

**Rückantwort**

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

**EHI-ERH-KARTE 2026**

**email: rueter@ehi.org**

**Zahlungssysteme im Einzelhandel**

(Jahreserhebung des EHI, Februar/März 2026)

**BASISINFORMATIONEN**

Die folgenden Angaben betreffen

Branche/Betriebstyp: \_\_\_\_\_

Jahresumsatz: \_\_\_\_\_  
 (ca. **brutto in €** im Jahre 2025)

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. ZAHLUNGSSARTEN und UMSATZANTEIL

## 1. Welche **Anteile am Umsatz**

entfallen derzeit auf die folgenden Zahlungsarten in Ihrem Unternehmen?

	Umsatzanteil
Bar	_____ %
(SEPA-)Lastschriftverfahren ( <u>girocard</u> /"ec"-Karte + <u>Unterschrift</u> )	_____ %
girocard/(electronic cash) ( <u>girocard</u> /"ec"-Karte + <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)	_____ %
<b>Summe = Umsatzanteil Gesamt</b>	<b>100 %</b>

## 2. Der Durchschnittsbon

(= Kaufbetrag pro Kunde) in unserem Unternehmen beträgt

€ (Gesamt, über alle Bezahlarten) € bei Barzahlung

€ bei Kreditkarte  € bei (SEPA-)Lastschrift  € bei girocard

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 \_\_\_\_\_ %

( ) Vorauskasse % ( ) Ratenkauf/Finanzierung %

( ) Nachnahme % ( ) Sofortüberw. (Klarna) %

Amazon Payments      %       Kundenkarte      %

Sonstige (Gutscheine, Wero (seit November 2025), Barzahlung vor Ort etc.)

( ) % ( ) %

## II. Angaben zu **GIROCARD** (Karte plus PIN) und **WERO**

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

Netzbetreiber 1: \_\_\_\_\_ ca. Anteil Transaktionen in % \_\_\_\_\_

Netzbetreiber 2: \_\_\_\_\_ ca. Anteil Transaktionen in % \_\_\_\_\_

2. Wir haben im Jahr 2025 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. 2025: \_\_\_\_\_ % des girocard-Umsatzes (PIN) \_\_\_\_\_ % der girocard-Transaktionen (PIN)

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

5. 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 (seit Nov. 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: \_\_\_\_\_

6. Hat Ihr Unternehmen schon einen **Fahrplan zur WERO-Einführung** (in Deutschland)?

ja, wir haben WERO bereits im eCOM aktiv, POS folgt (sobald möglich)

ja, wir haben WERO bereits im eCOM aktiv

ja, wir wollen 2026 WERO im eCOM und am POS schnellstmöglich aktivieren

ja, wir wollen 2026 WERO im eCOM aktivieren

nein, noch keine Entscheidung, wir warten die Entwicklung ab

### 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"  ohne „Garantie“

mit Händler-Sperrdatei-Austausch  Lastschriftverfahren in Eigenregie

2. Wieviele **echte Zahlungsausfälle** (Totalverlust) hatten Sie in den letzten 12 Monaten?

\_\_\_\_\_ Ausfälle mit einem Verlust in Höhe von \_\_\_\_\_ Euro

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

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

a) für Visa Debit durchschnittlich \_\_\_\_\_ % vom Umsatz, mind. \_\_\_\_ ct

b) für Debit MasterCard durchschnittlich \_\_\_\_\_ % vom Umsatz, mind. \_\_\_\_ ct

c) für V PAY durchschnittlich \_\_\_\_\_ % vom Umsatz, mind. \_\_\_\_ ct

d) für Maestro (auslaufend) 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 geregt/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

Aktuelles Volumen: \_\_\_\_\_ Transaktionen mit einem Wert von \_\_\_\_\_ Tsd. Euro

Bargeldauszahlung ist auch mit **Mastercard und/oder Visa** möglich

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

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

\_\_\_\_\_ ct bzw. \_\_\_\_\_ % pro Transaktion

3. Müssen Sie teilweise **Cashback** mangels Bargeld **begrenzen oder ablehnen**?

nein bzw. extrem selten; das Cashback-Volumen könnte noch steigen

ja, doch das nehmen wir bislang als unkritisch wahr

ja, und das führt bereits zu Einschränkungen/Begrenzungen; Tendenz steigend

## 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/PayPal): \_\_\_\_\_ % 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, 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 2026)    mittelfristig (bis 2028)    langfristig (nicht vor 2029)

3. Welche Bedeutung haben für Ihr Unternehmen **mobile Kassen- und Bezahlösungen** (SmartPhone als Kartenlesegerät/Zahlungsverkehrsterminal) unabhängig von einer stationären Kasse?

---



---



---

4. Welche **mobilen Bezahlösungen** werden an Ihren Kassen selbst 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. Wie beurteilen Sie die Forderung nach der **Verpflichtung** zu mindestens der Akzeptanz **einer digitalen (unbaren) Bezahlvariante**? (Mehrfachnennungen möglich)

- Kein Problem für uns, bargeldlose Zahlung ist Standard für uns
- Grundsätzlich zu begrüßen (Geldwäscheprävention, Vermeidung Steuerhinterziehung)
- Nur dann akzeptabel, wenn die Kosten nicht höher als bei der Barzahlung sind
- Wir möchten uns grundsätzlich nicht vorschreiben lassen, was wir akzeptieren

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!