

Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2013

mit Online- und
Mobile-Payment



EHI Retail Institute®

Forschung

Kongresse

Medien

Messen

Vorwort	7
Neue Zahlungssysteme: Sicherheit steht ganz oben	8
Strukturdaten der Erhebung 2013	14
Retrospektivbetrachtung der Erhebungen 1994 bis 2012	22
Anteile der Zahlungsarten im Überblick	26
Die Entwicklung des Girocard-Systems der Deutschen Kreditwirtschaft	38
Die Entwicklung von Maestro und V PAY	48
Die Entwicklung des Ec-Lastschriftverfahrens	52
Aktuelle technische Infrastruktur und Technologieinnovationen	68
Die Entwicklung der Kreditkartenakzeptanz	80
Der Einsatz von Kundenkarten im Einzelhandel	94
Der Einsatz von Zahlungsarten im Online-Geschäft der Multi-Channel-Retailer	102
Zusammenfassende Kommentare und nächste Schritte	108
Abbildungsverzeichnis	110
Impressum	115

Liebe Leserinnen und Leser,

im Jahr 2012 hat der kartengestützte Umsatz im Einzelhandel erstmals einen Anteil von mehr als 40 Prozent erreicht, und der Trend zum bargeldlosen Bezahlen ist ungebrochen. Mit der Einführung neuer Technologien wie dem kontaktlosen und mobilen Bezahlen werden sich die Anforderungen kontinuierlich verändern, wobei es aus heutiger Sicht wahrscheinlich ist, dass die Bedeutung der Karte als Trägermedium allmählich abnehmen wird. Durch die neuen Zahlungssysteme bieten sich für den Einzelhandel aber auch Chancen, besonders technologieaffine Zielgruppen noch besser als bisher zu erreichen.

Das EHI Retail Institute gestaltet seit fast 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 120 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 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 sowie den zahlreichen mittelständischen Handelsunternehmen, die mit ihren Angaben eine besonders gute Einschätzung des Themas an der Handelsbasis ermöglichen.

Köln, im Mai 2013



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



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

Neue Zahlungssysteme: Sicherheit steht ganz oben

Die Ergebnisse der aktuellen EHI-Studie zum Bezahlverhalten im Einzelhandel liegen vor: Erstmals hat der kartengestützte Umsatzanteil die 40-Prozent-Schwelle überschritten. 70 Prozent der großen Händler planen Investitionen. Rund zwei Drittel favorisiert die NFC-Technologie, knapp ein Drittel bevorzugt QR-Lösungen für das Mobile-Payment.

Mit einem erfassten Umsatz von 212,8 Mrd. Euro repräsentiert das Handelspanel aus jetzt 572 Unternehmen im Rahmen der EHI-Studie „Zahlungssysteme im Einzelhandel“ mittlerweile 55,3 Prozent des Einzelhandelsumsatzes im engeren Sinne und ist in seiner Aussagekraft einzigartig.

Der Anteil des kartengestützten Umsatzes ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,6 Prozentpunkte auf 41,3 Prozent gestiegen. Bei einer leicht erhöhten Bezugsgröße von 385 Mrd. Euro konnte ein Kartenumsatz von 159 Mrd. Euro errechnet werden – acht Mrd. Euro mehr als im Vorjahr. Wachstumsmotor mit einem Zuwachs

von allein 1,4 Prozentpunkten war auch im Jahr 2012 das Girocard-/Electronic-Cash-Verfahren der Deutschen Kreditwirtschaft, das seinen Anteil auf 22,1 Prozent am Gesamtumsatz ausbauen konnte.

Kehrseite der Medaille für den Einzelhandel: Die Gebühreneinnahmen der Kreditwirtschaft sind auf 291,8 Mio. Euro p. a. gestiegen. Rückvergütungsmodelle oder Sonderkonditionen, die seit einiger Zeit offiziell möglich sind, konnten bislang nur von sehr wenigen, insbesondere großen Konzernunternehmen mit den Verbänden der Kreditwirtschaft vereinbart werden. Grund genug für das Bundeskartellamt, jüngst das Ergebnis der gewünschten Liberalisierung in Frage zu stellen und die Banken und Sparkassen zur Nachbesserung aufzufordern.

0,2 Prozentpunkte Zuwachs gab es für das Ec-Lastschriftverfahren – vielleicht die eigentliche Überraschung der Studienergebnisse. Der Anteil liegt nun bei 12,8 Prozent, obwohl das Ende des Verfahrens schon vor einigen Jahren

10 ■ Management Summary

angemahnt worden ist. Zwischenzeitlich wurde durch das Anfang April verabschiedete SEPA-Begleitgesetz der Bestand des ELV bis mindestens Februar 2016 gesichert, und sowohl der Handelsverband Deutschland als auch die Lastschrift-Netzbetreiber sehen die Chancen für eine Umstellung auf die Verarbeitung nach SEPA-Regeln über den Kartenchip für die Zeit danach jetzt wesentlich optimistischer als noch vor Jahresfrist.

Für das Verfahren spricht auch die weiter verbesserte Sicherheit. Die Lastschrift-Totalausfälle sind mit 0,42 Promille auf den bislang niedrigsten Stand gesunken, auch wenn die vorläufigen Ausfälle weitaus höher liegen und mit 0,263 Prozent aufgrund des hohen Bearbeitungsaufwandes nach wie vor unbefriedigend sind. Zu einer Reduzierung der Kriminalität verhalf das vom EHI verwaltete Sperrsystem KUNO der Polizei, über das im letzten Jahr mehr als 142.000 Meldungen über gestohlene oder verlorene Karten an den Handel weitergegeben wurden. EC-Karte plus Unterschrift und das Thema Sicherheit sind also kein Widerspruch.

ELV bleibt unverzichtbar

Knapp 81 Prozent der großen Handelsunternehmen kombinieren jetzt das PIN-basierte

Girocard-/Electronic-Cash-Verfahren mit dem unterschriebenen ELV – ein deutlicher Anstieg gegenüber dem Vorjahr, der die Bedeutung des EC-Lastschriftverfahrens als unerlässlicher Wettbewerbsfaktor unterstreicht. Seit Februar 2013 dürfen Händler, die Girocard/Electronic Cash akzeptieren, im Rahmen der Autorisierung nicht mehr auf den Magnetstreifen der Karte zurückgreifen. Die Handelsunternehmen melden allerdings Fehler beim Lesen des Chips in durchschnittlich zwei Prozent aller Transaktionen mit der Konsequenz, dass Kunden an den Kassen um alternative Karten oder Bargeld gebeten werden müssen. Da dies zu einem erheblichen Erklärungsnotstand an den Kassen führt, setzen viele Händler auf das ELV zumindest als Backup-Lösung. Es ist allerdings zu befürchten, dass es künftig auch beim Auslesen des Magnetstreifens vermehrt zu Problemen kommen wird, da eine „Auffrischung“ des Magnetstreifens in kreditwirtschaftlichen Prozessen im Rahmen einer Girocard-/Electronic-Cash- oder auch einer Geldausgabeautomaten-Transaktion unterbleibt. Hier besteht dringender Handlungsbedarf.

Mit einem Anteil von 5,3 Prozent verzeichnen Kreditkarten einen deutlich niedrigeren Umsatz als die Debitkarten, dies aber auf stabilem

Niveau. Angesichts weitgehend unveränderter weil größtenteils ausgereizter Disagio-Sätze bei gleichzeitig unverändert hohen Interchange-Sätzen der Kartengesellschaften werden Debitkarten eindeutig präferiert. Nach Berechnungen des EHI wird beim Einkauf in neun von zehn Fällen die EC-Karte gezückt und nur einmal die Kreditkarte. Deutschland bleibt also ein Debitkarten-Land.

Mit den Marken Maestro und V Pay haben sich die beiden größten Kreditkartengesellschaften auf diese Situation eingestellt. Zwar ist deren Anteil mit 0,4 Prozent noch gering, wird sich aber in den nächsten Jahren voraussichtlich weiter erhöhen. Auf Kundenkarten mit Zahlungsfunktion entfallen nach wie vor 0,7 Prozent des Umsatzes. Unter Berücksichtigung eines verbleibenden unbaren Anteils von 3,1 Prozent, der auf Rechnungen, Finanzkäufe und Sonstiges entfällt, beträgt der Bargeldanteil noch 55,6 Prozent. Seit der ersten systematischen Bestandsaufnahme des EHI für das Jahr 1994 ist er damit um 23,1 Prozentpunkte gesunken.

So gut wie nicht erschlossen ist nach wie vor das Feld der Klein- und Kleinstbetragszahlungen, auf das man sich erst seit vergleichsweise kurzer Zeit mit der Thematik des kontaktlosen Bezahlers vorwagt. Ob Girogo (Deutsche Kre-

ditwirtschaft), PayPass (MasterCard) oder Pay-Wave (Visa) – Anbieter gibt es momentan schon mehrere.

Jeder fünfte große Händler des EHI-Panels bietet den Kunden bereits kontaktloses Bezahlen in einer oder mehreren der genannten Varianten, allerdings bei derzeit noch verschwindend geringen Nutzungsraten. Die Kartenbasis und die Aufklärung der Konsumenten muss daher zügig weiter verbessert werden. Nur ein Drittel der großen Händler will vorerst auf eine Einführung des kontaktlosen Bezahlers verzichten.

NFC-Technologie im Aufwind

22,5 Prozent der befragten Handelsunternehmen nutzen bereits die NFC-Technologie, weitere 45,1 Prozent planen den Einsatz, wobei neun von zehn Unternehmen die terminalintegrierte Variante gegenüber einer Lösung mit zusätzlicher Schale vorziehen. 23,9 Prozent der großen Unternehmen haben bereits QR-Code-fähige Scanner, 29,6 Prozent der Unternehmen planen darüber hinaus deren Einsatz. Für das mobile Bezahlen wird vor diesem Investitionshintergrund die NFC-Technologie klar favorisiert, mit deutlichem Abstand gefolgt von App- und QR-basierten Lösungen. Konnektive



12 ■ Management Summary

Lösungen mit Aufsteckmodulen für Mobilgeräte spielen bei diesen Überlegungen so gut wie keine Rolle.

Zum Investitionsverhalten ist ein insgesamt sehr positives Fazit zu ziehen: 28,4 Prozent aller großen Handelsunternehmen werden noch in diesem Jahr investieren, vor allem in NFC-Technologie und damit verbunden in neue Zahlungsverkehrsterminals. 35,8 Prozent wollen innerhalb der nächsten zwei Jahren und weitere 6,2 Prozent ab 2016 nachziehen. Der Mittelstand dagegen ist wesentlich zurückhaltender. Hier werden zwei Drittel der Unternehmen vorerst keine Investitionen vornehmen.

Bei den Anforderungen an mobile Bezahlungssysteme räumen die Händler mit deutlichem Abstand dem Thema „Sicherheit“ die höchste Priorität ein. Die Themen „Kosten“ sowie „Geschwindigkeit“ sind hingegen nur von mittlerer Gewichtung, während der „Investitionsschutz“ – vermutlich zum Entsetzen mancher IT-Abteilung – als die am wenigsten wichtige Säule erfolgreicher Zahlungssysteme angesehen wird. Da auch in Konsumentenbefragungen die Sicherheit stets an erster Stelle genannt

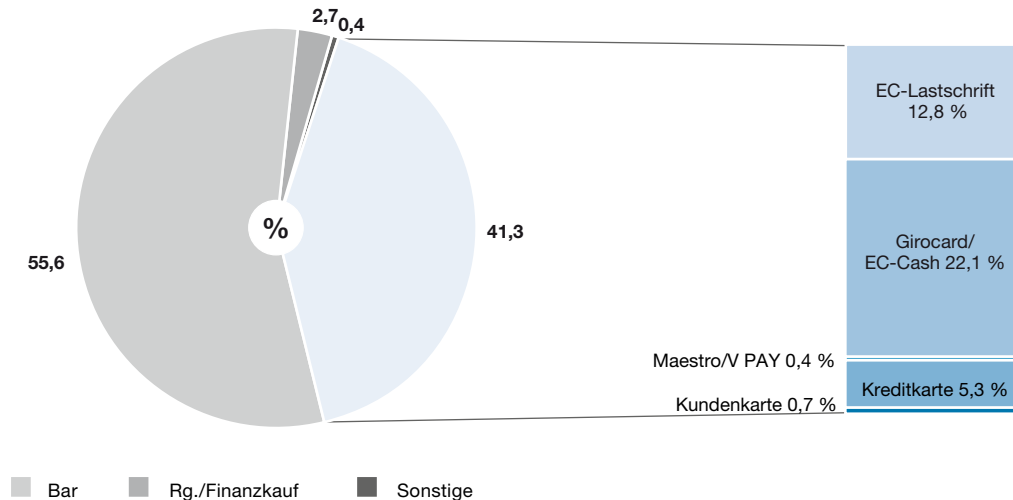
wurde, dürfte klar sein, dass dieser wichtige Punkt das K.-o.-Kriterium Nummer eins für alle Entwickler sein muss. Nur wenn das dauerhafte Vertrauen in die Sicherheit neuer Zahlungsverfahren erreicht werden kann, wird mobiles Bezahlen erfolgreich sein.

Erstmals wurden die Händler im Rahmen der Studie auch nach der Ausgabe und Akzeptanz von Gutscheinkarten (Gift Cards) befragt. Das Ergebnis unterstreicht die große Bedeutung dieses Themas: 91,2 Prozent der großen und 57,7 Prozent der mittelständischen Unternehmen verarbeiten Gutscheinkarten. Interessant ist, dass jedes dritte große Unternehmen nicht nur eigene, sondern auch fremde Gutscheinkarten ausgibt und jedes vierte Unternehmen diese Fremdkarten sogar akzeptiert. Jedes sechste Unternehmen lässt eigene Gutscheinkarten durch Dritte vermarkten oder verkaufen.

Die Ergebnisse der Studie wurden am 23./24. April 2013 im Rahmen des EHI-Kartenkongresses im ehemaligen Deutschen Bundestag in Bonn vor 650 Teilnehmern präsentiert.

28 ■ Anteile der Zahlungsarten im Überblick

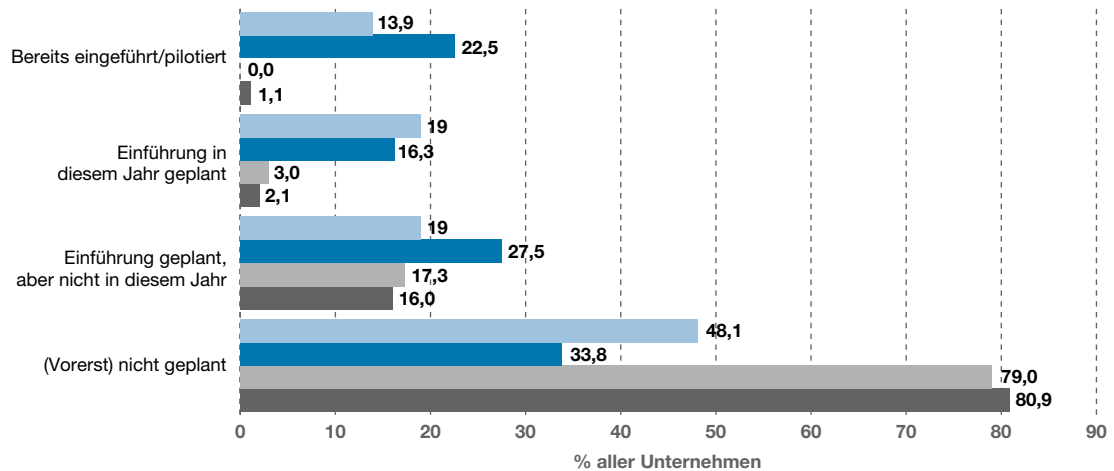
Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des Einzelhandels i. e. S. in Deutschland 2012 (Abb. 7)



Quelle: EHI-Erhebung 2013; EH-Umsatz i. e. S. = **385 Mrd. €**
(exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, Versandhandel, inkl. Tankstellenshopumsätze)

- Bar-Umsatzanteil sinkt weiter um 1,6 Prozentpunkte!
- Girocard/Electronic Cash wächst um ca. 1,4 Prozentpunkte auf ca. 85,2 Mrd. €. (bei konstanten 80,2-Prozent-Anteil des von der DK angegebenen Girocard-Umsatzes „Handel“ für den klassischen Einzelhandel)
- Ec-Lastschrift mit weiterhin leichtem Wachstum (0,2 Prozentpunkte) auf 12,8 Prozent
- Maestro/V PAY leicht wachsend, aber noch bei 0,4 Prozent
- Kreditkarten ebenfalls leicht wachsend, aber noch bei 5,3 Prozent
- Bezugsgröße weiter erhöht auf 385 Mrd. € (+ 5 Mrd. €)
- Kartenanteil mit 41,3 Prozent erstmals über der 40-Prozent-Marke
- Kartenumsatz rund 159 Mrd. € (+ 8 Mrd. €)

Einführung des kontaktlosen Bezahls im Einzelhandel (Abb. 33)



■ Große Händler 2012 ■ Große Händler 2013 ■ Mittelständische Händler 2012 ■ Mittelständische Händler 2013

Quelle: EHI-Jahreserhebungen 2012 und 2013; **Basis:** 80 große und 94 mittelständische Handelsunternehmen (2013)

- ▶ Große Händler nehmen das Thema an, beim Mittelstand ist aber noch viel Überzeugungsarbeit zu leisten.



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55, 50672 Köln
Telefon +49-2 21-5 79 93-0
Telefax +49-2 21-5 79 93-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autor:

Horst Rüter, rueter@ehi.org

Layout:

Nicole Råde, raede@ehi.org,
Annette Vellay, vellay@ehi.org

Druck:

cede Druck GmbH
Gladbacher Straße 45
50672 Köln

Copyright© 2013

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 +49-2 21-5 79 93-64

ISBN: 978-3-87257-405-3

Preis: 495,00 € inkl. MwSt.

Bildrechte:

istockphoto.com(01: Foto-Montage; 04–05: Neustockimages; 08–13: David Joyner; 14–21: Tomml; 38–47: Kameleon007; 52–67: slobos; 80–93: Marcus Clarkson; 94–101: Ruslan Kerimov; 102–107: MorePixels), fotolia.de(22–25: AKhodi; 26–37: LaCatrina; 48–51: Design_5D; 108–109: Sergey Nivens), 68–79: Mastercard/PayPass