

EHI-Studie

Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2018

Daten, Fakten, Marktstrukturen



Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

Einkäufe im Wert von 210 Mrd. Euro wurden im Jahr 2017 in den Geschäften des deutschen Einzelhandels noch immer mit Bargeld beglichen, exakt genauso viele sind es aber erstmals auch mit unbaren Zahlungsarten, insbesondere über kartengestützte Zahlungssysteme.

Es ist zu erwarten, dass die Barumsätze Jahr für Jahr weiter abnehmen werden, zumal das Bezahlen per Karte mit zunehmend vom Verbraucher akzeptierten Innovationen wie „contactless Payment“ aufwarten kann. Insbesondere die girocard kontaktlos kommt aktuell bei Kunden und Kassenspersonal gleichermaßen gut an und sorgt für eine rasche Verbreitung des „Tap & Go“. Eine bis zu 50 Prozent reduzierte Kassierzeit ist denn auch in Branchen mit stark frequentiertem Check-out ein echter Vorteil. Und mit der digitalen girocard steht die Mobilbezahlvariante bereits in den Startlöchern.

Girocard, das Debit-Zahlverfahren der Deutschen Kreditwirtschaft, war auch in 2017 der Matchwinner unter den bargeldlosen Zahlungsarten. Um 9,3 Prozent sind die Umsätze mit girocard plus PIN im Einzelhandel im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Die mittlerweile auf einen durchschnittlichen Wert von 0,185 Prozent gesunkenen Autorisierungsgebühren veranlassen immer mehr Händler, den größeren Teil ihrer Zahlungen gesichert über die Systeme der Banken und Sparkassen abzuwickeln. Die Entmonopolisierung der Gebühren auf Veranlassung des Bundeskartellamts und die Deckelung der Konditionen durch europäische Gesetzgebung haben die vom Handel prognostizierte belebende Wirkung also nicht verfehlt.

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. Die heute rund 130 Mitglieder des Kreises sind die Impulsgeber für unsere Forschungs- und Dienstleistungsaktivitäten zu diesem wichtigen Thema.

Seit 1995 führt das EHI eine jährliche Erhebung zum Stand des Zahlungsverkehrs im Einzelhandel durch. Wir danken den Teilnehmern an unserer diesjährigen Studie für die Geduld und Kompetenz beim Beantworten unserer vielen Fragen und für die wertvollen Zusatzinformationen.

Köln, im Juli 2018



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



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

Inhalt



Vorwort	5
Kontaktlos kommt beim Kunden an	9
Strukturdaten der Erhebung 2018	13
Transaktionsanteile der Zahlungsarten	21
Deutschland: Debit schlägt Kredit	25
Umsatzanteile der Zahlungsarten	31
Die Entwicklung des girocard-Systems der Deutschen Kreditwirtschaft	41
Die Entwicklung internationaler Debitmarken in Deutschland	53
Die Entwicklung des SEPA-Lastschriftverfahrens	61
Aktuelle technische Infrastruktur und Technologieinnovationen	71
Kommentare: Instant Payments – eine Alternative für den Einzelhandel	82
Die Entwicklung der Kreditkartenakzeptanz	87
Der Einsatz von Kunden- und Gutscheinkarten im Einzelhandel	103
Künftige Entwicklungen	111
Abbildungsverzeichnis	114
Tabellenverzeichnis	116
Impressum	118

Management Summary



Kontaktlos kommt beim Kunden an

Mit einer markanten Zahl kann die diesjährige EHI-Studie „Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2018“ aufwarten: Noch genau die Hälfte aller Forderungen wird von den Kunden an deutschen Kassen mit Scheinen und Münzen beglichen, der Rest unbar, davon der mit Abstand größte Anteil per Karte.

Der kartengestützte Umsatz ist 2017 weiter gestiegen: 196,8 Mrd. Euro bedeuten ein Plus von 9,8 Mrd. Euro und einen Anteil von 46,9 Prozent (+1,3 Prozentpunkte) am Gesamtumsatz der Einzelhandelsgeschäfte in Höhe von 420 Mrd. Euro.

Stärkster Wachstumsmotor war einmal mehr das girocard-System der Deutschen Kreditwirtschaft: 110,3 Mrd. Euro Umsatz bedeuten ein Plus von 9,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Ebenfalls weiter zulegen konnte die Kreditkarte, wenngleich auf deutlich niedrigerem Niveau als die Debitsysteme. Ein Plus von 2,4 Mrd. Euro bedeutet hier einen Anteilszuwachs von 6,1 auf 6,5 Prozent. „Verlierer“ war neben dem Bargeld (Rückgang von 51,3 auf 50,0 Prozent) das SEPA-Lastschriftverfahren mit einer Einbuße von 0,8 Prozentpunkten auf jetzt 12,6 Prozent.

Die deutlichen Gebührenreduzierungen, die das Verhandlungsgebot des Bundeskartellamts und die Interchange-Deckelung auf 0,2 Prozent gebracht haben, verfehlen damit ihre Wirkung nicht und hieven das girocard-Verfahren auf einen Anteil von jetzt 26,3 Prozent (nach 24,6 Prozent im Vorjahr). Immer mehr

Unternehmen erhöhen im Mischbetrieb von Pin und Unterschrift den girocard-Anteil und behalten SEPA-Lastschrift ausschließlich als Backup-Lösung oder wechseln komplett auf girocard-Pin-Betrieb. Dieser Trend wird sich nach Einschätzung des EHI weiter fortsetzen und möglicherweise durch Umschwenken einiger „Lastschrift-Schwergewichte“ in 2018 noch weiter verstärken.

Erfolg der girocard

Gleichzeitig zeichnet sich ab, dass die erst seit Mitte 2017 flächendeckend verfügbare girocard-kontaktlos-Funktion ein Erfolg werden könnte. Ein Vertreter der Deutschen Kreditwirtschaft berichtete jüngst bereits von einem Anteil von rund 10 Prozent kontaktloser girocard-Transaktionen bei den kontaktlosfähigen Karten. Da zurzeit etwa die Hälfte aller girocards kontaktlosfähig ist, passt das zu den Erfahrungswerten des Handels, nach denen bereits etwa jede 20. Transaktion kontaktlos abgewickelt wird – Tendenz steigend.

Die technischen Voraussetzungen für kontaktloses Bezahlen sind denn auch fast lückenlos gegeben, insbesondere bei den großen Filialisten mit hoher

„Der Trend zur girocard verstärkt sich.“

Horst Rüter
EHI Retail Institute

Kundenfrequenz an den Kassen. Ende 2018 werden 77,7 Prozent aller großen Händler kontaktloses Bezahlen akzeptieren, darunter auch alle Branchen-Schwergewichte wie zum Beispiel die umsatzstarken Lebensmittel-Discounter. Allein die Möglichkeit zur Akzeptanz von girocard kontaktlos ist binnen Jahresfrist von 7,0 auf 56,3 Prozent gestiegen. Und auch in immer mehr mittelständischen Unternehmen muss man sich als Kunde, bei dem der Kartentausch erst im Herbst ansteht, auf den Spruch gefasst machen: „Ach so, Sie haben ja noch gar kein Funkzeichen auf Ihrer Karte ... dann müssen wir wohl noch stecken.“

Damit ist allerdings im Hinblick auf den technischen Fortschritt im Zahlungsverkehr an den deutschen Kassen auch schon das meiste gesagt. Die Investitionsbereitschaft des Handels befindet sich in diesem Punkt auf einem Zehn-Jahres-Tief. Nachdem im letzten Jahr noch fast die Hälfte der großen Händler Investitionen in die Payment-Infrastruktur vornehmen wollten, ist dieser Anteil aktuell mit 33,8 Prozent so niedrig wie nie zuvor seit Einführung des entsprechenden EHI-Investitions-klima-Index zu diesem Thema.

Mobile-Payment-Initiative

30 Prozent der vom EHI befragten großen Händler haben bereits Mobile-Payment eingeführt. Genannt wurden neben dem aktuellen Marktführer Payback

Pay sowie dem in der Edeka-Gruppe verbreiteten Value Phone-Payment auch das unternehmensunabhängige Bluecode-System, Paymorrow, Alipay und Individual-lösungen wie die Netto-App, Shell Smart Pay oder die Mobillösung der Douglas-Parfümerien. Allen diesen Lösungen gemeinsam ist allerdings die weitgehend verhaltene Akzeptanz beim Kunden. Das EHI wird daher ab dem zweiten Halbjahr 2018 im Rahmen einer Mobile-Payment-Initiative versuchen, das Bewusstsein für die Vorzüge mobiler Bezahlösungen bei den Kunden und im Handel zu schärfen.

Für Verwirrung bei vielen Händlern hat die Einführung von Mastercard-Debit-Karten gesorgt. Die Karten sind für den Laien äußerlich nicht von Kreditkarten und durch das zum Teil aufgebrachte alte „ec“-Logo auch nicht von älteren girocards zu unterscheiden. Dabei werden diese Karten aber nicht nach den Konditionen der Deutschen Kreditwirtschaft, sondern von Mastercard bepreist, und die Konditionen liegen hier teilweise deutlich höher.

Weiterhin für Unmut sorgen die weiter steigenden Card-Scheme-Fees für die Abwicklung von Maestro und V PAY sowie für Mastercard und Visa. Nach Berechnungen eines großen deutschen Handelsunternehmens haben sich die Funds und Fees für die Mastercard-Akzeptanz von 2015 bis 2017 von 0,12 auf 0,24 Prozent verdoppelt und damit einen erheblichen Teil des Einspareffekts der EU-weiten Interchange-Reduzierung auf 0,3 Prozent zunichtegemacht. Bei den Debit-Produkten der Kreditkartengesellschaften – Maestro und V PAY – hat dies dazu geführt, dass auch die Akzeptanzbereit-

schaft und damit die eigentlich positiven Wachstumsperspektiven für die Umsatzanteile deutlich reduziert wurden. Im Vergleich mit einer durchschnittlichen verhandelten Autorisierungsgebühr von 0,185 Prozent für die girocard sind Gebühren von 0,3 bis 0,5 Prozent für diese internationalen Marken hierzulande nicht wirklich wettbewerbsfähig.

Weniger Gebühren

Umso mehr sind sich die Händler einig, nationale Verfahren beizubehalten und zu fördern. In den Jahren 2015 bis 2017 hat der Einzelhandel nach Berechnungen des EHI insgesamt 627,2 Mio. Euro an Autorisierungsgebühren an die Deutsche Kreditwirtschaft abgeführt. Obwohl damit verglichen mit der ursprünglichen Gebührenregelung (0,3 Prozent vom Umsatz, mindestens 8 ct) insgesamt 345,4 Mio. Euro eingespart werden konnten, sind der Betrieb und die Weiterentwicklung eines stabilen und prosperierenden nationalen Debitverfahrens durch die Deutsche Kreditwirtschaft

ganz offensichtlich gewährleistet. So wird von den befragten Händlern auch die Weiterentwicklung von girocard kontaktlos zu einem mobilen girocard-Verfahren sehr begrüßt. In jeder Einkaufsbetragskategorie sehen die Händler in 5 Jahren girocard-Verfahren ganz vorne, ob kontaktbehaftet, kontaktlos oder mobil: für Beträge über 30 Euro auf Platz 1 und für Beträge unter 30 Euro auf Platz 2 hinter Bargeld – gute Perspektiven also für diese Bezahlart im Jahre des 50-jährigen Jubiläums der (Euro-)Scheckkarte.

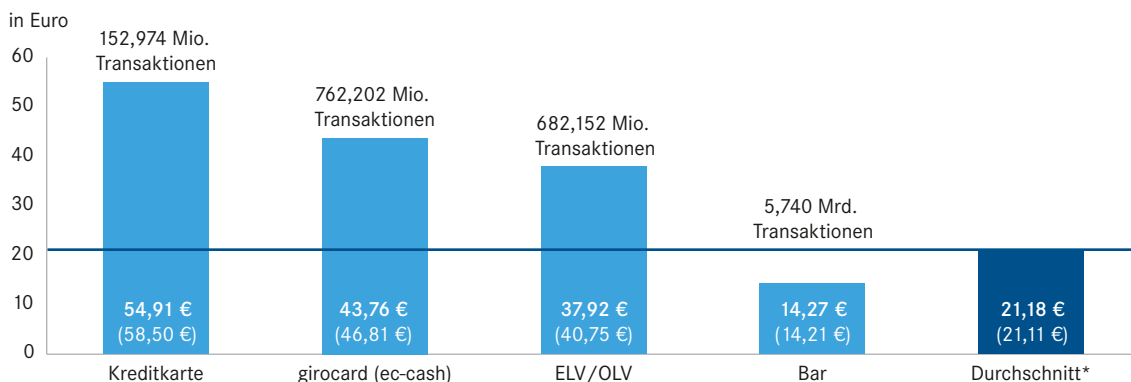
Das EHI-Panel umfasst 460 Unternehmen mit ca. 85.000 Betrieben aus 35 Branchen des Handels mit einem Bruttoumsatz (2017) in Höhe von 270,3 Mrd. Euro, davon relevanter stationärer Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne (insbesondere ohne Brennstoffe, E-Commerce und Versandhandel) in Höhe von 247,0 Mrd. Euro (ca. 58,8 Prozent des Einzelhandelsumsatzes i.e.S.).

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 2017/2018

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



Basis: 56 Unternehmen, die jeweils sowohl Kreditkarten als auch girocard und SEPA-Lastschriftverfahren als Zahlungsart anbieten und Angaben zu den durchschnittlichen Einkaufsbeträgen gemacht haben. Durchschnitt nur der genannten Zahlungsarten = 20,38 €. Analysiert wurden **7,470 Mrd.** Transaktionen.

* inkl. Sonstiger Zahlungsarten: Maestro/V PAY/Debit Mastercard/Rechnung/Finanzkauf/Sonstige

Quelle: EHI

Transaktionen im stationären deutschen Einzelhandel

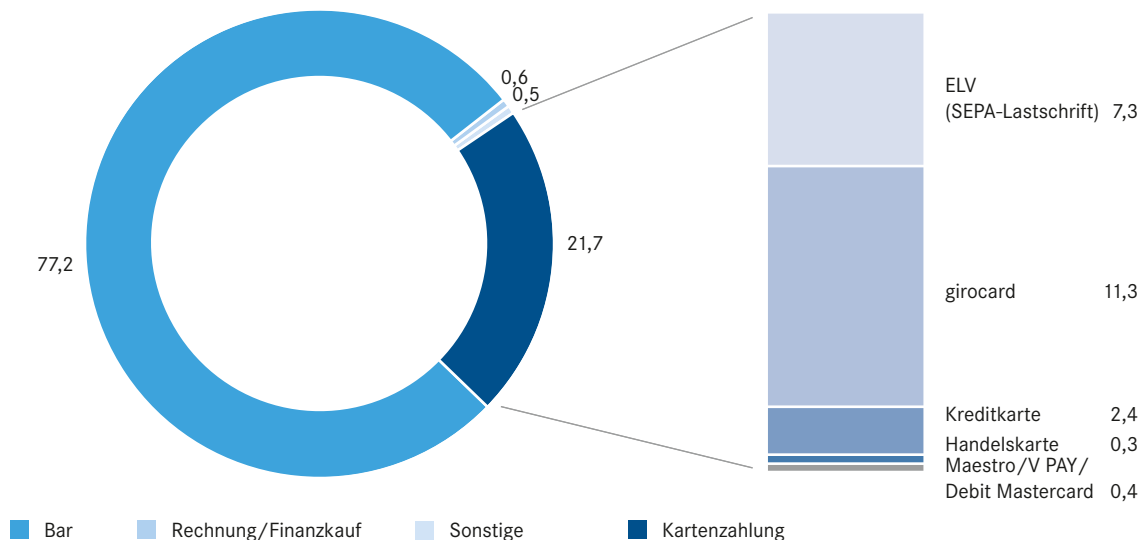
Analyse:

- 18 bis 20 Mrd. Einkäufe in deutschen Einzelhandelsgeschäften pro Jahr
- 220 bis 250 Einkäufe pro Kopf, rund 470 Einkäufe pro Haushalt und Jahr
- Noch 77,2 Prozent der Einkäufe werden bar bezahlt (EHI-Berechnung auf Basis Erhebung 2017)
- girocard-(electronic-cash-)Bezahlvorgänge zwischen 2007 und 2017 von 1,14 Mrd. auf 3,18 Mrd. fast verdreifacht, davon mehr als 2/3 im Einzelhandel
- Durchschnittlicher girocard-(electronic-cash-)Einkaufsbetrag in demselben Zeitraum um 16 Prozent gesunken

Transaktionsanteile der Zahlungsarten im deutschen Einzelhandel 2017

stationär (Abb. 6)

in Prozent



Transaktionen im Einzelhandel i.e.S. = 20 Mrd. (exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shops)

Quelle: EHI 2016

- Ca. 15,44 Mrd. Barverkäufe stehen 4,34 Mrd. kartengestützten Zahlungsvorgängen sowie 0,22 Mrd. sonstigen unbaren Transaktionen (Rechnung/Überweisung, Finanzkäufe, Gutscheintransaktionen etc.) gegenüber
- Bar verliert 0,7 Prozentpunkte (ca. 140 Mio. Transaktionen); SEPA-Lastschrift verliert 0,5 Prozentpunkte (ca. 100 Mio. Transaktionen) zum Vorjahr
- girocard gewinnt 1,0 Prozentpunkte (ca. 200 Mio. Transaktionen), Kreditkarte 0,2 Prozentpunkte (ca. 40 Mio. Transaktionen)
- Markthochrechnung (gewichtet) auf Basis von 11,796 Mrd. Transaktionen der Unternehmen des EHI-Panels

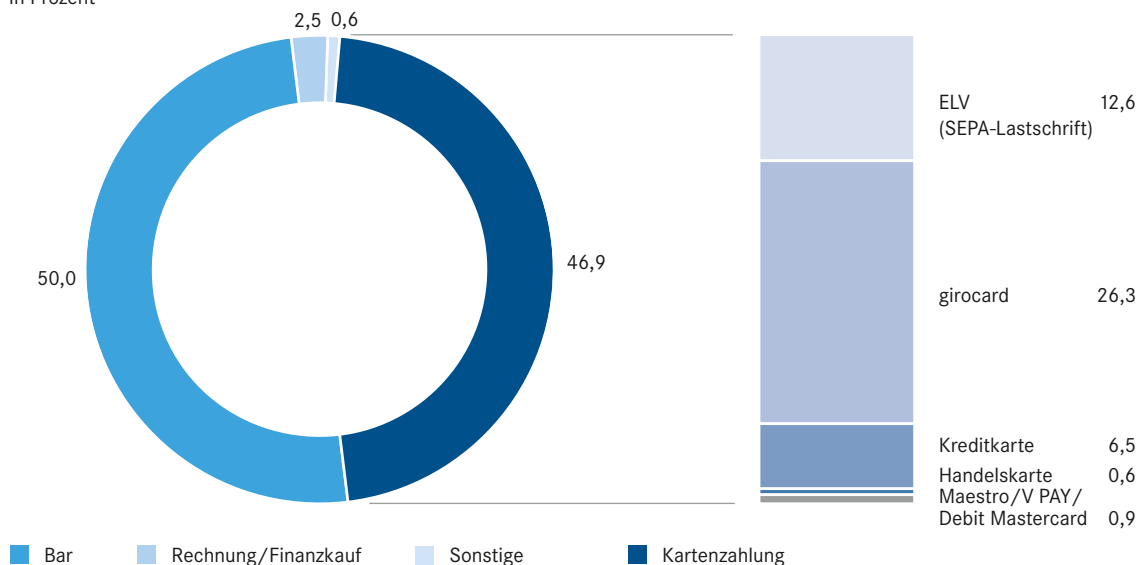
das ELV bevorzugt. In SB-Warenhäusern liegt das Verhältnis sogar bei fast 1:2. Die höchsten Kreditkartenanteile sind in den Branchen außerhalb des Lebens-

mittel-Einzelhandels zu finden, wobei die City-Kauf- und Warenhäuser sowie die Textil- und Sportkaufhäuser und -fachgeschäfte besonders hervorzuheben sind.

Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Einzelhandels im Jahr 2017

(Abb. 9)

in Prozent



EH-Umsatz i.e.S. = 420 Mrd. € (exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shop-Umsätzen)

Quelle: EHI 2017

- Erhöhung Bezugsgröße von 410 auf 420 Mrd. €
- Bar-Umsatzanteil sinkt um 1,3 Prozentpunkte auf glatt 50 Prozent!
- girocard steigt weiter kräftig um 1,7 Prozentpunkte (= 9,4 Mrd. €) auf 110,3 Mrd. €
- ELV (SEPA-Lastschrift) verliert weiter Anteile (0,8 Prozentpunkte) und sinkt auf 52,8 Mrd. €
- Maestro/V PAY inkl. Debit MC konstant 0,9 Prozent (absolut +167 Mio. €); ca. 0,1 Prozentpunkte MC DEBIT
- Kreditkarten weiter steigend um 0,4 Prozentpunkte auf 6,5 Prozent (27,5 Mrd. €)
- Kartenumsatz rund 196,8 Mrd. € (+9,8 Mrd. €)



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

Druck:

cede Druck GmbH
Herseler Straße 7-9
50389 Wesseling

Copyright© 2018

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: 978-3-87257-499-2

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

Bildrechte:

Cover: iStock/Rostislav_Sedlacek, utah778,
Georgijevic, Poike; Fotolia (4: pressmaster, 8: pictoores);
istock (6: shironosov)

EHI Retail Institute
Spichernstraße 55
50672 Köln
www.ehi.org