment“ aber gegenüber dem Vorjahr nochmals abge-

schwächt. Nur noch 45,6 Prozent der großen Händler und jeder dritte Mittelständler planen derzeit Änderungen der Payment-Infrastruktur. Nach dem Hype um das kontaktlose Bezahlen und der Erwartung eines schnellen Durchbruchs für Mobile-Payment fehlen zurzeit Impulse, um Gelder für Investitionen bereitzustellen.

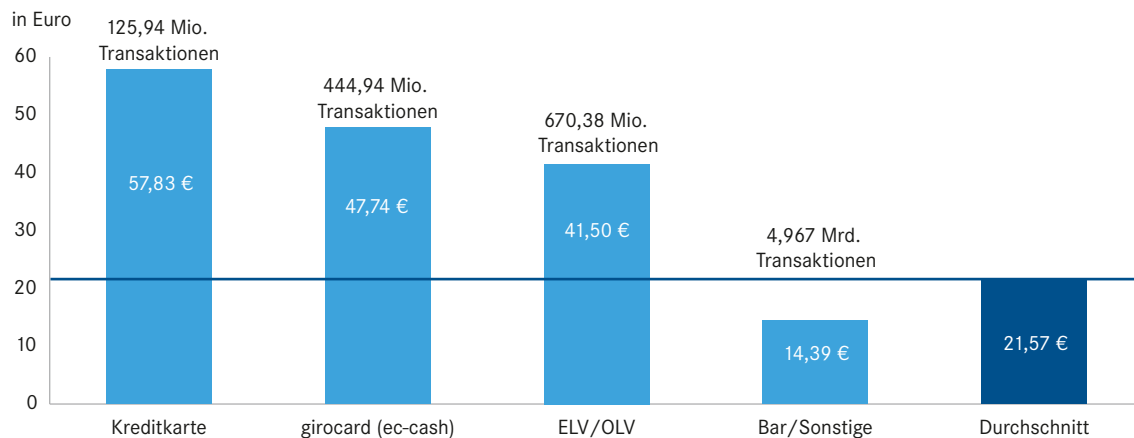
Zum Jahresende 2015 waren in Deutschland insgesamt 784.203 girocard-fähige Zahlungsverkehrsterminals im Einsatz, eine Steigerung von knapp 22.000 Geräten gegenüber dem Vorjahr. Geht man davon aus, dass der Investitionszyklus bei Terminals etwa 5-6 Jahre beträgt, bedeutet dies eine Erneuerung von mittlerweile mindestens rd. 100.000 Geräten pro Jahr allein im Einzelhandel.

Zurzeit geben noch 53,3 Prozent der mittelständischen Händler an, dass ihre Geräte noch nicht NFC-fähig sind. Aufgrund der Vorgabe von Mastercard, bei der Abwicklung ihrer Kredit- und Debitkarten (Maestro) spätestens ab 2018 nur noch NFC-Terminals zu akzeptieren, ist allerdings in den nächsten eineinhalb Jahren noch ein erhebliches (außerordentliches) Umstellungsvolumen zu erwarten.

Das EHI-Panel umfasst 489 Unternehmen mit ca. 80.000 Betrieben aus 35 Branchen des Handels mit einem Bruttoumsatz (2015) in Höhe von 253,5 Mrd. Euro, davon relevanter stationärer Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne (insbesondere ohne Brennstoffe, E-Commerce und Versandhandel) in Höhe von 230,3 Mrd. Euro (ca. 57,6 Prozent des Einzelhandelsumsatzes i.e.S.).

Durchschnittliche Einkaufsbeträge nach Zahlungsarten 2015/2016

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



Basis: 42 Unternehmen, die jeweils sowohl Kreditkarten als auch girocard (electronic cash) und ELV als Zahlungsart anbieten und Angaben zu den durchschnittlichen Einkaufsbeträgen gemacht haben. Analysiert wurden 6,289 Mrd. Transaktionen, gewichteter Durchschnitt

Quelle: EHI

Transaktionen im stationären deutschen Einzelhandel

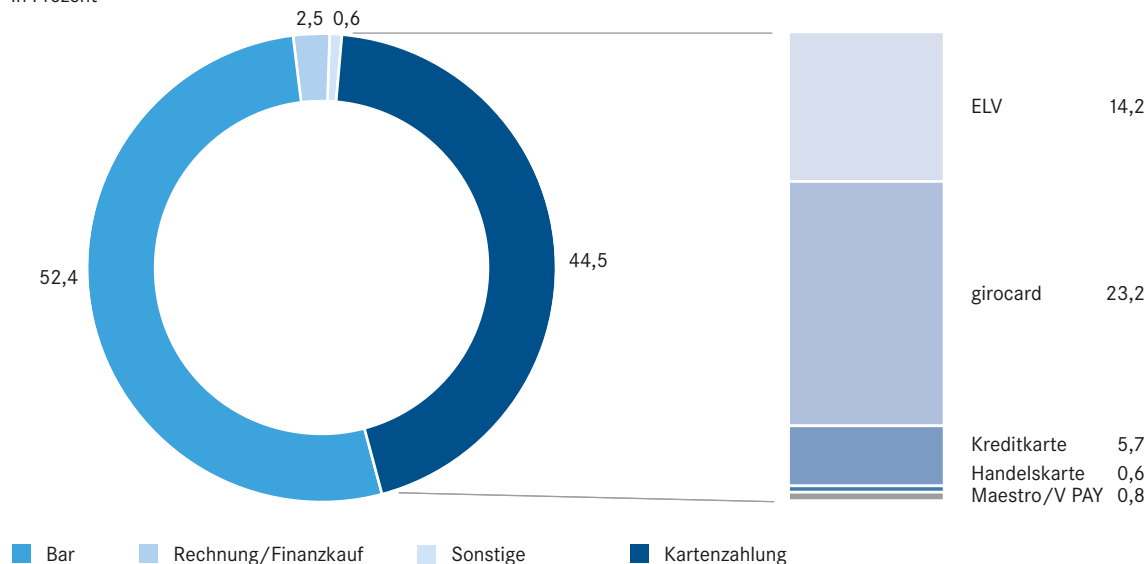
Analyse:

- 18 bis 20 Mrd. Einkäufe in deutschen Einzelhandelsgeschäften pro Jahr
- 220 bis 250 Einkäufe pro Kopf, rund 470 Einkäufe pro Haushalt und Jahr
- Noch 80 Prozent der Einkäufe werden bar bezahlt
- girocard-(electronic-cash-)Bezahlvorgänge zwischen 2003 und 2013 von 310 Mio. auf 2,038 Mrd. Vorgänge fast versiebenfacht
- Durchschnittlicher girocard-(electronic-cash-)Einkaufsbetrag in demselben Zeitraum um 34 Prozent gesunken

Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Einzelhandels im Jahr 2015

(Abb. 9)

in Prozent



EH-Umsatz i.e.S. = 400 Mrd. € (exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shopumsätze)

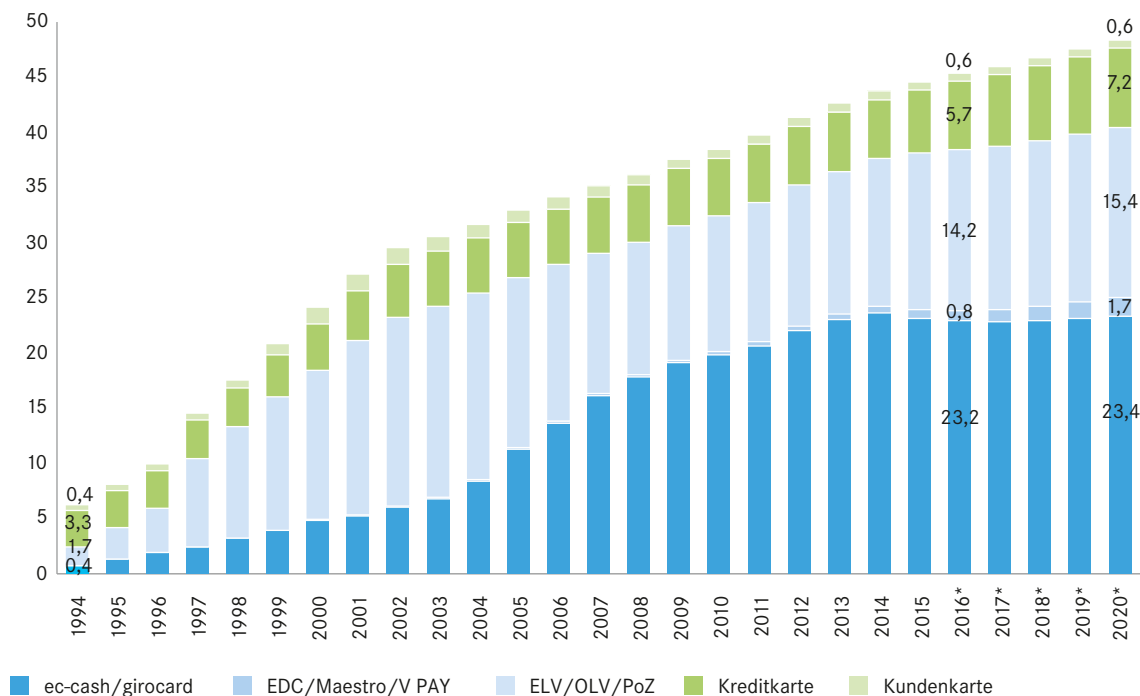
Quelle: EHI 2016

- Erhöhung Bezugsgröße von 390 auf 400 Mrd. Euro
- Bar-Umsatzanteil sinkt um 0,9 Prozentpunkte
- girocard/electronic cash sinkt um 0,5 Prozentpunkte bei minimaler absoluter Erhöhung auf rund 92,6 Mrd. Euro
- ec-Lastschrift wächst weiter stark um 0,8 Prozentpunkte auf 56,8 Mrd. Euro
- Maestro/V PAY weiter steigend auf 0,8 Prozent
- Kreditkarten signifikant steigend um 0,4 Prozentpunkte auf 5,7 Prozent (22,9 Mrd. €)
- Kartenumsatz rund 177,8 Mrd. Euro (+ 7,4 Mrd. €)

Anteile des kartengestützten Umsatzes am Gesamtumsatz des Einzelhandels 1994 – 2020*

(Abb. 11)

in Prozent



* Prognose

Quelle: EHI 1995 – 2016

- Der Kartenanteil wird bis zum Jahr 2020 auf gut 48 Prozent steigen. Dabei ist eine mögliche Beeinflussung durch neue Bezahlmedien (kontaktlos ohne Karte, mobiles Bezahlen etc.) unberücksichtigt.
- Der Anteil der Debitkarten am gesamten kartengestützten Umsatz lag 1994 bei 40,3 Prozent,

2015 bei 85,8 Prozent, wird aber bis 2020 wieder auf 83,9 Prozent zurückgehen.

- Parallelität von PIN und Unterschrift auch nach 2016 gesichert.
- Die hohen Umsatzanteile haben das Thema Kartenzahlung zu einem strategischen Erfolgsfaktor im Einzelhandel gemacht.



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:

Annette Vellay, vellay@ehi.org

Druck:

cede Druck GmbH
Herseler Straße 7-9
50389 Wesseling

Copyright© 2016

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
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-463-3

Preis: 465,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: S3 Advertising
istockphoto (4: andres; 6: MarcusPhoto1; 8: fotofrog)