



## BEZAHLVERFAHREN

# Schneller, bequemer, günstiger

Ob Bargeld, Kartenzahlung oder Mobile Payment – neue Technologien versprechen den Checkout-Prozess kundenfreundlicher und effizienter zu gestalten.

▶ **Am Anfang herrschte Skepsis.** Kann der auch richtig zählen? Diesem grauen Kasten soll ich meine Kasse anvertrauen? Die neue Technik stieß zunächst nicht gerade auf vorbehaltlose Akzeptanz.

Seit Jahresbeginn müssen die Mitarbeiter von Modehaus Hagemeyer in Minden kein Geld mehr zählen. Stattdessen nimmt ein Tresorautomat mit dem schönen Namen „Cashinfinity“ die Kassenschubladen nach Dienstschluss im Backoffice entgegen, zählt Noten und Münzen und quittiert den Kassenbestand. Am Morgen zum Dienstbeginn hält der Automat für jede Kassenkraft eine passend konfektionierte Wechselgeldschublade bereit.

### Das Verkaufspersonal wird entlastet

„Unsere Mitarbeiter sollen für die Kunden da sein und sich nicht mit Geldzählen beschäftigen“, begründet Martin Heinzmann, Geschäftsführer bei Hagemeyer, die Anschaffung. „Die anfängliche Skepsis ist schnell gewichen, denn die Automatisierung stellt für die Mitarbeiter eine deutliche Entlastung dar.“

Besonderes kostspielig war die Investition für Hagemeyer nicht. Das Gerät wird für zunächst fünf Jahre vom Geld- und Werttransporter Prosegur geleast, im Gegenzug spart der Textilhändler die täglichen Stoppkosten, da der Tresor nur noch bei Bedarf entleert wird. Zudem entfallen auch die Zählkosten beim Dienstleister. Die Tageseinnahmen sind in dem Automaten sicher aufbewahrt und werden jeweils am Folgetag auf dem Konto des Händlers gutgeschrieben.



FOTO: ROMAN BRODEL

„Die Mitarbeiter werden deutlich entlastet.“

**Martin Heinzmann**  
Geschäftsführer  
Modehaus Hagemeyer,  
Minden



FOTO: ANDREAS METZNER

Trotz solcher Vorteile lassen sich die Beispiele für Automatisierungen des Bargeldhandlings im deutschen Einzelhandel immer noch an einer Hand abzählen: Ikea, Poco Domäne, Deichmann, Tally Weijl und die Tankstellen von Shell sind die spärlichen Vorreiter mit ganz unterschiedlichen Ansätzen und Kooperationspartnern (siehe auch **Der Handel 02/2012**).

Bei den Banken und Sparkassen erfolgt der Großteil der Bargeldauszahlungen – und inzwischen auch der Einzahlungen – längst an Automaten. Warum die Situation im Einzelhandel ganz anders aussieht, dazu gibt es zwei unterschiedliche Erklärungsansätze: „Die Kosten-Nutzen-Rechnung geht für den Handel oftmals noch nicht auf“, sagt Frank Horst, Leiter des Arbeitskreises Inventurdifferenzen und Sicherheit im

EHI Retail Institute. Lothar Thoma hat eine andere Erklärung: „Die Geld- und Wertlogistiker in Deutschland waren aus unterschiedlichen Gründen bislang nicht in der Lage, dem Handel innovative Lösungen anzubieten“, so der Geschäftsführer der Prosegur GmbH, des Marktführers der GWT-Branche (siehe auch Seite 43).

Bei Hagemeyer hat man Gefallen an der neuen Lösung gefunden: „Wir überlegen, auch den Mietern in unserer Galerie, wie Butlers und Esprit, die Teilnahme an der Tresorlösung anzubieten“, erläutert Geschäftsführer Heinzmann. Darüber hinaus will er die automatisierte Ein- und Auszahlung von Bargeld demnächst auch direkt an den Kassen testen. „Wir werden prüfen, wie der Einsatz von entsprechenden Front-End-Geräten von den Kunden angenommen wird.“ Damit wäre der Bargeldkreislauf im Hause Hagemeyer dann vollständig geschlossen und die Mitarbeiter kämen überhaupt nicht mehr mit Scheinen und Münzen in Berührung.

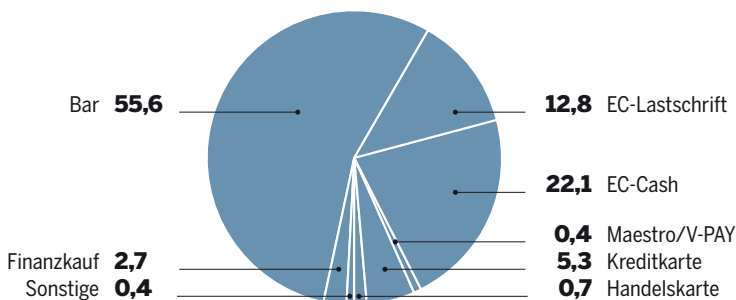
### Cash is king – Bargeld dominiert eindeutig an der Ladenkasse

„Das Handy ersetzt die Geldbörse“, solche Schlagzeilen liest man seit dem Siegeszug der Smartphones häufig in den Publikumsmedien. Doch mit der Realität im stationären Einzelhandel hat das wenig zu tun: Bezahlt wird in Deutschland in erster Linie mit Bargeld. 55,6 Prozent des Einzelhandelsumsatzes werden hierzulande mit Scheinen und Münzen erlöst, so das Ergebnis der aktuellen Untersuchung des EHI Retail Institutes zu Bezahllarten im Handel. Der Anteil der Kartenzahlungen konnte im Jahr 2012 nach der Erhebung immerhin erstmals die 40-Prozent-Marke knacken. Zahlungen mit dem Handy besitzen dagegen bislang keinerlei Relevanz.

Doch die Handelsbranche stellt sich auf Innovationen an der Kasse ein: „70 Prozent der großen Händler planen Investitionen in ihre Payment-Infrastruktur“,

### Die Anteile der Zahlverfahren im deutschen Einzelhandel

Das EHI Retail Institute veröffentlicht jährlich eine der breitesten Untersuchungen zu den Bezahllarten an der Ladenkasse. Der Bargeldanteil nimmt pro Jahr um gut einen Prozentpunkt ab.



ANTEILE DER ZAHLVERFAHREN AM UMSATZ DES EINZELHANDELS IN DEUTSCHLAND 2012. ANGABEN IN PROZENT

QUELLE: EHI, 2013.

# „Das Vertrauen kehrt zurück“

**Prosegur, die Nummer eins der Geld- und Werttransporterbranche in Deutschland hat Brink's, die Nummer fünf übernommen.**

**Was waren die Hintergründe?**

Mit mehr als 50 Wettbewerbern ist die Geld- und Werttransportbranche hierzulande nicht optimal strukturiert. In vergleichbaren Märkten wie Spanien oder Frankreich gibt es nur drei oder vier Dienstleister. Die Akquisition von Brink's, die noch unter dem Vorbehalt der Freigabe durch das Kartellamt steht, war ein logischer, erster Schritt, um die notwendige Konsolidierung der Branche in Deutschland voranzutreiben.

**Auf welchen Marktanteil kommt Prosegur nach der Akquisition?**

Im reinen Geld- und Werttransportbereich liegen wir mit Brink's deutlich unter einem Drittel. Neben größeren Wettbewerbern gibt es aber überall noch kleinere, regionale. Nach meiner Einschätzung werden sich langfristig weitere größere Anbieter herausbilden, die mit uns die Entwicklung der Branche vorantreiben.

**Sehen Sie Aufholbedarf in der Branche?**

Das Vertrauen in die Geld- und Wertdienstleister kommt wieder zurück.

Der Heros-Skandal war aber ein Schock, der dazu geführt hat, dass die Händler in Deutschland lange Zeit mehr Wert auf ihre Versicherung gelegt haben als auf die Qualität und Stabilität ihres Dienstleisters. Das mangelnde Vertrauen, verbunden mit der ungesunden Marktstruktur und der Ertragslage der Unternehmen, hat dazu geführt, dass der Geld- und Werttransportsektor der Entwicklung der Logistikbranche um Jahre hinterhinkt. Wir könnten Händler viel mehr entlasten – durch automatisierte Tresorlösungen. Im Bargeldhandling gibt es ein enormes Einsparpotenzial im Zusammenspiel von Banken, Handel und Dienstleistern. Durch die Konsolidierung der Branche werden nun verstärkt innovative Lösungen in den Markt kommen.

INTERVIEW: HANNO BENDER 

Dr. Lothar Thoma wurde 2008 in die Geschäftsführung von SecurLog berufen, der Rechtsnachfolgerin von Heros. Im Jahr 2011 übernahm der weltweit tätige, spanische Sicherheitsdienstleister Prosegur den deutschen Marktführer. Seit April 2012 firmiert das Unternehmen unter Prosegur GmbH. Zu den Kunden gehören Edeka, Rewe, die Douglas Holding und zahlreiche andere Handelsunternehmen.



hebt Horst Rüter, Studienautor und Kartenexperte beim EHI Retail Institute, ein zentrales Ergebnis der jährlichen Befragung hervor. Ganz oben auf der Liste steht dabei die „Near Field Communication“-Technologie (NFC), die das schnelle, kontaktlose Bezahlen mit Debit- und Kreditkarten ermöglicht. Mehr als 60 Prozent aller Händler halten die NFC-Technik auch im Hinblick auf mobile Zahlungslösungen für eine aussichtsreiche Zukunftstechnologie.

Ob die Kunden die neue Technik annehmen, ist allerdings noch völlig offen. Seit April 2012 testet die Deutsche Kreditwirtschaft (DK) zusammen mit einer ganzen Reihe namhafter Händler wie Edeka, dm-Drogeriemarkt und Douglas das Zahlen im Vorbeigehen mit der kontaktlosen Geldkarte girogo. Rund 1,2 Millionen Girocards (früher: EC-Karten) mit NFC-Funktion wurden dazu insbesondere von den Sparkassen in der Region Hannover, Braunschweig, Wolfsburg in Umlauf gebracht (siehe auch **Der Handel 04/2013**). An mittlerweile 2.000 Filialen von rund 430 Händlern können die Kunden Kleinbeträge bis zu 20 Euro mit girogo bezahlen.

Doch die Bilanz ist ernüchternd: Gerade einmal

40.000 Bezahltransaktionen zählen die Banken nach rund einem Jahr und vielen Marketingkampagnen in der Region. Nun stellt sich die Frage: Müssen sich die Kunden an die neue Art des Zahlens erst noch gewöhnen oder haben sie schlichtweg keinen Bedarf, „bequemer und schneller“ zu bezahlen?

## **Neue Bezahlverfahren brauchen Gewöhnungszeit**

„Die Einführung eines neuen Bezahlverfahrens ist kein 100-Meter-Sprint, sondern ein Marathonlauf“, kommentiert Werner Netzel, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Deutschen Giro- und Sparkassenverbandes (DSGV), die dürftigen Transaktionszahlen. Er verweist auf die Anfänge des EC-Cash-Verfahrens, das im Jahr 1989 gestartet wurde und Jahrzehnte brauchte, um sich zu etablieren.

„Es wäre schon hilfreich, wenn alle Banken girogo-Karten herausgeben würden“, urteilt Karsten Fucke. Der Bäckermeister testet girogo in Braunschweig, wie er auch 1996 schon die Geldkarte getestet hat, denn „Hartgeld macht viel Arbeit“, wie Fucke aus leidiger Erfahrung mit Einzahlautomaten und Geldrollen



Handelsunternehmen wie die Edeka-Gruppe experimentieren mit eigenen mobilen Zahlungslösungen auf Lastschriftbasis.

FOTO: SANTIAGO ENGELHARDT

weiß. „Wir haben immer wieder Kunden, die das kontaktlose Bezahlen beim Vordermann beobachten und auch auf diese Weise zahlen wollen. Die haben dann aber eine Karte von der Postbank oder einer anderen Bank, die girogo nicht anbietet“, erzählt der Bäcker. Grundsätzlich findet er die kontaktlose Kartenzahlung sehr interessant.

### An der Kasse gilt: Zeit ist Geld

Zur Mittagszeit stehen die Kunden in der vom Feinschmecker-Magazin ausgezeichneten Bäckerei regelmäßig bis auf die Straße, da ist Geschwindigkeit an der Kasse gefragt. Und die Gebührenstaffel von 1, 2 und 3 Cent je nach Betragshöhe findet Fücke akzeptabel. „Bei den normalen EC-Kartengebühren verschene ich die Brötchen besser gleich“, spottet der Braunschweiger.

Um girogo zum Erfolg zu führen, will die Deutsche Kreditwirtschaft (DK) ihr Engagement nun ausweiten, die Schulung des Kassenspersonals im Handel unterstützen und Schritt für Schritt weitere Regionen (Hamburg, Rhein-Main und Rheinland) für das Verfahren erschließen. Marktgerüchte, laut denen Lidl

girogo einführen wird, bestätigte der Discounter nicht: „Lidl steht neuen Technologien positiv gegenüber und beobachtet den Markt. Derzeit gibt es jedoch keine konkreten Entscheidungen zur angesprochenen Thematik“, teilt die Pressestelle aus Neckarsulm auf Anfrage von **Der Handel** mit.

Der Discounter gehört zu dem auserlesenen Kreis von Handelsunternehmen, die in den Ge-

nuss von vergünstigten Bankgebühren für Girocard-Zahlungen kommen, wie man sich in der Kartenbranche seit Langem hinter vorgehaltener Hand erzählt. Seit Bestehen des EC-Systems zahlen Händler bei Zahlungen mit der Girocard mit PIN-Eingabe 0,3 Prozent vom Umsatz, mindestens aber 8 Cent an die deutschen Banken. Das Bundeskartellamt drängt die Deutsche Kreditwirtschaft seit Monaten dazu, diese gemeinschaftlich festgelegten Gebühren durch bilaterale, zwischen Banken und Händlern einzeln ausgehandelte, Entgelte zu ersetzen. Pflichtschuldiger befreit die Kreditwirtschaft, entsprechende Verhandlungen zu führen. Bereits 50 Prozent der Einnahmen aus den Girocard-Gebühren sollen unterhalb des Standardtarifs liegen, betonen Sparkassen-Finanzgruppe und der Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken (BVR), die beiden größten Girocard-Herausgeber. Beim EHI Kartenkongress Ende April dieses Jahres wurde von lediglich neun Handelskonzernen berichtet, die zwischenzeitlich individuelle Vereinbarungen abgeschlossen haben. „Am Gesamtmarkt geht das vorbei“, bilanzierte Horst Rüter.

### Das Kartellamt erhöht den Druck

Entsprechend gibt sich auch der Präsident des Bundeskartellamts mit der bisherigen Entwicklung ebenfalls nicht zufrieden: „Die bestehende Gebührenvereinheitlichung ist nicht mehr zeitgemäß“, äußerte sich Andreas Mundt im März überraschend im Interview mit dem Berliner Tagesspiegel. Der Behördenchef kritisierte den schleppenden Verhandlungsverlauf und verlangt individuelle Konditionen in der Breite, etwa auch für kleinere Händler, die „sich zu einem Pool zusammenschließen“. So könnte auch ein Local Hero wie Hagemeyer mit einem Kartenanteil von 60 Prozent in den Genuss von „zeitgemäßen“ Kartengebühren kommen. Von solchen, auch technisch komplexen, Lösungen ist die Kreditwirtschaft freilich noch weit entfernt.

Mundts kritische Äußerung steht für manchen

**Hintergrund**

**Kosten der Bezahlarten**  
In Prozent vom Umsatz

Bargeld	0,08 – 0,2 Prozent *
Girocard	0,3 Prozent mindestens 8 Cent **
<b>Elektronische</b>	
Lastschrift (ELV)	0,12 – 0,3 Prozent
Kreditkarten	1 – 4 Prozent

\*VARIABLE JE NACH BRANCHE UND BETRIEBSGRÖSSE  
\*\* ZUZÜGLICH GEBÜHREN DES NETZBETREIBERS  
QUELLE: EHI RETAIL INSTITUTE.

Branchenbeobachter im Zusammenhang mit den Ankündigungen der EU-Kommission, die Händlergebühren für die internationalen Debit- und Kreditkarten zu regulieren. In einer Anfang April gegen das Kreditkartenunternehmen Mastercard eingeleiteten Untersuchung bekräftigte Brüssel jüngst nochmals die Absicht, in diesem Sommer eine gesetzliche Deckelung der Händlergebühren vorzuschlagen.

### Händler wünschen sich eigenes Bezahlverfahren

Die drohende Regulierung wird viele bunte Seifenblasen zum Platzen bringen, die in Sachen Mobile Payment derzeit in den Himmel steigen.

„Das Feld der Lösungsanbieter im Mobile Payment wird gerade erst eröffnet“, urteilt Philipp Harrschar von der Unternehmensberatung Zühlke Engineering. „Banken, Kreditkartenanbieter, Internetgrößen und Mobilfunkunternehmen – alle wollen an den Transaktionen in diesem Zukunftsmarkt verdienen.“

Doch genau hierin liegt das Problem. Viele der unzähligen Ansätze, die Geldbörse mit Hilfe von virtuellen Wallets und NFC-Chips durch das Handy zu ersetzen, basieren auf Kreditkartentransaktionen (siehe Grafik). Dies beeinträchtigt aufgrund der hohen Gebühren ihre Akzeptanz im Handel und damit die Marktchancen. Sollte Brüssel allerdings eine Absen-



„Alle wollen an mobilen Transaktionen verdienen.“

Philipp Harrschar  
Zühlke Engineering  
GmbH

kung der Gebühren erzwingen, fragt sich, ob die Rechnung für die Anbieterseite aufgeht. „Viele Kartenportfolios schreiben bereits heute rote Zahlen“, sagt ein Vertreter der Kreditwirtschaft, der nicht namentlich zitiert werden möchte. „Im mobilen Umfeld steigen die Aufwendungen für die Sicherheit und Missbrauchsschäden, mit gedeckelten Kreditkartengebühren ergibt das keinen Raum für ein Geschäftsmodell.“

Kein Wunder also, dass Händler verstärkt auf eigene Konzepte setzen, um Zahlungslösungen für das Smartphone zu etablieren. In der Edeka-Gruppe wird beispielsweise derzeit mit drei

unterschiedlichen mobilen Bezahlösungen experimentiert (siehe Seite 76 und **Der Handel 11/12**) und auch andere Händler suchen eigene oder gemeinsame Lösungen. Fast drei Viertel der Handelsunternehmen halten ein brancheneigenes (mobiles) Bezahlverfahren für sinnvoll und aussichtsreich, ergab die jüngste Umfrage des EHI Retail Institutes.

Auch Martin Heinzmann von Hagemeyer kann sich Mobile Payment allenfalls auf Basis eines von Händlern organisierten, kostengünstigen Bezahlverfahrens vorstellen. Er beobachtet die Entwicklung gespannt, hält das Thema Mobile Payment aber noch für Zukunftsmusik.

HANNO BENDER

## Allianzen und Akteure im Mobile Payment

Viele Eisen im Feuer, aber keine Glut in Sicht

