Rückantwort

EHI Retail Institute e. V.
z. H. Horst Rüter
Spichernstraße 55
50672 Köln

EHI-ERH-KARTE 2025**email: rueter@ehi.org****Zahlungssysteme im Einzelhandel**

(Jahreserhebung des EHI, Februar/März 2025)

BASISINFORMATIONEN

Die folgenden Angaben betreffen

Branche/Betriebstyp: _____

Jahresumsatz: _____
(ca. **brutto in €** im Jahre 2024)

davon stationärer Umsatzanteil: _____ % davon Online-Umsatzanteil: _____ %

Verständlicherweise sind nur getrennte branchen- und betriebstypenbezogene Angaben wirklich von Wert, also z. B. für City-Warenhäuser, Textilkaufhäuser, Textilmärkte, Schuh- und Sportartikelfachgeschäfte bzw. -märkte, Elektrofachmärkte, Bau- und Heimwerkermärkte, Parfümerien usw. Für den Lebensmittelhandel sollen Discounter, Supermärkte (bis 2.500 qm VKF), große Supermärkte (bis 5.000 qm VKF) sowie SB-Warenhäuser (ab 5.000 qm VKF) unterschieden werden.

Aus diesem Grunde bitten wir Sie, zu verdeutlichen, auf welche Branche bzw. welchen Betriebstyp sich die nachfolgenden Angaben beziehen.

Absender:

Unternehmen: _____

Anschrift der
Zentrale: _____

Ansprechpartner
für Rückfragen: _____ Tel: _____ email: _____

Ihre Angaben werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt und ausschließlich anonymisiert verwertet.

I. ZAHLUNGSARTEN und UMSATZANTEIL

1. Welche **Anteile am Umsatz**

entfallen derzeit auf die folgenden Zahlungsarten in Ihrem Unternehmen?

	Umsatzanteil
Bar	_____ %
(SEPA-)Lastschriftverfahren (<u>girocard/“ec“-Karte</u> + <u>Unterschrift</u>)	_____ %
girocard/(electronic cash) (<u>girocard/“ec“-Karte</u> + <u>PIN</u>)	_____ %
MAESTRO/V PAY/Visa Debit/Debit MasterCard (internat. Debitkarten + <u>PIN</u>)	_____ %
Kreditkarten (VISA, MasterCard, Amex, Diners...)	_____ %
eigene Kundenkarte <u>mit</u> Zahlungsfunktion (Handelskarte)	_____ %
Mobile Payment (via QR-Code, nicht über vorgenannte Kredit- oder Debitkarten, z. B. Payback Pay, Bluecode, AliPay, WeChatPay, eigene Lösung u. a.)	_____ %
Rechnung/Überweisung	_____ %
Finanzkauf (Kauf-/Absatzfinanzierung)	_____ %
Andere (Gutschein, Gutschrift, Scheck oder Sonstiges)	_____ %
	<hr/>
Summe = Umsatzanteil Gesamt	100 %

2. Der **Durchschnittsbetrag**

(= Kaufbetrag pro Kunde) in unserem Unternehmen beträgt

_____ € (Gesamt, über alle Bezahlarten) _____ € bei Barzahlung
 _____ € bei Kreditkarte _____ € bei (SEPA-)Lastschrift _____ € bei girocard

3. Welche **Bezahlmöglichkeiten** haben Ihre Kunden **beim Online-Handel** (falls angeboten) und wie stark (Anteil in % des Internet-Umsatzes) werden diese genutzt?

() Rechnung/Überweisung _____ % () Kreditkarte _____ %
 () PayPal _____ % () Lastschrift/Bankeinzug _____ %
 () Vorkasse _____ % () Ratenkauf/Finanzierung _____ %
 () Nachnahme _____ % () Sofort(überweisung) _____ %
 () Amazon Payments _____ % () Kundenkarte _____ %
 Sonstige (Gutscheine, giro pay (ausgelaufen 31.12.24), Barzahlung vor Ort etc.)
 () _____ _____ % () _____ _____ %

II. Angaben zu **GIROCARD/(ELECTRONIC CASH)** (Karte plus PIN)

1. Mit welchem/n **Netzbetreiber/n** wickeln Sie **girocard** ab?

Netzbetreiber 1: _____ ca. Anteil Transaktionen in % _____

Netzbetreiber 2:: _____ ca. Anteil Transaktionen in % _____

2. Wir haben im Jahr 2024 folgende (technische) **Probleme** (Systemverfügbarkeit/zeitliche Verzögerungen/Sonstiges) festgestellt:

() Keine Schwierigkeiten festzustellen/Systeme arbeiten ohne Beanstandungen

3. Mit welchen **Gebühren** werden aktuell girocard-Zahlungen Ihres Unternehmens bepreist?

Es sind zur Zeit im Mittel Autorisierungsgebühren in Höhe von

_____ % v.U., mindestens _____ ct pro Transaktion vereinbart

Zusätzliche Netzbetreiberkosten von _____ % v.U. bzw. _____ ct pro Transaktion fallen an.

4. Der **Anteil** kontakloser und digitaler/mobiler girocard-Zahlungen betrug (evtl. Schätzwert)

Dez. 2024: __ % des girocard-Umsatzes (PIN) __ % der girocard-Transaktionen (PIN)

davon mobiler Anteil (Apple Pay mit Sparkassen-girocard): __ % vom kontaktl. Umsatz

5. Wie wird sich **perspektivisch** der **Marktanteil der girocard** verändern?

() Der Marktanteil wird aufgrund der großen Popularität der girocard nicht sinken.

() Eine Öffnung der girocard für den E-Commerce kann Marktanteile retten.

() Debit MasterCard und Visa Debit werden der girocard schwer zusetzen.

() Die girocard ist ganz klar ein Auslaufmodell.

6. Als **europäische Lösung** (mit Echtzeitüberweisung) wird derzeit von Kreditinstituten aus verschiedenen Länder **WERO** markteingeführt, zunächst für den mobilen Geldtransfer zwischen Privatpersonen (seit 2024), dann für das Online-Payment (ab 2025) und schließlich für den stationären Zahlungsverkehr. Was halten Sie davon?

() wird ein marktführender Erfolg und sichert die europäische Unabhängigkeit

() wird sowohl Online als auch stationär nennenswerte Marktanteile erreichen

() wird nur ein Nischenprodukt werden

() viel zu spät, da Kundinnen und Kunden bestehende internat. Systeme präferieren

() Sonstiges: _____

III. Angaben zu **SEPA-LASTSCHRIFTVERFAHREN (ELV)** (Karte plus Unterschrift)

1. **Wie/mit wem** (Name bitte angeben) wickeln Sie **SEPA-("ec")Lastschriftverfahren** ab?

- () mit Dienstleister _____ inkl. "Zahlungsgarantie"
 () mit Dienstleister _____ ohne "Zahlungsgarantie"
 () mit Händler-Sperrdatei-Austausch () Lastschriftverfahren in Eigenregie

2. Wieviele **echte Zahlungsausfälle** (Totalverlust) hatten Sie als **Anwender eines SEPA-Lastschriftverfahrens** ohne Zahlungsgarantie in den letzten 12 Monaten?

_____ Ausfälle mit einem Verlust in Höhe von _____ Euro

IV. Angaben zu **MAESTRO/V PAY** sowie **Debit MasterCard/Visa Debit**

1. Welche **Gebühren** zahlen Sie aktuell?

- a) für Maestro durchschnittlich _____ % vom Umsatz, mind. ____ ct
 b) für V PAY durchschnittlich _____ % vom Umsatz, mind. ____ ct
 c) für Debit MasterCard durchschnittlich _____ % vom Umsatz, mind. ____ ct
 d) für Visa Debit durchschnittlich _____ % vom Umsatz, mind. ____ ct

2. Wie gut können Sie **Umsätze** mit den unter 1) genannten Debitprodukten von Mastercard und Visa von Umsätzen mit Kreditkarten dieser Schemes (s. Punkt VI) **differenzieren**?

- () technisch geregelt/erkennbar () erst anhand der Abrechnung () gar nicht
 Unser Vertragspartner legt **Gebührenunterschiede** () offen () nicht offen

V. Angaben zu **CASHBACK (BARGELDAUSZAHLUNG AM POS)**

1. Eine **Auszahlung von Bargeld** an unseren Kassen ist ab einer girocard-Transaktion von

mindestens _____ Euro möglich () ja () nein

() Bargeldauszahlung ist auch mit Mastercard und Visa möglich

() Bargeldaus- und Einzahlung ist auch mit Bargeld-Code (Viacash/Paysafe) möglich

2. Das **Cashback-Volumen über girocard** beläuft sich bei uns auf

_____ Transaktionen mit einem Wert von _____ Tsd. Euro

3. Welche **Gebühren** zahlen Sie aktuell für das Angebot von **Cashback über girocard**?

_____ ct bzw. _____ % pro Transaktion

VI. Angaben zu KREDITKARTEN

1. Welche **Kreditkarten** werden in Ihrem Unternehmen akzeptiert? Wie hoch ist deren jeweiliger **Anteil** an den gesamten Kreditkartenumsätzen und -transaktionen?

() VISA Anteil: _____ % vom Umsatz _____ % der TA´en

() Mastercard Anteil: _____ % vom Umsatz _____ % der TA´en

() American Express Anteil: _____ % vom Umsatz _____ % der TA´en

() Sonstige Anteil: _____ % vom Umsatz _____ % der TA´en

Sonstige: () Diners Club () JCB () China Union Pay/CUP () Discover

2. Unser(e) **Vertragspartner („Acquirer“)** für die Abwicklung von Kreditkarten sind

_____ (PAYONE/Nexi/fiserv-TeleCash/Verifone Payments etc.) für VISA

_____ (PAYONE/Nexi/fiserv-TeleCash/Verifone Payments etc.) für Mastercard

3. Welche Gesamtbelastung (**Disagio**, ohne Hardware) haben Sie bei Abwicklung von...

a) VISA _____ % vom Umsatz

b) Mastercard _____ % vom Umsatz

c) American Express _____ % vom Umsatz

4. Von unserem Vertragspartner wurde uns die Abrechnung nach einem **IC++ Vertragsmodell** angeboten, d. h. kein Pauschaldisagio, sondern eine flexible Abrechnung, getrennt nach Interchange, Card Scheme Fees und Acquirergebühren i.e.S.

() ja () nein

Von dem unter 3. genannten **Disagio** entfallen danach durchschnittlich...

_____ % bei VISA _____ % bei Mastercard ... auf die **InterChange-Gebühr**

_____ % bei VISA _____ % bei Mastercard ... auf „**Card Scheme fees**“

_____ % bei VISA _____ % bei Mastercard ... auf **Acquirergebühren**

5. Im Markt gibt es unterschiedliche Auffassungen über die **Wirksamkeit der Regulierung** der Kartengebühren. Benötigen wir eine Überarbeitung der Gebührenverordnung, um fairen Wettbewerb zwischen den Systemen herzustellen und eine Umgehung der Regulierung zu vermeiden?

() ja () nein

6. Der **Anteil kontakloser/mobiler Kreditkarten-Zahlungen** beträgt (evtl. Schätzwert)

_____ % des.Kreditkarten-Umsatzes _____ % der.Kreditkarten-Transaktionen

davon mobiler Anteil (Apple Pay/Google Pay): _____ % vom kontaktl. Umsatz

VII. Angaben zu **KUNDENKARTEN/GUTSCHEINKARTEN**

1. Setzen Sie in Ihrem Unternehmen eine **Kundenkarte** oder eine **Kundenbindungs-App** ein und welcher Art?...

- () keine eigene Kundenkarte oder App
- () City-Cards bzw. Center Cards a) () mit Zahlfunktion b) () ohne Zahlfunktion
- () **Digitale** Kundenbindungs-App mit folgenden Funktionen (Rabattprogramm, Zahlungsfunktion, Kundeninformation etc. oder sonstige):

- () **Kundenkarte** mit folgenden Funktionen (Rabattprogramm, Zahlungsfunktion, Kundeninformation etc. oder sonstige):

2. Wir nutzen **Gutscheinkarten („gift cards“)** wie folgt (Mehrfachnennungen möglich):

- () Ausgabe/Akzeptanz eigener Gutscheinkarten mit einem gesamten Ausgabevolumen in Höhe von _____ €
- () Ausgabe fremder Gutscheinkarten mit einem gesamten Ausgabevolumen in Höhe von _____ €
- () Akzeptanz fremder Gutscheinkarten
- () Gutscheinkarten werden weder ausgegeben noch akzeptiert

VIII. Angaben zur **TECHNIK**

1. Welche **Kartenlesegeräte (Terminals/PIN Pads)** setzen Sie überwiegend ein?

- () keine, nutzen (Einzugs-)Leser an der Kassentastatur/am Bildschirm
- () Hardware folgender Hersteller (z.B. Verifone, Ingenico, CCV, Wordline/Yomani, REA, PayTec, Sumup etc.), (nur falls bekannt: Typ)/Anzahl/Einführungsjahr
- _____ Anzahl Geräte im Unternehmen: _____ eingeführt: _____
- _____ Anzahl Geräte im Unternehmen: _____ eingeführt: _____
- () Softwareterminals mit _____ (PIN-Pad/Hersteller) Anzahl: _____

2. Welche für die Zahlung oder Kundenbindung per Karte relevanten **Änderungen** planen Sie **an Ihren Kassen**?

- () unsere Kassen/Kartenlesegeräte sind für die Anforderungen der Zukunft gerüstet
- () unsere technische Ausstattung wird sich ändern
- () kurzfristig (in 2025) () mittelfristig (bis 2027) () langfristig (nicht vor 2028)

3. Das „**Barrierefreiheitsstärkungsgesetz**“ (**BFSG**) definiert u. a. für alle neu eingeführten Bezahlssysteme ab 28 Juni 2025 erforderliche Zugangsoptionen für Menschen mit Handicap/Behinderung. Welche Maßnahmen leiten Sie daraus für Ihr Unternehmen ab?

4. Welche **mobilen Bezahlösungen** werden an Ihren Kassen akzeptiert?

alle NFC-basierten Systeme, da wir ja auch kontaktlose (NFC-)Zahlungen akzeptieren

auch QR-Code/Barcode-basierte Systeme, und zwar

(z. B. Bluecode, Alipay, WeChatPay, PaybackPay, PayPal, eigene Mobillösung u. a.)

wir akzeptieren weder „kontaktlos mit oder ohne Karte (= mobil)“ noch „QR“

5. Bieten Sie **Self-Checkout-Kassen** an?

nein, ausschließlich Kassen in Bedienung

ja, wir bieten Self-Checkout, und zwar seit dem Jahr _____

6. Wie hoch ist der **Umsatz- und Transaktionsanteil über Self-Checkout (SCO)** am gesamten Umsatz/an den gesamten Transaktionen?

Der SCO-Umsatzanteil beträgt _____ % des gesamten Umsatzes

Der SCO-Transaktionsanteil beträgt _____ % der gesamten Transaktionen

7. Folgende **Zahlungsarten** sind **im Self-Checkout** nutzbar und werden mit folgenden Umsatzanteilen genutzt:

Bargeld mit Umsatzanteil von _____ %, Tendenz _____ (steigend/sinkend)

girocard/ELV mit Umsatzanteil von _____ %, Tendenz _____ (steigend/sinkend)

Kreditkarte, Umsatzanteil von _____ %, Tendenz _____ (steigend/sinkend)

Sonstige, Umsatzanteil von _____ %, Tendenz _____ (steigend/sinkend)

IX. Ihre PERSPEKTIVE

1. Der Markt bietet regelmäßig **neue Zahlverfahren** an – einige bleiben, andere verschwinden wieder. Wie ist Ihr bisheriges Vorgehen als Akzeptanzstelle?

- () es gibt Gründe, warum wir frühzeitig neue Verfahren aktivieren
 () wir warten eine gewisse Marktreife ab und reagieren dann mit der Masse
 () wir fokussieren uns rein auf die marktführenden Verfahren/Zahlungsarten

2. Welche drei **Bezahlverfahren** (bar, Mobile-Payment, ELV, girocard, girocard kontaktlos, MasterCard/Visa Debit, Kreditkarte, Kreditkarte kontaktlos, eigene Kundenkarte mit Zahlungsfunktion, Rechnung/Überweisung) werden Ihrer Meinung nach – beginnend mit dem wichtigsten – **in fünf Jahren** in Abhängigkeit vom durchschnittlichen Einkaufsbetrag die **größte Bedeutung** haben?

- a) Kleinbeträge (<10 Euro): 1. _____ 2. _____ 3. _____
 b) Beträge von 10 bis 30 Euro 1. _____ 2. _____ 3. _____
 c) Beträge von 30 bis 100 Euro 1. _____ 2. _____ 3. _____
 d) Hohe Beträge über 100 Euro 1. _____ 2. _____ 3. _____

3. **Künftige – auch payment-relevante – Themen** sind für uns ...

- Self-Checkout/Self-Payment: () relevant () evtl. interessant () nicht relevant
 Digitaler Kassenbon: () relevant () evtl. interessant () nicht relevant
 Eigene Händler-App: () relevant () evtl. interessant () nicht relevant
 Akzeptanz von Online-Payment
 -Systemen stationär: () relevant () evtl. interessant () nicht relevant
 Akzeptanz Cyberwährungen: () relevant () evtl. interessant () nicht relevant
 _____ (Sonstiges) () relevant () evtl. interessant () nicht relevant

4. Zum Schluß möchten wir Sie noch bitten, die **vier Bausteine erfolgreicher Zahlungssysteme** „Sicherheit und Datenschutz“, „niedrige Kosten“, „hohe Abwicklungsgeschwindigkeit“ und „Investitionsschutz/Zukunftsorientierung“ der Wichtigkeit nach zu ordnen, beginnend mit dem Aspekt, der für Ihr Unternehmen die höchste Priorität hat.

1. _____
 2. _____
 3. _____
 4. _____

Vielen Dank für Ihre Auskünfte!