

# Förderprojekt „Erfolgreich handeln“ des bayerischen Wirtschaftsministeriums



Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kund:innenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, hilft Ihnen dabei!

Von Januar 2023 bis Ende 2024 läuft das Projekt.

Vielleicht kennen Sie uns schon: Wir knüpfen an die Arbeit der Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“ an.

Webseite: [www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)

The screenshot shows the homepage of the 'Erfolgreich handeln' project website. At the top, there are navigation options for 'Gebärdensprache', 'Leichte Sprache', and 'Seite vorlesen'. The header includes the Bavarian State Ministry logo and a search bar. The main content area features the title 'Erfolgreich handeln' and a 'Wichtige Links' section with links to 'Kontakt', 'Veranstaltungen', and 'Mediathek'. Below this is the 'Über das Projekt' section, which discusses the challenges of the retail sector and the project's goal to support retailers. A 'Finden Sie Ihr Bildungsangebot' button is visible. The 'Kommende Veranstaltungen' section lists two events: 'Energiesparen im Handel' on January 10, 2023, and 'Google Unternehmensprofil: Schritt für Schritt zum eigenen Profil' on January 17, 2023. Both events are online and include a 'Termin speichern' (save date) button.



# Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

## Unsere Formate



Webseite &  
Newsletter



Workshops



Webinare



Mediathek |  
Webinar-  
aufzeichnungen

## Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

**ibi**

# Kontaktloses Bezahlen der Ladenkasse

## **Debitkarten wie die girocard oder eine (reine) Bankkarte:**

- Zahlungskarten mit sofortiger/zeitnaher Belastung des Kontos/Guthabens
- Neben der Bankkundenkarte bzw. der girocard auch immer mehr durch die Kreditkartenorganisationen (z. B. Debit Mastercard, Visa Debit)

## **(„echte“) Kreditkarten:**

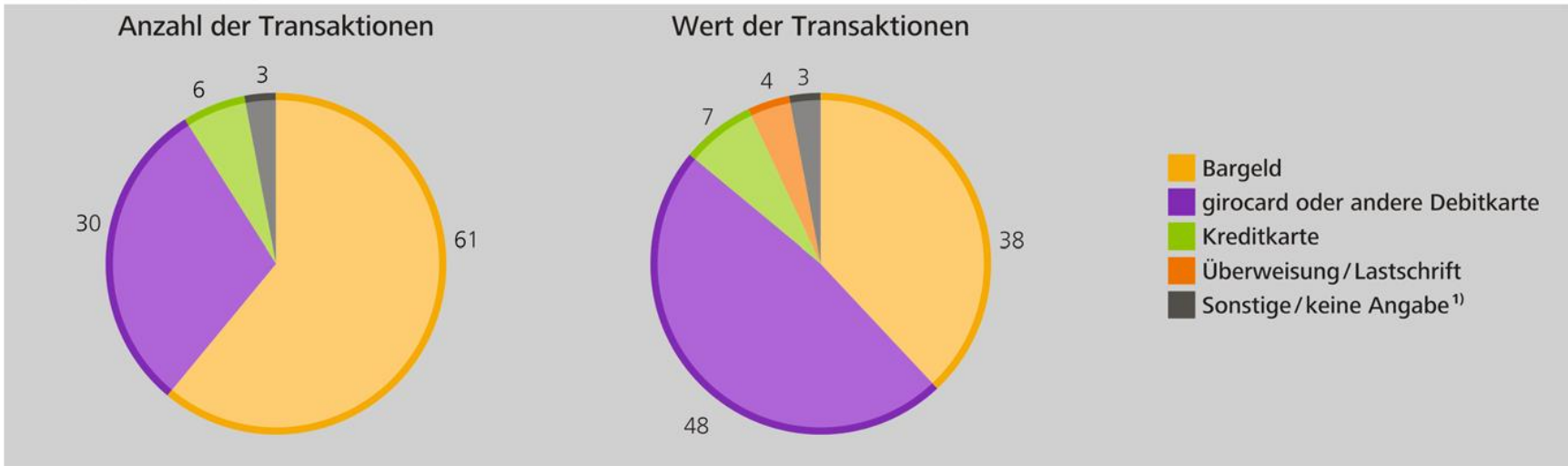
- Keine sofortige Belastung des Girokontos
- Zahlungsstundung von max. 4 Wochen nach dem Bezahlvorgang, darauffolgender Kredit (Revolving Credit), wenn kein aktiver Ausgleich durch den Kunden

## **(„unechte“) Kreditkarten – häufigste „Kreditkarte“ in Deutschland:**

- Zahlungsstundung von max. 4 Wochen nach dem Bezahlvorgang
- Automatische Abbuchung des Betrages nach diesem Zeitraum in der Regel vom Girokonto des Kunden

## Verwendung von Zahlungsinstrumenten an der Ladenkasse<sup>\*)</sup>

in %, gemäß Zahlungstagebuch



\* Basis: alle Transaktionen am POS=Supermarkt/Discounter, lokales Geschäft, Tankstelle und Apotheke (n=8 698). <sup>1</sup> Inkl. Kunden-/Mensa-/ Stadionkarte, Bezahlen mit Smartphone.

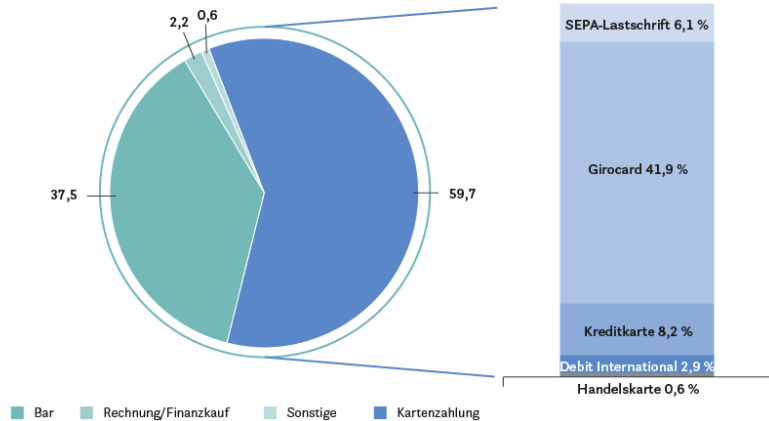
Deutsche Bundesbank

SV(SZV)0070\_PR.Chart

# Transaktionsanteile der Zahlungsarten im deutschen Einzelhandel

## Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Einzelhandels im Jahr 2022

in Prozent

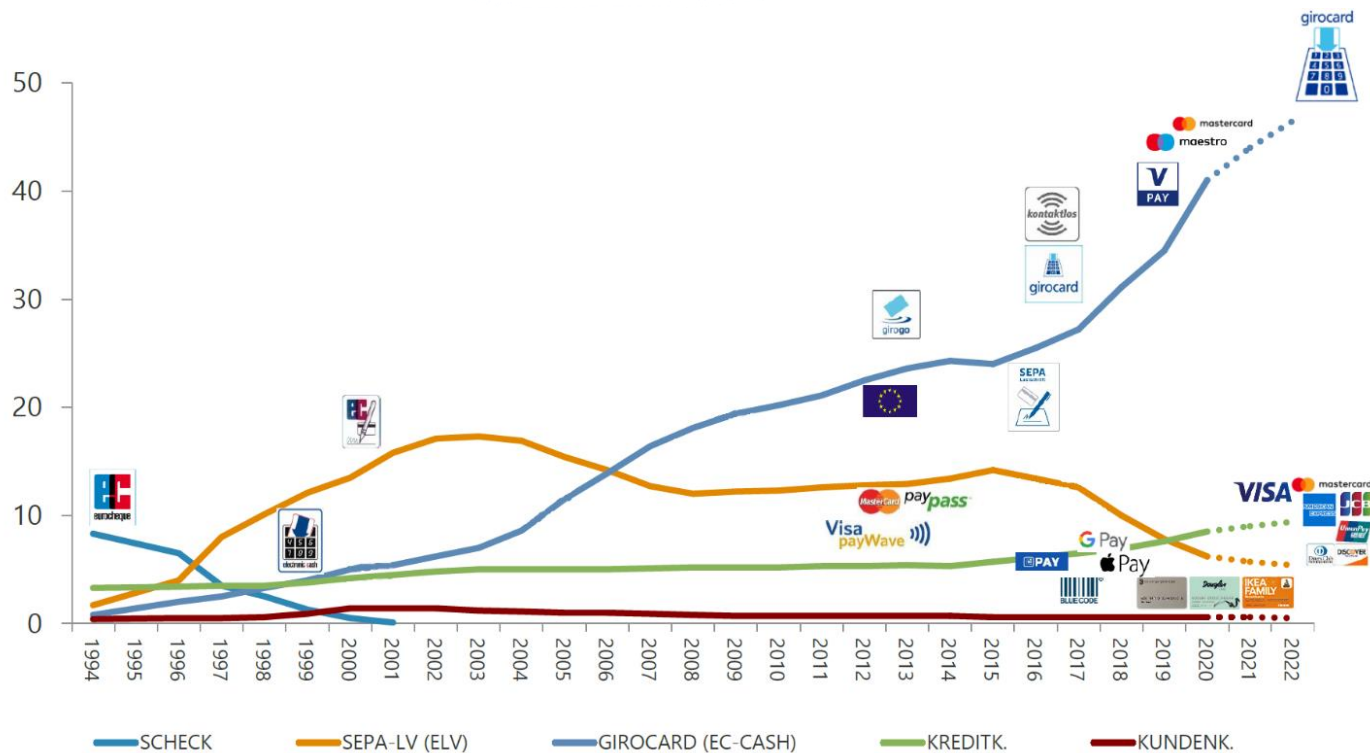


EHI-Erhebung 2023; stationärer EH-Umsatz i. e. S. = 465 Mrd. €  
(exkl. Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellen-Shopumsätze)

Quelle: EHI-Studie Zahlungssysteme im Einzelhandel 2023

- Bargeld wird nur noch für 37,5 % der Umsätze verwendet.
- Kartenzahlungen: Girocard liegt vorne
- Debitkarten internationaler Anbieter: Sprung von 0,9 % auf 2,9 %
- Durchschnittlich 215 stationäre Einkäufe pro Person und Jahr
- Mobil legt zu: 71 % der Kartenzahlungen sind kontaktlos, 23 % kontaktbehaftet, der Rest über Smartphone o.ä.

# Entwicklung der Anteile der Zahlungsarten in Deutschland (in Prozent vom Umsatz 1994-2022)



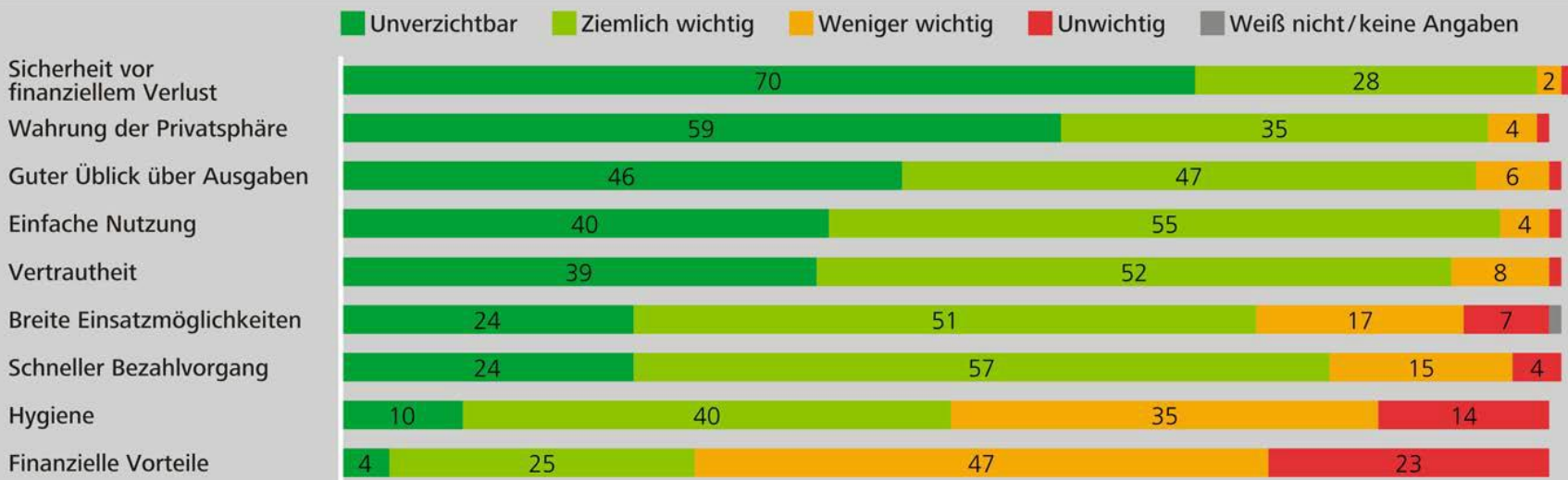
Quellen: EHI 2021 (angepasst): Payment-Entwicklungen aus Sicht der Handelsforschung (5. Mai 2021, Horst Rüter)



# Was ist den Kunden wichtig?

## Beurteilung der Eigenschaften von Zahlungsmitteln

in %, gemäß Selbstauskunft



Basis: Hälfte der Befragten (n=2 485). Frage: Wie wichtig ist/sind Ihnen bei einem Zahlungsmittel ...? Differenzen zu 100 durch Auf- bzw. Abrunden.

Deutsche Bundesbank

SV(SZV)0075\_PR.Chart



# Insbesondere bei jungen Kunden ist die Nutzung von Bargeld stark rückläufig

Wie entwickelt sich die Benutzung von Bezahlmethoden mit Kontakt / ohne Kontakt?  
Differenz („Mehr“ - „Weniger“) in Prozentpunkten

	Gesamt	18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Bargeld	-15	-26	-13	-13	-13	-14
Girocard (ehemals EC-Karte) durch Stecken der Karte in das Kassen-Terminal	-1	+6	-4	-5	-1	-2
Girocard (ehemals EC-Karte) <b>kontaktlos</b> durch Auflegen auf das Kassen-Terminal	+9	+14	+13	+7	+8	+8
Kreditkarte durch Stecken der Karte in das Kassen-Terminal	+1	+4	+1	+2	-1	-
Kreditkarte <b>kontaktlos</b> durch Auflegen auf das Kassen-Terminal	+4	+1	+4	+4	+6	+5
Smartphone	+1	-	-1	+4	+1	+2
Smartwatch	-	+1	-	+1	-	-

n 18 bis 29 Jahre: 163  
= 30 bis 39 Jahre: 171  
40 bis 49 Jahre: 208

50 bis 59 Jahre: 222  
60 Jahre und älter: 250

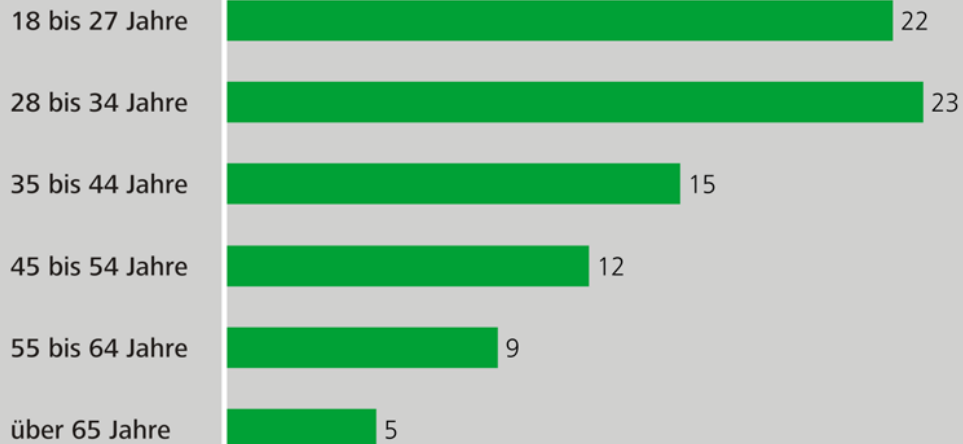
Quelle: ibi research 2022

# Die Zahlung per Smartphone kommt – generationenübergreifend

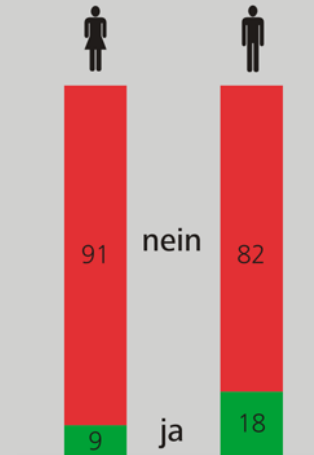
## Nutzung von Mobile Payment an der Ladenkasse

in %, gemäß Selbstauskunft

nach Alter



nach Geschlecht

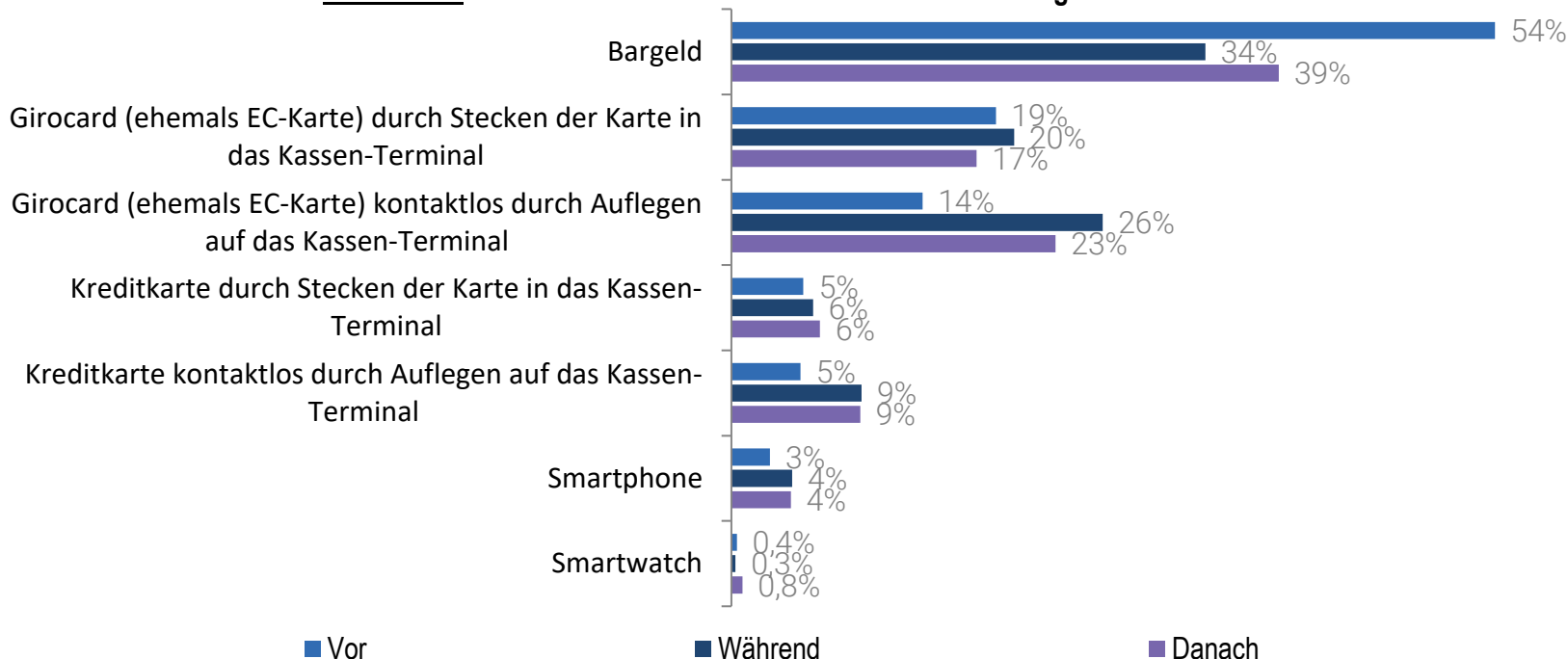


Basis: Smartphonebesitzer (n=4 243). Frage: Haben Sie damit schon einmal an der Kasse bezahlt?  
Deutsche Bundesbank

SV(SZV)0058A\_PR.Chart

# Kontaktlose Zahlungen: Gekommen, um zu bleiben

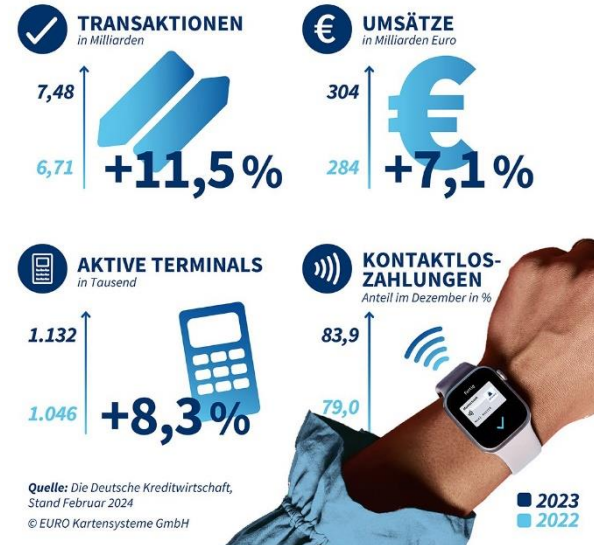
Wie haben Sie vor und während der Corona-Pandemie am häufigsten in stationären Geschäften bezahlt und mit welcher Bezahlmethode werden Sie nach Ende der Corona-Pandemie voraussichtlich am häufigsten bezahlen?



# Das kontaktlose Bezahlen hat stark zugenommen

- 1. Halbjahr 2019:  
25 Prozent aller girocard-Zahlungen
- 1. Halbjahr 2020:  
46 Prozent aller girocard-Zahlungen
- 1. Halbjahr 2021:  
64 Prozent aller girocard-Zahlungen
- Ende 2022:  
79 Prozent aller girocard-Zahlungen
- Ende 2023:  
84 Prozent aller girocard-Zahlungen

## GIROCARD Jahreszahlen 2023



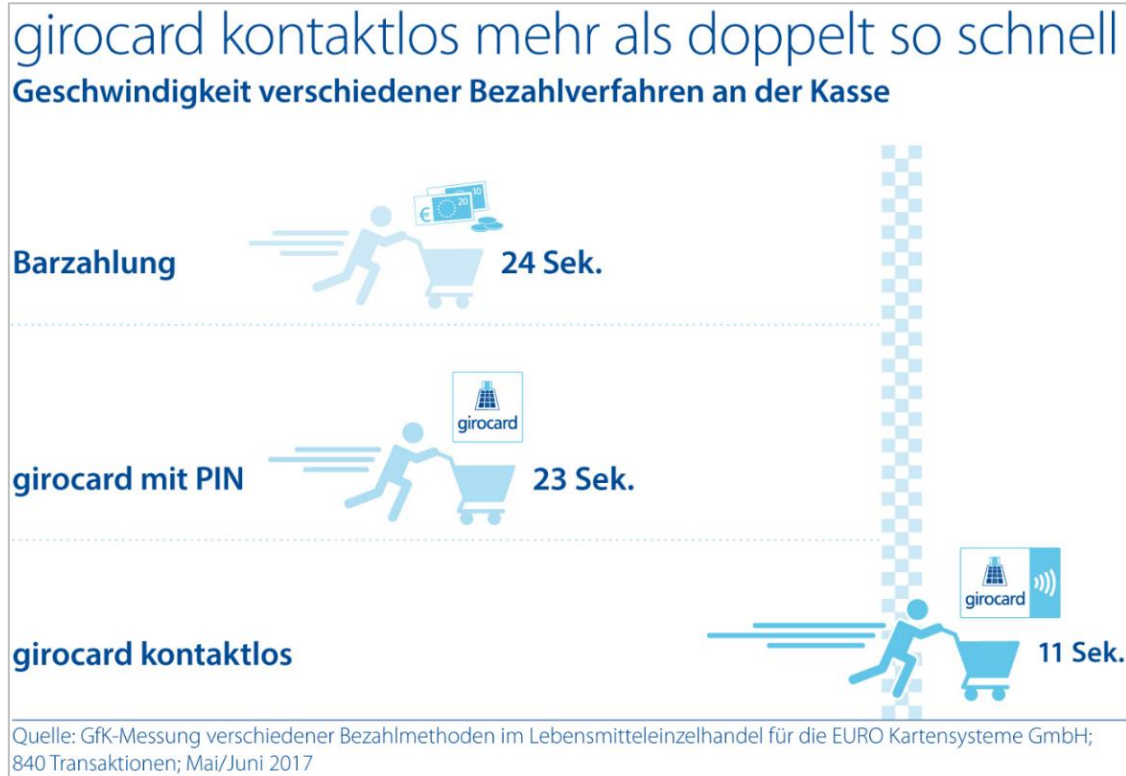
# girocard verzeichnet in den letzten Jahren ein enorm starkes Wachstum



- Transaktionen 2022: Anstieg um 13,4 % auf 6,7 Milliarden Transaktionen (2021: 5,9 Mrd.; 2020: 5,5 Mrd.; 2019: 4,5 Mrd.)
- Umsatz 2022: Anstieg um 12,2 % auf 284 Milliarden Euro (2021: 253 Mrd. Euro; 2020: 236 Mrd. Euro; 2019: 211 Mrd. Euro)
- Kontaktlos-Zahlungen haben weiter stark an Fahrt gewonnen:
  - 2022: Anstieg auf 79,0 % aller girocard-Bezahlvorgänge (2019: 26,6 %)
  - Anzahl aktive Terminals 2022: Anstieg um 7,5 % auf 1.046.000 (2019: 871.000)
  - 2021: Durchschnittsböhen über alle girocard-Transaktionen 42,88 €

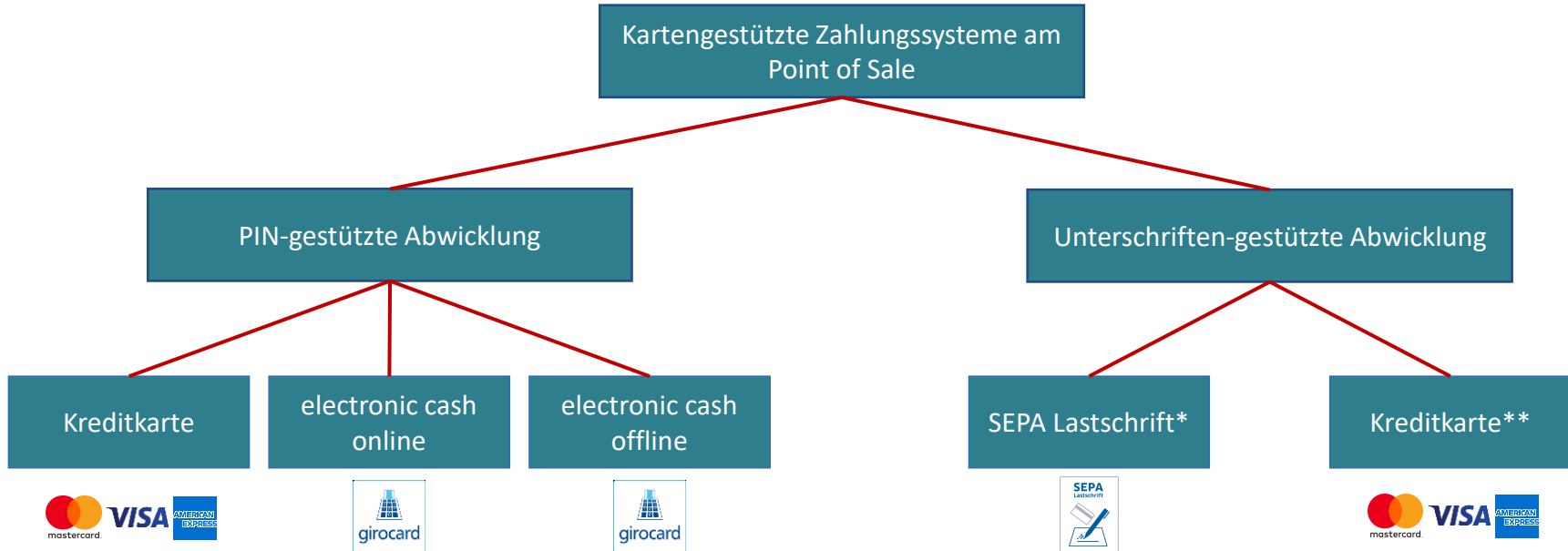


# Barzahlen vs. girocard PIN vs. girocard kontaktlos: Vergleich der Bezahldauer





# Bargeldloses Bezahlen: Welche Möglichkeiten gibt es?



Bildquellen: Amex - Von Pentagram Studio - [www.americanexpress.com/](http://www.americanexpress.com/), Gemeinfrei, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=68263135>; girocard - [www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek](http://www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek); Mastercard - Von Mastercard Inc. and Pentagram Design - [https://brand.mastercard.com/content/dam/mcom/brandcenter/assets/mc\\_brandmark\\_guidelines\\_v8,1.pdf](https://brand.mastercard.com/content/dam/mcom/brandcenter/assets/mc_brandmark_guidelines_v8,1.pdf), Gemeinfrei, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=50610485>; SEPA Lastschrift - <https://einzelhandel.de/sepa-lastschrift-logo>; Visa - Von Unknown(Vector graphics image by Fma12) Diese W3C-unbestimmte Vektorgrafik wurde mit CorelDRAW erstellt. - Brand New website, Gemeinfrei, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=30703920>; Symbol kontaktloses Bezahlen: Von EMVCo - [emvco.com](http://emvco.com), Gemeinfrei, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=59153583>

\*) Wird von der Kreditwirtschaft offiziell nicht gestützt, häufig auch als ELV bezeichnet (Elektronisches Lastschriftverfahren. \*\*) Wird sukzessive durch PIN-Verfahren ersetzt.

# Zahlungsverfahren-Dschungel: „Kartendurchblick“ nicht vorhanden ...



# Die relevanten bargeldlosen Verfahren in Deutschland

Klassische Bankkarte



rund 80 %

Klassische Kreditkarte

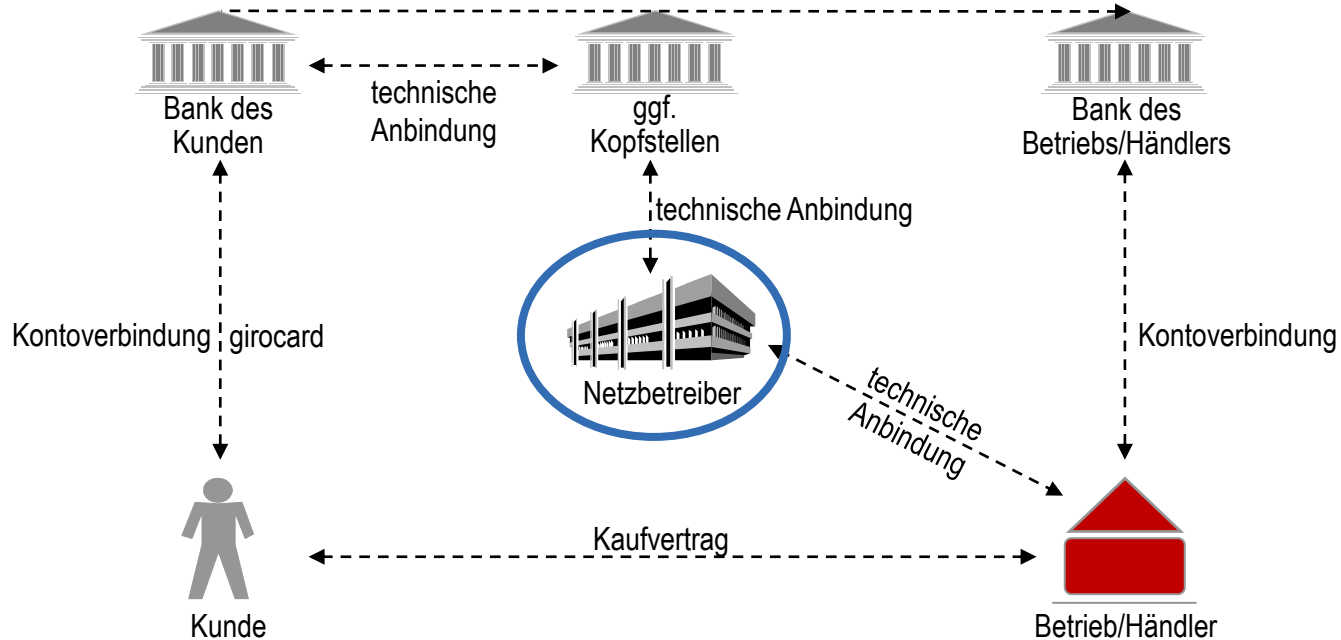


rund 20 %

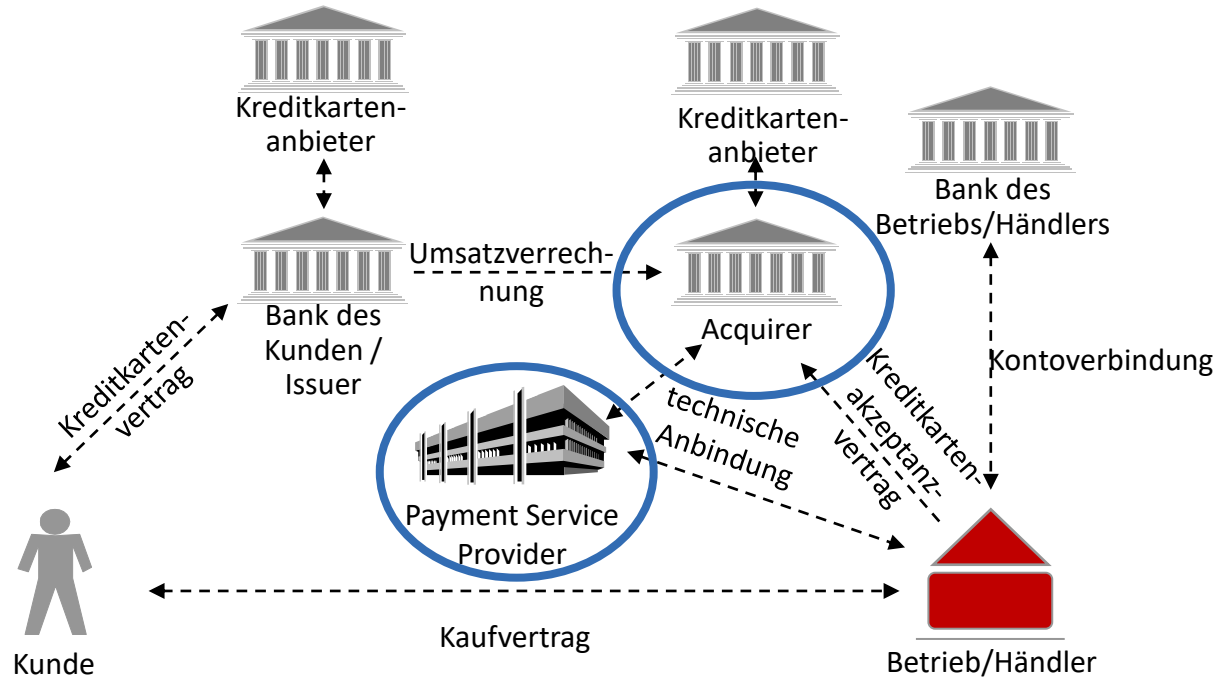


Kontaktloses Bezahlen

# Beteiligte Akteure, Kooperationsbeziehungen und Rahmenbedingungen bei der girocard



# Exkurs: Beteiligte Akteure, Kooperationsbeziehungen und Rahmenbedingungen bei Kreditkarten



## Problemlöser: 6,7 Mrd. mal im Jahr (2022)

- Kundenorientierung offensichtlich (100 Mio. Karten, 1 Mio. Terminals im zweiseitigen Markt)
- Kritik der Marktbegleiter und sonstigen Insider zeigt Bedeutung der girocard im Markt

## „Friendly Scheme“: Systembetreiber mit Transparenz, Konsultationsprozessen und Gesprächsbereitschaft

- Interesse an Nutzeranforderung (Konsultation vs. „Bulletins“)

## Vermittler an Bord: Potente Netzbetreiber

- Intermediäre mit Interessenausgleich zwischen Scheme und Akzeptanz

## „Schiedsrichter“ Kartellamt mit Aufsichtsfunktion

- Verhandlungsoption, Gebührendeckelung, ELV-Sicherung

→ Eingeführtes Produkt mit E-Commerce-Potential





# Co-Badging: Maestro, V-Pay und Co.

Problem der Banken:

- girocard rein deutsches System, dort Marktführer
- Für Einsatz der Karte im Ausland ist das girocard-System nicht vorgesehen.
- Ebenso: Für den Einsatz im E-Commerce ist das girocard-System nicht vorgesehen.

Lösung:

- „Co-Badge“, also Kombination des girocard-Systems mit zweitem System
- In der Praxis meist Kombination mit Maestro (Debitkartensystem von Mastercard) oder V-Pay (von VISA).



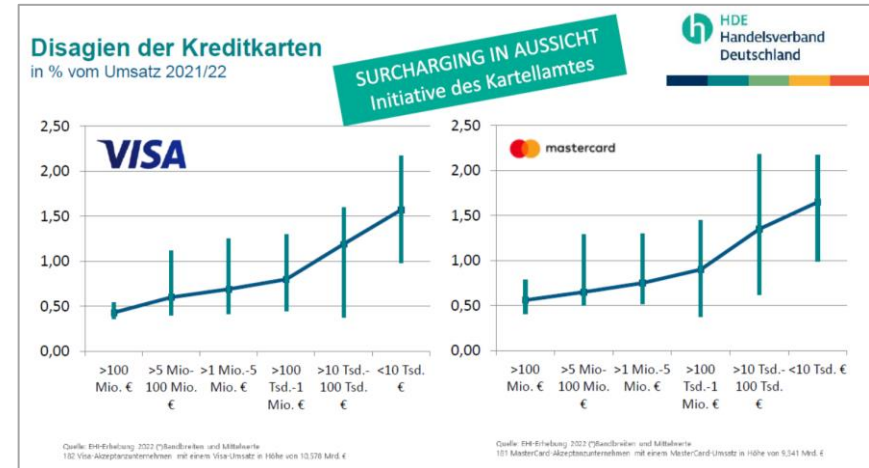
# Das Ende von Maestro = das Ende der girocard? Nein!

- Keine neuen Karten mit Maestro ab Juli 2023
  - Ab ca. 2027 keine Maestro-Karten in Umlauf
  - Es wird spekuliert, dass VISA V-Pay ebenfalls einstellen könnte, bislang aber keine Ankündigung
  - DKB und andere bereits ohne girocard → folgen weitere Banken?
  - Sparkassen und Genossenschaftsbanken haben sich auf Weiterführung Co-Badge geeinigt
- Keine Gefahr für girocard absehbar, allenfalls einige Privatbanken fraglich
- Für Händler derzeit keine Änderungen.
- Aber Vorsicht bei verändertem Kundenverhalten: „neue“ Debitkarten sind teurer als Zahlungen mit girocard



# Tipps für Händler zur Kartenakzeptanz am POS

- Vergleich der Angebote (Checkliste des HDE unter <https://einzelhandel.de/12750>)
- Netzbetreiberverträge kurzfristig halten (empfohlen: 12 Monate)
- ELV abgesichert/Mischverfahren anfragen (digitale Mandatsverwaltung möglich)
- Kreditkartenakzeptanz verhandeln (Angebote für kleine Unternehmen auch unter 1% möglich)



# Bundesbankstudie 2019 zu den Kosten der Bezahlverfahren für Händler



	Zeitdauer	Kosten Umsatz	Kosten Transaktion
<b>Bargeld:</b>	22,3 Sekunden	1,8 %	0,24 €
<b>girocard (mit PIN):</b>	29,4 Sekunden	0,7 %	0,33 €
<b>Kreditkarte (mit PIN):</b>	29,4 Sekunden	1,7 %	0,97 €
<b>Karte mit Unterschrift:</b>	38,6 Sekunden	1,8 %	1,04 €

**Wichtig:** Vor allem die **Kassierzeiten** haben in dieser Studie einen starken Einfluss auf die errechneten Kosten!

## Und jetzt? Was stimmt? Was fehlt?

Erhebung war Mai – Nov. 2017 → wenig kontaktlose Karten im Markt bzw. kontaktlose Karten-/Handy-Zahlungen wurden gar nicht betrachtet → der damit verbundene Zeitvorteil wurde nicht berücksichtigt

## FAZIT

→ Der Geschwindigkeitsgewinn bei kontaktlosen Zahlungen ohne PIN ist enorm (~50 % Ersparnis) und das kontaktlose Bezahlen boomt, somit dürften die kontaktlosen Zahlungen ohne PIN sehr gut dastehen!

→ Der Handel wird letztlich immer das anbieten (müssen), was Kunden verlangen

→ Kunden werden dort einkaufen, wo sie mit dem Bezahlen können, mit dem sie wollen!



Ein ehrlicher Kostenvergleich ist nötig!  
Bargeld ist nicht kostenlos!

Beispiele:

- Vier-Augen-Prinzip
- Falschgeld
- Rollen-Besorgung und -Entsorgung
- Zählaufwände
- Kassierzeiten
- ...

# Was ist ein Payment Service Provider?



## **PSP im engen Sinn:**

- Ein Payment Service Provider (PSP) ist ein Unternehmen, das Händlern und anderen Unternehmen die Annahme von elektronischen Zahlungen ermöglicht.
- Ein PSP bietet in der Regel mehrere Zahlungsverfahren an, idealerweise über eine einzige technische Schnittstelle. Bei Kreditkartenzahlungen beispielsweise realisiert der PSP die technische Anbindung des Händlers an den Acquirer.
- Zunehmend bieten PSP auch weitere umfangreiche Zahlungsdienstleistungen an, wie etwa die Authentifizierung von Verbrauchern, Konto- bzw. Bonitätsprüfungen, die Übernahme des Debitorenmanagements oder auch das Acquiring selbst.
- Manche PSP sind in einem gewissen Umfang als technischer Dienstleister für andere PSP bzw. Zahlungsverfahren tätig und bieten hier Plattformlösungen und teilweise White-Labeling-Angebote an.

## **PSP im weiteren Sinn, z. B. in der PSD2:**

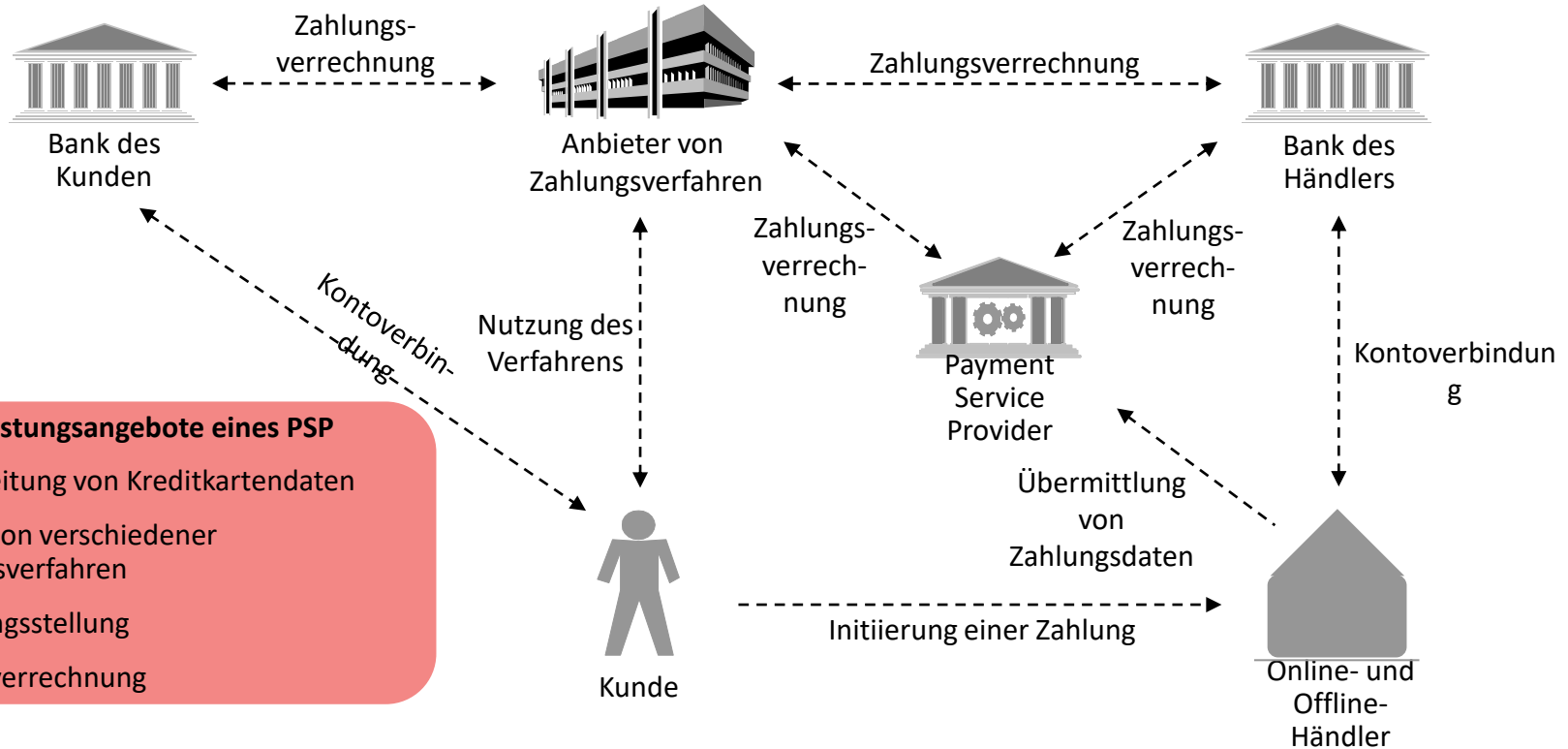
- Synonym für Bank



## **Funktionen:**

- Bereitstellung von Zahlungsverkehrsinfrastruktur
- Bereitstellung von Hard- und Software (Kartenleseterminals bzw. virtuelle Kassen)
- Support der Hard- und Software
- Übermittlung von Zahlungsverkehrsdaten (z. B. Einreichen von Zahlungsdaten bei Kreditinstituten)
- Aggregation von Zahlungen (z. B. zur Vermeidung von Buchungsposten)
- Unterschiedliche Modelle möglich: technisch vs. kaufmännisch
- ...

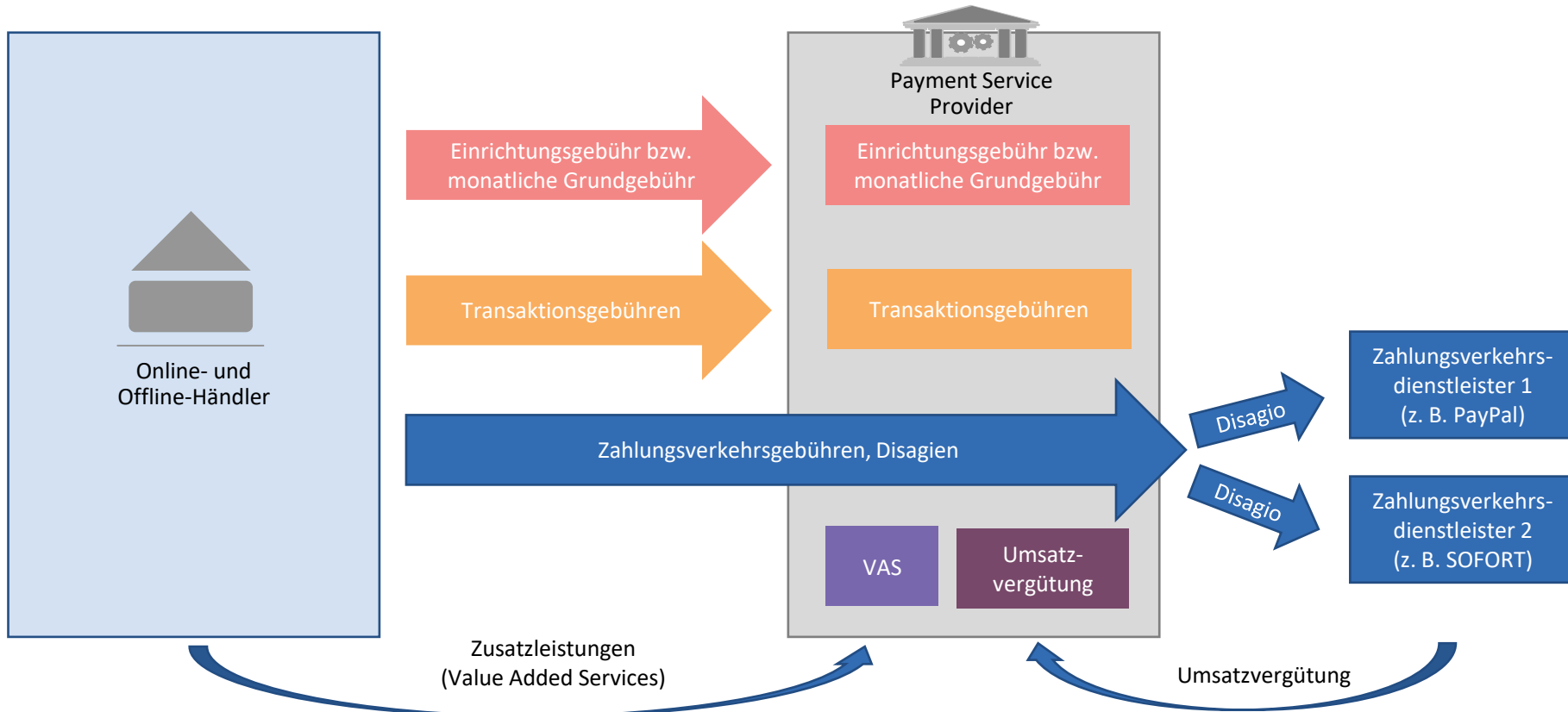
# Klassische Funktionen und Leistungsangebote eines PSP



## Übliche Leistungsangebote eines PSP

- Weiterleitung von Kreditkartendaten
- Integration verschiedener Zahlungsverfahren
- Rechnungsstellung
- Umsatzverrechnung

# Beteiligte Akteure und anfallende Kosten bzw. Erträge



## Kontaktloses Zahlen akzeptieren

Eine Information für Betriebe des Bäckerhandwerks




 

## Kontaktlose Zahlungen akzeptieren

Eine Anleitung für Händler



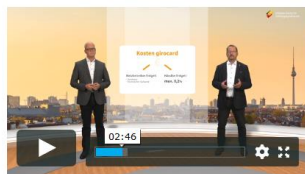
 



**1. Kapitel:**  
Basiswissen und Begriffserklärungen

Allgemeine Erläuterung über alles Grundlegende, was man als Händler zum Thema Kartenzahlung wissen muss


[Download](#)



**2. Kapitel:**  
Konkrete Schritte, Anforderungen und Kosten

Vorgehensweise auf dem Weg zur Kartenakzeptanz und Hinweise zur optimalen Angebotserstellung

[Download](#)



**3. Kapitel:**  
Erfahrungen eines Händlers und erfolgreicher Einsatz von Kartenzahlung

Beispiel der Bäckerei Ziegler und wie auch Sie Kartenakzeptanz erfolgreich in Ihrem Geschäft nutzen

[Download](#)

- Grundsätzlich möglich für Beträge zwischen 20 und 200 Euro
- Bezahlung muss über EC-Cash-Transaktion erfolgen (also mit Karte und PIN-Eingabe), nicht über das elektronische Lastschriftverfahren (ELV, also Karte und Unterschrift)
- Kontaktloses Bezahlen ist in diesem Fall nicht möglich.
- Ausnahmeregelung nach § 2 Abs. 1 Nr. 4:  
„Als Zahlungsdienste gelten nicht: [...] 4. Dienste, bei denen der Zahlungsempfänger dem Zahler Bargeld im Rahmen der Aushändigung, nachdem ihn der Zahlungsdienstnutzer kurz vor der Ausführung des Erwerbs von Waren oder Dienstleistungen ausdrücklich hierum gebeten hat.“
- Sie brauchen als Händler also keine Zahlungsdienstleisterlizenz.



- Das Bezahlen mit der girocard ist faktisch das Standard-Bezahlverfahren im stationären deutschen Einzelhandel.
- Kontaktlose Kartenzahlungen (ohne PIN) setzen den Geschwindigkeitsmaßstab
- Da das girocard-System der Deutschen Kreditwirtschaft ein rein deutsches Verfahren ist, kombinieren Banken in der Regel weitere Zahlverfahren mit der girocard.
- Bislang waren dies in der Regel entweder das Maestro-System von Mastercard oder V-Pay von VISA.
- Maestro wird eingestellt. Seit Juli 2023 keine neuen Maestro-Karten, das System läuft aber noch einige Jahre.
- Banken müssen bzw. mussten sich entscheiden, welches System sie als Co-Badge nutzen.
- Für Händler in Deutschland (noch) keine größeren Auswirkungen.
- Problematisch wäre u. U., wenn sich die Kundennutzung weiter Richtung „neuer“ Debitkarten verschiebt → Kosten
- Die Kosten dieser Debitkarten orientieren sich vermutlich an der Obergrenze, sie sind damit voraussichtlich teurer als die girocard



The background of the slide is a blurred photograph of a meeting or conference. Several people's hands are raised in the air, suggesting an interactive session or a Q&A period. The image is overlaid with a semi-transparent blue and purple gradient. At the top, there are decorative, wavy, light-colored lines that resemble smoke or fabric.

# Fragen?

## Webinare

- 27.03.2024 | 08:30 Uhr | **Das Ladengeschäft als Erlebnisraum**
- 11.04.2024 | 17:00 Uhr | **Ihr Weg zum Google Unternehmensprofil**
- 16.04.2024 | 17:00 Uhr | **Google Unternehmensprofil – nächste Schritte**
- 18.04.2024 | 17:00 Uhr | **Aus der Praxis: Mit Reels, Shorts und TikTok zu höherer Reichweite und Verkäufen**






## Workshops

- 08.04.2024 | 14:00 Uhr | Lauf a.d. Pegnitz | **Texten mit ChatGPT**
- 09.04.2024 | 14:00 Uhr | Landsberg am Lech | **Strategien und Kampagnen auf Social Media**
- 10.04.2024 | 13:00 Uhr | Nürnberg | **Einstieg in Social Media mit Instagram und TikTok**

... und viele weitere auf [https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/!](https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/)

# Über ibi research



-  1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
-  Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
-  Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
-  Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
-  Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden

## Holger Seidenschwarz



0941 788391-23



[holger.seidenschwarz@ibi.de](mailto:holger.seidenschwarz@ibi.de)



ibi research an der Universität Regensburg GmbH  
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg



LinkedIn: [www.linkedin.com/in/holger-seidenschwarz](https://www.linkedin.com/in/holger-seidenschwarz)



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstraße 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 788391-0

E-Mail: [erfolgreichhandeln@ibi.de](mailto:erfolgreichhandeln@ibi.de)

