

# Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2014

... mit Online- und Mobile-Payment



# Vorwort



# Liebe Leserinnen und Leser,

im Jahr 2013 ist der kartengestützte Umsatz im deutschen Einzelhandel auf 166 Mrd. Euro gestiegen. Bei einem branchenübergreifenden Umsatzanteil von nun 42,6 Prozent ist die Bedeutung des bargeldlosen Bezahls größer als je zuvor. Durch die Regulierungen auf nationaler Ebene (Bundeskartellamt) und international seitens der EU werden sich die Anteile der einzelnen Zahlungsarten schon in naher Zukunft voraussichtlich deutlich verschieben. Insbesondere die Kreditkarte – hierzulande bislang eher eine Randerscheinung – könnte aufgrund erheblich sinkender Gebühren eine spürbare Aufwertung seitens des Einzelhandels erfahren. Hierdurch werden auch für girocard/electronic cash und das ec-Lastschriftverfahren die Karten neu gemischt.

Das EHI Retail Institute gestaltet seit 30 Jahren 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 mehr als 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. Die Ergebnisse zeichnen sich – auch im internationalen Vergleich – durch eine einmalig hohe Repräsentativität aus und sind Grundlage wichtiger Entschei-

dungen 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 2014

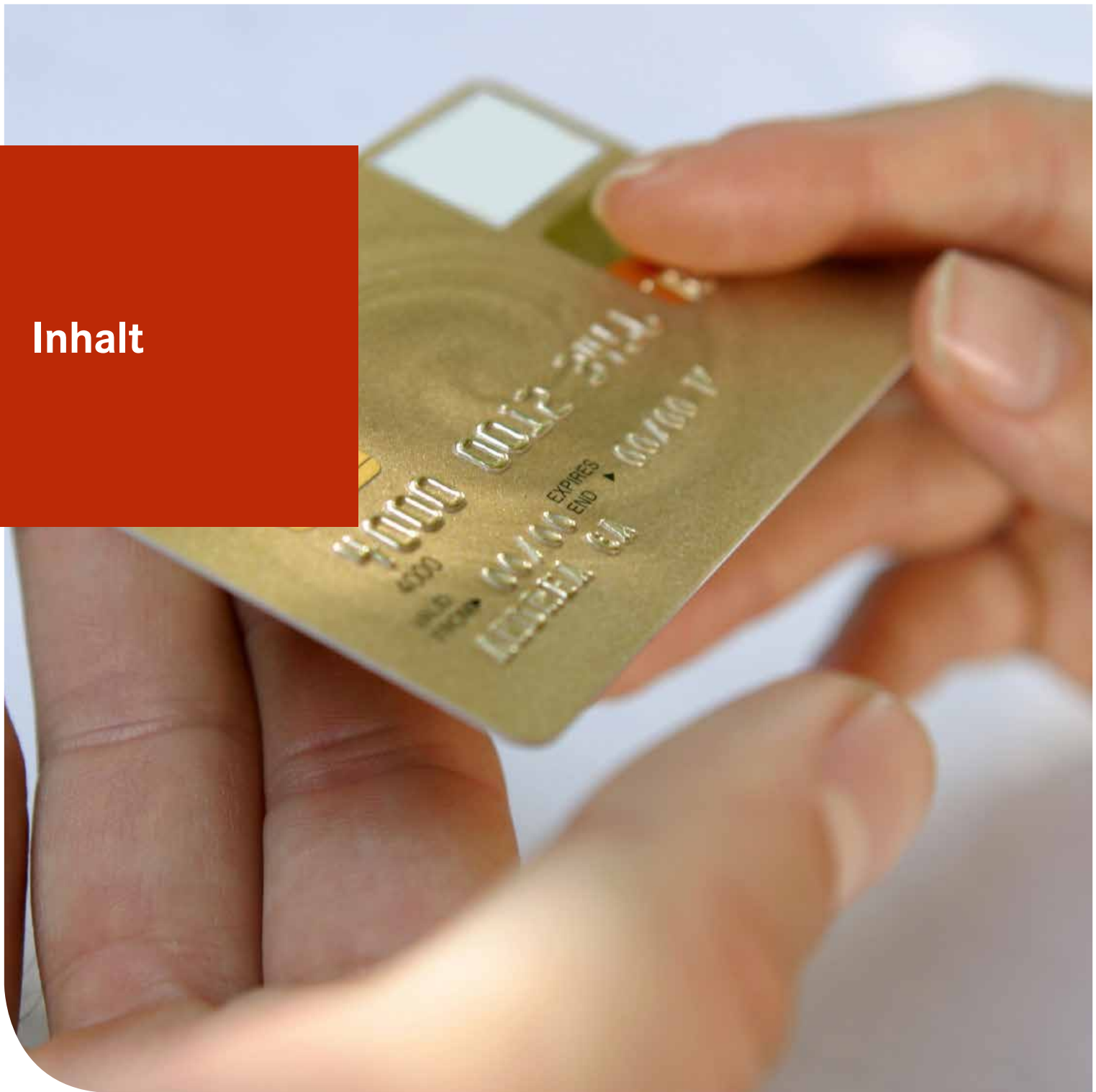


**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



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

# Inhalt



Vorwort	4
Warten auf den Gebühren-Cut	9
Strukturdaten der Erhebung 2014	14
Retrospektivbetrachtung der Erhebungen 1994 bis 2013	22
Anteile der Zahlungsarten im Überblick	28
Die Entwicklung des girocard-Systems der Deutschen Kreditwirtschaft	42
Die Entwicklung von Maestro und V PAY	54
Die Entwicklung des ec-Lastschriftverfahrens	58
Aktuelle technische Infrastruktur und Technologieinnovationen	70
Die Entwicklung der Kreditkartenakzeptanz	80
Der Einsatz von Kunden- und Gutscheinkarten im Einzelhandel	94
Der Einsatz von Zahlungsarten im Online-Geschäft der Multichannel-Retailer	102
Zusammenfassende Kommentare und nächste Schritte	108
Abbildungsverzeichnis	110
Impressum	113

# Management Summary



## Warten auf den Gebühren-Cut

Der Anteil des kartengestützten Umsatzes im deutschen Einzelhandel beträgt jetzt 42,6 Prozent, so ein Kernergebnis der neuen EHI-Kartenstudie. Im vergangenen Jahr lag der Wert bei 41,3 Prozent. Was den Anteil der Debit- und Kreditverfahren angeht, wird der Markt durch neue Gebührenverordnungen und -modelle aufgemischt werden.

Das Bundeskartellamt verpflichtet die Deutsche Kreditwirtschaft, individuelle Verhandlungen über die Autorisierungsgebühren für das electronic cash-/girocard-System mit dem Handel zu führen. Die Neuregelung gilt ab November, hat aber schon im Vorfeld zu deutlichen Gebührensenkungen bei großen Handelsunternehmen geführt und diesen rund 26 Mio. Euro an Einsparungen beschert. Die EU-Kommission fordert darüber hinaus nun auf europäischer Ebene eine Deckelung der Interchange-Gebühren.

Wie der Handel dieses Thema beurteilt, wie sich die Anteile der Zahlungsarten entwickeln und welche Trends die Investitionstreiber sind, hat das EHI in seiner aktuellen Studie „Zahlungsarten im Handel 2014“ ermittelt. Mit 518 beteiligten Unternehmen aus 35 Branchen, die für ca. 70.000 Betriebe mit einem relevanten Bruttoumsatz in Höhe von 215,3 Mrd. Euro stehen, ist das EHI-Erhebungspanel „Kartengestützte Zahlungssysteme“ nach wie vor der repräsentativste Gradmesser für Stand und Entwicklung des Zahlungsverkehrs im deutschen Einzelhandel.

Im Jahr 2013 ist der Bargeldanteil an den Kassen weiter um 1,2 Prozentpunkte auf 54,4 Prozent zurückgegangen. Das EHI schätzt, dass spätestens in 3 - 4 Jahren die 50-Prozent-Schwelle unterschritten wird. Momentan liegen die beiden nationalen Debitbezahlverfahren girocard/electronic cash mit 23,1 Prozent vom Gesamtumsatz (90 Mrd. Euro) und ec-Lastschriftverfahren mit 12,9 Prozent (50 Mrd. Euro) vor den Kreditkarten mit gerade einmal 5,4 Prozent (21 Mrd. Euro). Zählt man noch die in einigen wenigen Unternehmen sehr erfolgreichen handelseigenen Karten mit Zahlungsfunktion hinzu, ergibt sich für das zurückliegende Jahr ein um 7 Mrd. Euro auf 166 Mrd. Euro gesteigener kartengestützter Umsatz.

Diese Verteilung dürfte allerdings schon in naher Zukunft aufgemischt werden, denn EU-Kommission und Europäisches Parlament beabsichtigen eine europaweite Deckelung der Kreditkartengebühren auf 0,3 Prozent. Bislang zahlen Händler mit den höchsten Kreditkartenvolumina durchschnittliche Gebühren von 1,3-1,5 Prozent. Ausnahmen

## „Die Hälfte aller großen Händler wird noch bis 2016 in die Zahlungsverkehrs-Infrastruktur investieren.“

**Horst Rüter,**  
EHI Retail Institute

gibt es traditionell lediglich für Tankstellen, den Lebensmitteleinzelhandel (0,73 – 0,92 Prozent) und seit kurzer Zeit im Falle von Visa auch für Drogerie- und Elektronikfachmärkte sowie Möbelhändler. Ein genereller Cut auf 0,3 Prozent käme aber einem Erdbeben gleich und würde Kreditkarten hierzulande auf das aktuelle Gebühren-Niveau der Debitverfahren bringen, nach Berechnungen des EHI mit der Konsequenz einer möglicherweise mehr als 50-prozentigen Umsatzsteigerung in den nächsten 5 Jahren. Von den im EHI-Panel vertretenen Händlern erwarten daher auch 56 Prozent aufgrund der dann deutlich attraktiveren Akzeptanz-Situation steigende Marktanteile für Kreditkarten. Gleichzeitig befürchten allerdings viele der Befragten bei einer Deckelung der Interchange-Sätze, dass die Kreditkartenunternehmen zur Kompensation neue Gebührenmodelle entwickeln werden.

### **Gebühren noch Verhandlungssache**

Noch gravierendere Auswirkungen für die hiesige POS-Zahlungslandschaft dürften aber die Regelungen des Bundeskartellamts und der EU für Debitkartengebühren haben. Schon vor einiger Zeit hatten die deutschen Wettbewerbshüter angemahnt, die seit 1991 geltende Monopolgebühr der Deutschen

Kreditwirtschaft (DK) für girocard/electronic cash in Höhe von 0,3 Prozent bzw. mindestens 8 Cent pro Transaktion individuell zwischen Kreditwirtschaft und Handel verhandeln zu lassen. Und individuell heißt wörtlich genommen zunächst einmal: jedes einzelne Kreditinstitut mit jedem einzelnen Händler. Aufgrund der naheliegenden praktischen Defizite dieser Regelung wurden und werden auf beiden Verhandlungsseiten immer noch sogenannte Kopfstellen gebildet, die für ihre „Mandanten“ (Kreditinstitute auf der einen und Händler auf der anderen Seite) neue Konditionen für die girocard/electronic cash-Akzeptanz aushandeln.

Ab November 2014 dürfen nach den Vorgaben des Bundeskartellamts keine girocard-/electronic cash-Transaktionen mehr ohne nachgewiesene vorherige Verhandlungslösung abgewickelt werden. Der verordnete Zeitdruck trägt Früchte. So haben 44 Prozent der großen Unternehmen bereits Sonderkonditionen mit der DK ausgehandelt. Das EHI schätzt die daraus resultierenden Gebühreneinsparungen auf insgesamt 26,3 Mio. Euro. Dies sind immerhin rund 9 Prozent des jährlichen ec-cash-Gebührenvolumens im Einzelhandel – Tendenz steigend.



## Europäische Deckelung

Wesentlich weitreichendere Konsequenzen werden aber die Vorgaben der EU haben. Diese sehen eine Gebühr von 0,2 Prozent, maximal aber 7 Cent vor. Sollte diese europäische Deckelung auch für das nationale girocard/electronic cash-Verfahren gelten (wovon aktuell auszugehen ist), würde dies zu jährlichen Entlastungen im dreistelligen Millionenbereich für den Handel (und damit auch für die Verbraucher) führen. Denn für einen 200 Euro-ec-cash-Einkauf müsste der Handel statt bislang 60 Cent nur noch die Maximalgebühr von 7 Cent an die Kreditwirtschaft abführen. Es liegt auf der Hand, dass ein solcher Gebührenschnitt auch Konsequenzen für die Attraktivität der internationalen Debit-Brands Maestro und V PAY hätte. Bislang dümpeln diese bei einem homöopathischen 0,5 Prozentumsatzanteil vor sich hin. Und zu vergessen ist auch nicht das beim Handel nach wie vor sehr beliebte ec-Lastschriftverfahren, denn dessen Attraktivität wurde stets vor allem durch den Kostenvorteil gegenüber ec-cash genährt.

Nach der Neuwahl des EU-Parlaments wird in diesem Punkt wohl endgültige Klarheit geschaffen werden. Im Laufe der nächsten Monate wird sich auch zeigen, inwieweit Kreditwirtschaft und Kreditkartenbranche eine Neupositionierung gelingt. Dabei wird auch die für den Handel wichtige Frage beantwortet werden, ob seitens der Banken und Sparkassen eher eine weitere Abgrenzung von oder eine strategische Allianz mit den stärker werdenden internationalen Brands vorgenommen wird.

Neben diesem aktuell dominierenden Thema wird aber auch das kontaktlose und mobile Bezahlen im Einzelhandel weiterentwickelt. Die Hälfte aller großen Händler wird noch bis 2016 in die Zahlungsverkehrs-Infrastruktur investieren. Zwar ist der „Payment-Investitionsklimaindex“ des EHI im Vergleich zum Vorjahr um etwa 10 Prozentpunkte zurückgegangen, dies aber vor allem, da Investitionen – vorrangig in neue NFC-Terminals – bereits in den Vorjahren abgeschlossen wurden.

**0,2** Prozent;  
Vorgabe der EU  
zur Höhe  
der Gebühren

NFC ist denn auch die Technologie, die von 82 Prozent der Befragten im EHI-Panel als besonders aussichtsreiche mobile Bezahltechnik angesehen wird. QR-Codes folgen mit 51 Prozent noch mit deutlichem Abstand vor Bluetooth Low Energy (BLE) mit 27 Prozent. Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass BLE noch eine vergleichsweise neue Entwicklung ist, für die es erst einige wenige konkrete Anwendungen gibt.

Bei der Frage nach der langfristigen Überlegenheit von mobilen Einzellösungen oder elektronischen Wallets fällt das Urteil recht deutlich mit etwa 2:1 zugunsten von Wallet-Lösungen aus. Viele Unterneh-

men können sich allerdings auch eine parallele Nutzung verschiedener Technologien und Lösungen vorstellen. Es wird immer wieder betont, dass letztlich der Kunde die Entscheidungshoheit hat. Nur wenn ein System aus Kundensicht sicher und convenient ist, hat es die Chance, sich langfristig im Markt zu etablieren. Die Technologie ist in diesem Falle zweitrangig.

### **„93 Prozent der großen Unternehmen verarbeiten Gutscheinkarten.“**

**Horst Rüter,**  
EHI Retail Institute

Ein Spezialthema der EHI-Studie sind in jedem Jahr die handelseigenen und die Gutscheinkarten. Insbesondere die hohe Attraktivität von Gift Cards wird durch die diesjährige Erhebung nochmals unterstrichen. So verarbeiten 93 Prozent der großen und 55 Prozent der mittelständischen Unternehmen Gutscheinkarten, sowohl in Form der Ausgabe und Akzeptanz eigener als auch fremder Karten. Über das Panel betrachtet wurden eigene Gutscheinkarten im Volumen von 0,7 Prozent des Gesamtumsatzes der Unternehmen emittiert, wobei in den Branchen Mode, Sport, Möbel/Geschenke und auch Baumärkte das Ausgabevolumen (in der Regel zwischen 1 und 2,5 Prozent vom Umsatz) deutlich höher liegt als im Lebensmitteleinzelhandel.

Abschließend haben sich die in der Studie vertretenen Multichannel-Händler zur Entwicklung der Bezahlverfahren in ihren Onlineshops geäußert. Es fällt auf, dass Paypal mittlerweile zum Standardangebot zählt und im Mikropanel der 10 über viele Jahre betrachteten Handelsunternehmen seinen Marktanteil um bemerkenswerte 8,4 Prozentpunkte auf nun 24,1 Prozent in nur einem Jahr steigern konnte. Hinter der konventionellen Bezahlart „Rechnung/Überweisung“ ist das Bezahlverfahren der Ebay-Tochter damit zur momentan unangefochtenen Nummer zwei der Zahlungsarten aufgestiegen. Eine ebenfalls zunehmende Entwicklung ist bei „Sofortüberweisung“ zu beobachten, allerdings ist der erreichte Umsatzanteil mit 5,8 Prozent noch deutlich geringer als bei Paypal.

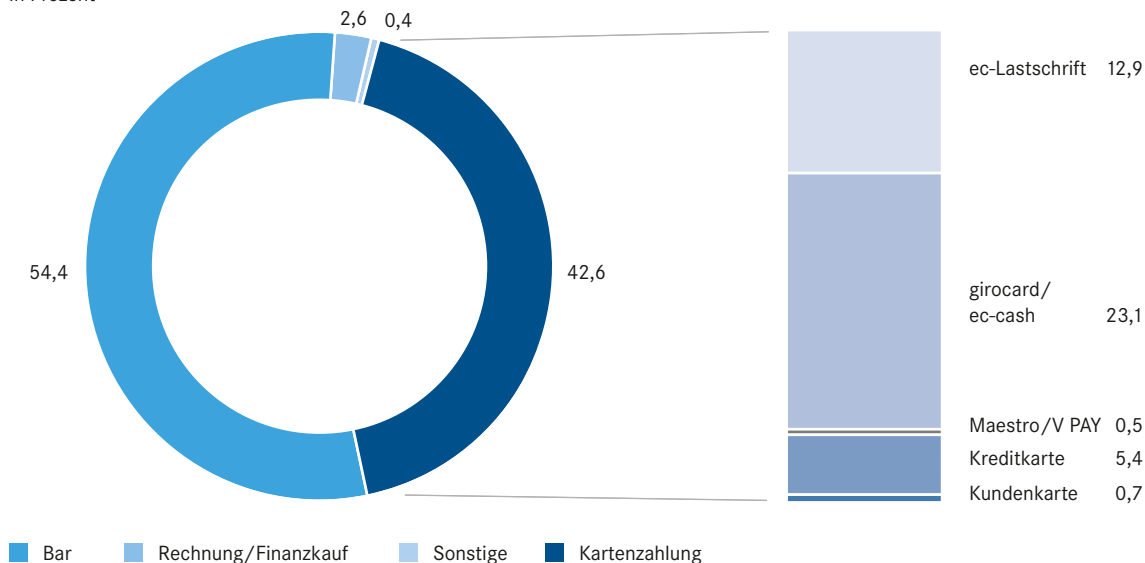
Es wird spannend sein zu beobachten, wie die genannten Online-Bezahlsysteme auf die von der EZB geforderte „starke“ Authentifizierung reagieren (können). Hiermit soll für mehr Sicherheit bei Internet-Transaktionen gesorgt werden. Im Kern geht es darum, den Identifikationsprozess des Kunden künftig über zwei Kanäle laufen zu lassen, wie man es bereits weitgehend beim Online-Banking praktiziert. Viele befürchten allerdings eine Einschränkung der dem Kunden bisher gebotenen Convenience, vor allem der bewährten Express-Checkout-Lösungen.

Das EHI wird die Entwicklung weiter verfolgen und kommentieren. Der nächste „EHI Kartenkongress mit Online und Mobile Payment“ wird am 5. und 6. Mai 2015 in Bonn stattfinden.

## Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des Einzelhandels im Jahr 2013

(Abb. 8)

in Prozent



EH-Umsatz i.e.S. = 390 Mrd. €

(exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, Versandhandel, inkl. Tankstellenshopumsätze)

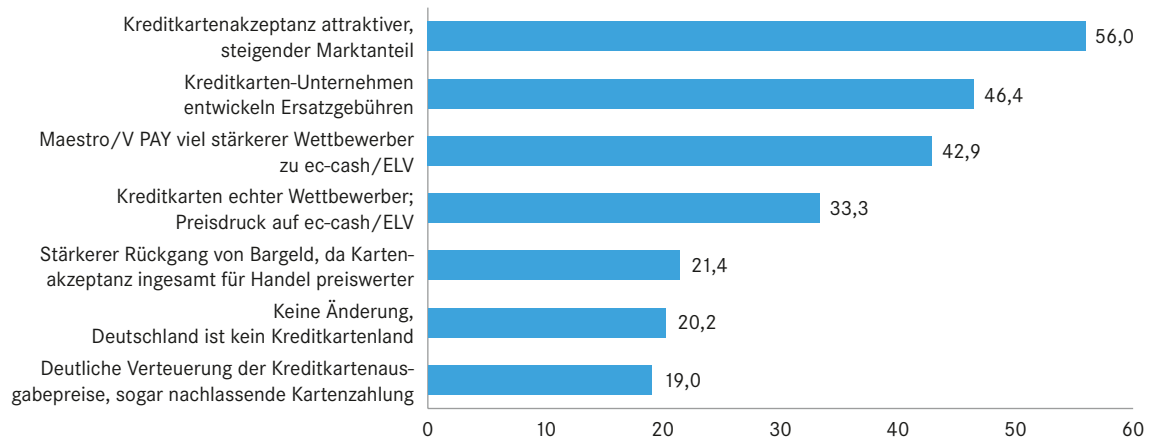
Quelle: EHI-Erhebung 2014

- Bar-Umsatzanteil sinkt weiter um 1,2 Prozentpunkte
- girocard/electronic cash wächst um 1 Prozentpunkt auf gut 90 Mrd. €. (bei von 80,2 % auf 76,6 % gesunkenem Anteil des von der DK angegebenen girocard-Umsatzes „Handel“ für den klassischen Einzelhandel)
- ec-Lastschrift mit weiterhin leichtem Wachstum (0,1 Prozentpunkte) auf 12,9 Prozent (ca. 50 Mrd. € Umsatz)
- Maestro/V PAY leicht wachsend auf 0,5 Prozent
- Kreditkarten ebenfalls leicht wachsend auf 5,4 Prozent
- Bezugsgröße weiter erhöht auf 390 Mrd. € (+ 5 Mrd. €)
- Kartenanteil mit 42,6 Prozent nun deutlich über 40-Prozent-Marke
- Kartenumsatz rund 166 Mrd. € (+ 7 Mrd. €)

## Konsequenzen der EU-InterChange-Deckelung

aus Sicht großer Einzelhandelsunternehmen (Abb. 11)

in Prozent aller Unternehmen



Basis: 84 Unternehmen (Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: EHI-Jahreserhebung 2014

- Eine Deckelung der Gebühren kann die Zahlungsmittelanteile deutlich verschieben – tendenziell zu mehr Internationalität



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH  
Spichernstraße 55, 50672 Köln  
Telefon +49 221 57993-0  
Telefax +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  
Gladbacher Straße 45  
50672 Köln

Copyright© 2014

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 ein anderes 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:

vertrieb@ehi.org  
Telefon +49 221 57993-64

ISBN: 978-3-87257-422-0

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

Bildrechte:

istockphoto.com (01: Foto-Montage; 04: Neustockimages;  
06: Marcus Clarckson; 08: GlobalStock)