



Bunte Kartenflut:
Ohne digitale Bezahlssysteme kommt kaum noch ein Händler aus. Doch nicht jedes eignet sich für das eigene Geschäftsmodell.

Zahlungsverkehr

Rivalen an der Ladenkasse

Bargeldlose Zahlungssysteme gewinnen im stationären Handel Marktanteile.
Welche Optionen mittelständische Unternehmen haben und worauf sie achten sollten.

Kirstin von Elm Kiel

Bargeld lacht nicht mehr. Geschäfte, die an der Kasse nur Bares akzeptieren, haben bald nichts mehr zu lachen – das jedenfalls verkünden die Anbieter bargeldloser Zahlungssysteme. Barzahlung sei umständlich, unhygienisch, unsicher und nicht zuletzt uncool, heißt es von globalen Paymentkonzernen wie Mastercard, Visa, Paypal, Apple oder Google. Ihre Botschaft: Die Kunden von heute erwarten zeitgemäßere Zahlungsalternativen – nicht nur beim Onlineshopping, auch an der Ladentheke.

Fakt ist: Vom Teenager bis zur Großmutter verfügt nahezu jeder Deutsche über mindestens eine bargeldlose Bezahlmöglichkeit, allen voran die deutsche Girocard, in Deutschland die älteste und bis heute meistgenutzte Bezahlkarte (siehe Grafik Seite 27). Aber auch die neue Generation international einsatzfähiger Debitkarten mit den Logos von Visa und Mastercard oder mobile Bezahl-Apps gewinnen immer mehr Fans. Zwei von drei Deutschen haben dem Digitalverband Bitkom zufolge in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal an der Kasse mit Smartphone oder Smartwatch bezahlt, darunter sind auch immer mehr Ältere. Neben Google und Apple bieten mittlerweile auch Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken ihren Kunden mobiles Bezahlen per Banking-App an.

„Smartwatch oder Smartphone sind für die meisten Menschen Alltagsbegleiter – genauso alltäglich muss es sein, sie überall zum Bezahlen

Bargeldlose Bezahlverfahren in Deutschland

Girocard Die als EC-Karte bekannte Bezahlkarte ist das meistgenutzte bargeldlose Zahlungsmittel und wird von fast allen Banken und Sparkassen ausgegeben. An 1,2 Millionen Terminals kann per PIN-Eingabe, per Lastschrift oder kontaktlos bezahlt werden.

Debitkarten Viele Banken geben vermehrt Bankkarten von Visa oder Mastercard aus. Analog zu Kreditkarten sind sie auch online oder im Ausland einsetzbar, das Geld wird aber sofort vom Konto abgebucht. Die Gebühren für Händler liegen unter den Kosten klassischer Kreditkarten, aber deutlich über der Girocard.

Paypal Der Bezahl dienst ist nicht an ein Konto, sondern an die persönliche E-Mail-Adresse geknüpft. Nutzer können verschiedene Zahlungsmethoden hinterlegen. Trotz hoher Händ-

lergebühren ist Paypal im deutschen Onlinehandel eine Macht und will nun auch den stationären Handel erobern.

Mobile Wallets Die virtuellen Geldbörsen sind für Digitalkonzerne wie Apple, Google oder Meta ideale Kundenbindungsinstrumente und aus Kundensicht besonders bequem, da sie perfekt ins Smartphone integriert sind. Auch Kartenanbieter wie Visa oder Mastercard profitieren, da viele Kunden die Karten als Zahlungsmittel in ihren Wallets hinterlegen.

Wero Die Bezahl-App basiert auf Echtzeitüberweisungen von Konto zu Konto und soll ab 2026 flächendeckend verfügbar sein. Kunden können dafür ihre Banking-App oder die Wero-App nutzen. Die Gebühren für den Handel werden sich voraussichtlich an den Kosten der Debitkarten orientieren.

nutzen zu können“, sagt Bitkom-Präsident Ralf Wintergerst. Der Verband fordert, dass Unternehmen und Behörden gesetzlich zur Annahme bargeldloser Zahlungsmittel verpflichtet werden, und verweist auf Umfragen, wonach die Mehrheit der Kunden Bargeld nur noch als Notgroschen mitführt – falls an der Kasse sonst gar nichts geht. Schützenhilfe leistet die Deutsche Steuergewerkschaft DSTG. Den Finanzbeamten geht es allerdings weniger um Kundenservice als um Steuerbetrug: Weniger Bargeld bedeutet auch weniger Schwarzgeld, so das Kalkül.

Milliardenmarkt Zahlungssysteme

Die Bundesregierung hat das Thema bereits auf die Agenda gesetzt: „Wir setzen uns für echte Wahlfreiheit im Zahlungsverkehr ein und wollen, dass grundsätzlich Bargeld und mindestens eine digitale Zahlungsoption schrittweise angeboten werden sollen“, heißt es im Koalitionsvertrag. Von „müssen“ steht dort zwar nichts, doch Bitkom-Chef Wintergerst lobt die politische Absichtserklärung als „gutes und wichtiges Signal“ – nicht zuletzt für die digitale Paymentwirtschaft, deren Interessen der Bitkom ebenfalls vertritt.

Die Geschäfte der Branche laufen umso besser, je weniger bar bezahlt wird. Um welche Summen es dabei geht, zeigt das Jahresgutachten 2024/25 des Sachverständigenrats für Wirtschaft. Demnach entsprechen die Erlöse der Anbieter von Zahlungssystemen in Deutschland schon heute rund 0,7 Prozent des Bruttoinlandspro-