

Zahlungsverhalten in Deutschland 2011

Eine empirische Studie über die Verwendung
von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten



Zahlungsverhalten in Deutschland 2011

Eine empirische Studie über die Verwendung
von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten

Deutsche Bundesbank
2012

■ Inhalt

Tabellenverzeichnis	4
Abbildungsverzeichnis	5
Vorwort	6
1. Zusammenfassung.....	9
2. Problemstellung und Studiendesign.....	11
3. Kategorisierung von Zahlungsinstrumenten.....	15
4. Empirische Erhebung des Zahlungsverhaltens.....	21
4.1 Bestand an Zahlungsinstrumenten.....	21
4.1.1 Bargeldbestand.....	22
4.1.2 Besitz und Bekanntheit von Zahlungskarten.....	27
4.3 Zahlungsverhalten gemäß Zahlungstagebuch.....	35
4.3.1 Allgemeine Kennzahlen und Übersichten.....	36
4.3.2 Nutzung von Zahlungskarten	41
4.3.4 Auswertung des Zahlungsverhaltens nach Zahlungsorten/-zwecken.....	53
5. Einsatz von Bargeld und unbaren	
Zahlungsinstrumenten nach Zahlungssituation	58
5.1 Zahlungsverhalten im Internet.....	59
5.1.1 Internetnutzung.....	59
5.1.2 Nutzung des Internets zum Einkauf	60
5.1.3 Zahlungsgewohnheiten im Internet ⁴³⁾	62
5.2 Zahlungsverhalten auf Reisen im Ausland.....	65
5.2.1 Innerhalb des Euro-Raums.....	66
5.2.2 Außerhalb des Euro-Raums	68
6. Entwicklung und Perspektiven für das	
Zahlungsverhalten in Deutschland	70
6.1 Innovative Bezahlverfahren am Point-of-Sale	71
6.1.1 Kontaktloses Bezahlen mit der Zahlungskarte	72
6.1.2 Kontaktloses Bezahlen mit dem Mobiltelefon	74

6.1.3 Sonstige Bezahlverfahren mit dem Mobiltelefon	75
6.2 Ausblick für das Zahlungsverhalten in Deutschland	76
Literatur	79

■ Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Überblick: Bargeld und unbare Zahlungsinstrumente	18
Tab. 2: Typisierung Barzahler und überwiegend unbar Zahlender	32
Tab. 3: Anteil von Zahlungsinstrumenten nach Umsatz und Transaktionszahl 2011 und 2008	37
Tab. 4: Anteil von Zahlungsinstrumenten in unterschiedlichen Betragsbereichen	40
Tab. 5: Anzahl und Wert von Transaktionen nach Zahlungsorten/ - gelegheiten	54

■ Abbildungsverzeichnis

Abb.1:	Bargeldbestand im Portemonnaie	23
Abb.2:	Einstellung der Bevölkerung zu Kleinmünzen (1- und 2-CentMünzen)	24
Abb.3:	Zahlungskartenbesitz im Jahr 2011 und Veränderungen seit 2008 ..	28
Abb.4:	Kriterien für die Auswahl des Zahlungsinstruments an der Ladenkasse	33
Abb.5:	Besitz und Nutzung von Zahlungskarten	41
Abb.6:	Veränderung in der Nutzung unbarer Zahlungsinstrumente im 10-Jahres-Vergleich	42
Abb.7:	Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Altersklassen	44
Abb.8:	Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Bildungsabschluss	46
Abb.9:	Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Haushaltseinkommen	48
Abb.10:	Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Geschlecht	49
Abb.11:	Verwendung von Zahlungsinstrumenten in den alten und neuen Bundesländern	51
Abb.12:	Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Zahlungsort bzw. -zweck	56
Abb.13:	Häufigkeit der Internetnutzung	60
Abb.14:	Einfluss des Internets auf das Kaufverhalten	62
Abb.15:	Bezahlung beim Onlineeinkauf	64
Abb.16:	Verwendung von Zahlungsinstrumenten im Euro-Ausland nach Haushaltseinkommen	67
Abb.17:	Bekanntheit innovativer Bezahlverfahren an der Ladenkasse	72

■ Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Sie halten die zweite von der Deutschen Bundesbank herausgegebene Studie zum Zahlungsverhalten in Deutschland, dieses Mal mit Daten erhoben im Jahr 2011, in Ihren Händen. Mit dieser Studie untersucht die Deutsche Bundesbank zum zweiten Mal innerhalb von 3 Jahren, wie die Menschen in Deutschland ihre Einkäufe bezahlen – sei es mit Bargeld, Karten oder anderen Zahlungsinstrumenten.

Sie gibt Aufschluss darüber, welche Bezahlverfahren die Konsumentinnen und Konsumenten hierzulande aus welchen Gründen präferieren. Durch die Regelmäßigkeit der Durchführung der Studie ist es der Deutschen Bundesbank möglich, Trends des Bezahlverhaltens der Konsumenten zu erkennen. Diese Erkenntnisse liefern unter anderem wichtige Informationen, die sie zur Wahrnehmung ihres gesetzlichen Sorgauftrages für den baren und unbaren Zahlungsverkehr in Deutschland benötigt. Aber auch für den Handel, die Wirtschaft und die Verbraucher sind diese Ergebnisse von besonderer Bedeutung.

Gerade weil im Bereich der Bezahlverfahren bzw. -techniken eine beachtliche Innovationskraft festzustellen ist, wird dem Bargeld eine düstere Zukunft prophezeit. Innovative Bezahlverfahren, wie z.B. kontaktlose Kartenzahlungen oder Zahlungen per Mobiltelefon, haben aber bislang keine Bedeutung. Internet-Bezahlverfahren, die in Folge des zunehmenden Online-Handels verstärkt genutzt werden, können da schon größere Erfolge vorweisen. Bargeld wird aber wie schon 2008 am meisten genutzt: auf Banknoten und Münzen entfallen mehr als die Hälfte der Umsätze und mehr als vier Fünftel aller Transaktionen.

Letztendlich entscheidet der Verbraucher durch seine Zahlungs- und Einkaufsgewohnheiten über die Bedeutung und die Zukunft von Zahlungsinstrumenten.



Da die parallele Existenz von baren und unbaren Zahlungsinstrumenten dem Verbraucher die Entscheidungsfreiheit hinsichtlich der Wahl der Zahlungsinstrumente sichert, verhält sich die Deutsche Bundesbank in der Frage zu präferierender Zahlungsmittel weiter neutral.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und informative Lektüre.

Ihr

A handwritten signature in blue ink that reads "Carl-Ludwig Thiele". The signature is fluid and cursive.

Carl-Ludwig Thiele

Mitglied im Vorstand der Deutschen Bundesbank

■ 1. Zusammenfassung

Hat sich das Zahlungsverhalten in Deutschland in den letzten Jahren verändert, und wenn ja wie? Dies ist die Fragestellung für die vorliegende Studie, mit der die 2008 erstmals durchgeführte Erhebung zum Zahlungsverhalten in Deutschland im Herbst 2011 wiederholt wurde. Ziel war es, Entwicklungen im Zeitablauf aufzuzeigen sowie neue Aspekte zu untersuchen. Die Erhebung fußte auf einem Fragebogen, der im Vergleich zu 2008 in manchen Punkten verändert wurde, sowie aus einem leicht modifizierten einwöchigen Haushaltstagebuch. Darin zeichneten die mehr als 2 000 Befragten eine Woche lang ihre Ausgaben auf.

Trotz zunehmender Beliebtheit von Kartenzahlungen nimmt Bargeld, nach den Ergebnissen der Studie, weiterhin eine besondere Stellung ein. Dies betrifft insbesondere den täglichen Einkauf im Einzelhandel. Insgesamt wurden circa 53 % der getätigten Ausgaben bar bezahlt. Damit ist der Bargeldanteil gegenüber 2008 um fast fünf Prozentpunkte zurückgegangen. Mittlerweile ist die Verbreitung der girocard (frühere ec-Karte) flächendeckend und ihr Einsatz im Handel sehr gängig. Der Umsatzanteil ist um fast drei Prozentpunkte auf gut 28 % gestiegen. Darüber hinaus verfügt ein Drittel der Befragten inzwischen über eine Kreditkarte, was einer Zunahme von sechs Prozentpunkten gegenüber 2008 entspricht. Insbesondere hohe Beträge werden überwiegend unbar bezahlt, während bei den Kleinbetragszahlungen Bargeld nach wie vor am meisten genutzt wird.

Das Zahlungsverhalten unterscheidet sich aber nicht nur je nach Betragshöhe, es lassen sich auch soziodemografische Unterschiede feststellen. Die Nutzung von Zahlungsmitteln wird besonders durch das Alter, das Bildungsniveau und das Einkommen beeinflusst. Diese Ergebnisse der Erhebung aus 2011 bestätigen diejenigen von 2008. Mit zunehmendem Alter steigt die Nutzungsintensität von Bargeld deutlich an – den höchsten Anteil an den Gesamtausgaben besitzt Bargeld bei den

Befragten in einem Alter ab 65 Jahren. Demgegenüber verwenden besser gebildete und einkommensstärkere Personen eher Zahlungskarten für die Bezahlung.

Neben der Dokumentation der tatsächlich getätigten Zahlungen wurden in dieser Erhebung besondere Zahlungssituationen und neue Entwicklungen gesondert analysiert. Dazu gehören die Aktivitäten und das Zahlungsverhalten im Onlinehandel. Es zeigte sich, dass die reinen Internetzahlverfahren (dazu gehören Verfahren wie bspw. PayPal) gegenüber 2008 deutlich häufiger verwendet werden, wobei sie klassische unbare Zahlungsmittel zunehmend ergänzen beziehungsweise verdrängen. Auf Auslandsreisen ist Bargeld immer noch das am meisten genutzte Zahlungsmittel, gefolgt von der girocard und der Kreditkarte.

In der Tendenz nehmen die unbaren Zahlungen kontinuierlich zu. Dieser Prozess ist jedoch kein Automatismus. Im Zusammenspiel zwischen den Präferenzen der Verbraucher, der Akzeptanz von Zahlungsmitteln an den Ladenkassen und dem angebotenen Zahlungsmittelportfolio durch Banken und Kartenemittenten entscheidet sich immer wieder neu, welche Zahlungsinstrumente zukünftig mehr und welche weniger genutzt werden. Hinzu kommt, dass die Menschen in Deutschland in ihrem Zahlverhalten konservativ sind. Fast 60% der Befragten geben an, bei den ihnen vertrauten Zahlungsmitteln verbleiben zu wollen. Diese Aussage steht einer abrupten Veränderung des Zahlungsverhaltens entgegen und dürfte für eine weiterhin starke Nutzung des Bargelds sprechen.

■ 2. Problemstellung und Studiendesign

„Bargeld bleibt voraussichtlich auch künftig das meistgenutzte Zahlungsinstrument.“ Zu dieser Schlussfolgerung kam die Deutsche Bundesbank aufgrund der im Jahr 2008 erstmals erhobenen Daten zum Zahlungsverhalten in Deutschland.¹⁾ Die Erhebung stellte auf Zahlungen für Waren und Dienstleistungen von Privatpersonen ab, die am Point-of-Sale (POS) getätigt werden. Der Begriff Point-of-Sale bezieht sich auf den Ort, an dem Waren oder Dienstleistungen verkauft und bezahlt werden. Überwiegend handelt es sich um Ladenkassen, es können aber auch andere Orte sein, beispielsweise wenn Handwerkerleistungen in Privathaushalten Zug um Zug beglichen werden oder im Online- und Versandhandel bezahlt wird. Trotz der gestiegenen Beliebtheit von Kartenzahlungen war Bargeld 2008 das mit Abstand am häufigsten genutzte Zahlungsinstrument – sowohl wertmäßig als auch hinsichtlich der Anzahl der Transaktionen. Die Prognose lautete, dass sich dieses Verhalten im Lauf der Folgejahre nicht wesentlich ändern würde, wenngleich Bargeld gegenüber unbaren Zahlungsinstrumenten geringfügig an Bedeutung verlieren würde.

Um diese Prognose zu überprüfen, hat die Deutsche Bundesbank im Jahr 2011 eine vergleichbare Erhebung wie im Jahr 2008 durchgeführt. Diese bestand aus zwei Teilen: einem computergestützten persönlichen Interview (CAPI) und einem vom Befragten auszufüllenden Zahlungstagebuch. Die Grundgesamtheit für diese Untersuchung bildeten alle deutschsprachigen Personen ab 18 Jahren, die in Privathaushalten in der Bundesrepublik leben. Aus dieser Grundgesamtheit wurde im Rahmen des ADM-Mastersamples eine repräsentative Zufallsstichprobe in einem dreistufigen Auswahlverfahren gezogen. Insgesamt konnten 2.195 Interviews

¹ Die Erhebung der Daten erfolgte im Frühjahr 2008 und die Ergebnisse wurden in 2009 im Rahmen der Studie zum Zahlungsverhalten veröffentlicht.

(davon 2.098 mit Zahlungstagebuch) realisiert werden, was einer Ausschöpfungsquote von circa 61% entspricht. Im Rahmen einer Stichprobenkorrektur wurde zudem die Haushaltsstichprobe in eine Personenstichprobe transformiert und die ungewichtete Stichprobenstruktur durch Gewichtung an die amtliche Statistik angeglichen. Alle Interviews wurden zeitlich verteilt zwischen September und November 2011 durchgeführt. Im Anschluss an das Interview wurden die Befragten vor die Wahl gestellt, das Zahlungstagebuch eine Woche lang entweder online oder in Papierform zu führen. Nur 17 Personen wählten die Online-Variante, 2.081 Befragte entschieden sich für die Papierform.

Während das Zahlungstagebuch im Wesentlichen unverändert gegenüber der Studie aus 2008 blieb, erfolgten im Fragebogen zahlreiche Anpassungen. Neu hinzugekommen sind beispielsweise Fragen zu innovativen Bezahlverfahren am POS (z. B. kontaktlos mit dem Mobiltelefon zahlen). Ebenso wurden Fragen hinsichtlich Kleinfünfen und Rundungsregeln am POS aufgenommen. Andererseits wurden Fragen zu Kriterien, die für Verbraucher bei der Anschaffung von Zahlungsmitteln wichtig sind, bei dieser Erhebung außen vor gelassen. Dem liegt die Annahme zugrunde, dass diese allgemeinen Einstellungen über die Jahre hinweg recht stabil sind.

Ziel der vorliegenden Studie ist es, die Zahlungsgewohnheiten der Bevölkerung in Deutschland sowie ihre Bestimmungsgründe umfassend und aktuell zu untersuchen und – wo es möglich ist – den Vergleich zu den Ergebnissen der letzten Erhebung herzustellen. Der Fokus dieser Studie liegt wieder auf den Zahlungsgewohnheiten am POS. In Anbetracht des Bedeutungszuwachses des Internets wird das Zahlungsverhalten in diesem Medium – im Vergleich zur Vorgängerstudie – ausführlich analysiert. Hinzu kommen Fragen zum Zahlungsverhalten auf Reisen. Um die Zahlungsgewohnheiten bei regelmäßig wiederkehrenden Zahlungen, die im Allgemeinen unbar erfolgen (wie z. B. Mieten und Nebenkosten, Versicherungsverträge, Telefonrechnungen) ansatzweise abzubilden, enthielt das Zahlungstagebuch eine Frage zur Einschätzung des Umfangs dieser Zahlungen.

Bezahlung regelmäßig wiederkehrender Zahlungen

Bei der Begleichung regelmäßig auftretender Forderungen werden die klassischen Instrumente des unbaren Zahlungsverkehrs, die Überweisung und die Lastschrift, am meisten genutzt. Da der Schwerpunkt der Studie auf der Ermittlung der Zahlungsgewohnheiten am POS und im Internet lag, wurde dieser Teil des Zahlungsverkehrs nur mit Hilfe einer Frage im Zahlungstagebuch abgebildet. Dabei wurden die Befragten gebeten, anhand ihres Kontoauszugs die Höhe der monatlich getätigten Zahlungen festzustellen, die direkt vom Konto abgebucht wurden. Nicht unterschieden wurde dabei, ob es sich um als Dauerauftrag angelegte Überweisungen oder um Lastschriften handelt.

Es stellte sich heraus, dass 42 % der Befragten die Höhe der regelmäßigen Belastungen, die monatlich von ihrem Konto abgebucht würde, mit einem Betrag bis zu 600 € angaben, bei 53 % waren es über 600 €. Grundsätzlich ist zu vermuten, dass diese Angaben eher einen unteren Wert abbilden. Denn nicht alle Belastungen werden monatlich abgebucht, sondern oftmals auch jährlich oder halbjährlich.

Nach soziodemografischen Kriterien zeigt sich erwartungsgemäß, dass bei höheren Einkommen auch die regelmäßigen Belastungen steigen. So liegt in der Gruppe, die ihr Haushaltseinkommen mit über 3.000 € angibt, der Anteil derjenigen mit monatlichen Kontoabbuchungen von über 600 € bei 65 %. Auffällig ist in dieser Beziehung auch der Unterschied zwischen neuen und alten Bundesländern. In den alten Bundesländern bewegte sich bei 68 % der Befragten die Höhe der regelmäßig vom Konto abgebuchten Zahlungen zwischen 400 und 1.100 €, in den neuen Bundesländern waren es nur 36 %. Wichtigstes Erklärungsmoment dürfte dafür neben den generell niedrigeren Haushaltseinkommen vor allem die niedrigeren Aufwendungen für Wohnen sein.

Die Studie besteht aus einer weitestgehend deskriptiven Darstellung der Ergebnisse. Zum besseren Verständnis der Daten enthält Kapitel III eine Erläuterung der in der Studie verwendeten Kategorien von Zahlungsinstrumenten. Im Anschluss werden der Bestand und die Nutzung verschiedener Zahlungsinstrumente (Kapitel IV) analysiert. Daran anknüpfend erfolgt in Kapitel V eine genauere Betrachtung bestimmter Zahlungssituationen (Internet und Auslandsreisen), basierend auf den Ergebnissen des Fragebogens. Das darauf folgende Kapitel VI beinhaltet eine Auswertung im Hinblick auf innovative Zahlungsinstrumente und einen abschließenden Ausblick auf das zukünftige Zahlverhalten in Deutschland.

■ 3. Kategorisierung von Zahlungsinstrumenten

Grundsätzlich lassen sich Zahlungsinstrumente nach bar und unbar unterscheiden. Dabei bedarf das Bargeld keiner Definition; Banknoten und Münzen sind als bekannt vorauszusetzen. In Deutschland ist Bargeld das einzige gesetzliche Zahlungsmittel, was bedeutet, dass ein Gläubiger verpflichtet ist, Bargeld anzunehmen, sofern nicht explizit eine andere Zahlungsart vereinbart wurde. Bargeld ermöglicht eine sofortige endgültige Vertragserfüllung am POS (Aushändigung Ware gegen Bargeld). Der Banknotenumlauf in Deutschland belief sich Mitte 2012 auf fast 8,5 Mrd Banknoten im Wert von mehr als 400 Mrd gegenüber 15 Mrd Banknoten im Wert von fast 900 Mrd € im Euro-Raum.²⁾

Neben Bargeld lassen sich am POS zurzeit vor allem Zahlungskarten verwenden. Dabei werden verschiedene Kategorien von Zahlungskarten unterschieden. Wesentliches Unterscheidungskriterium ist dabei der Zeitpunkt der Belastung des Kontos. So erfolgt bei Zahlungen mit Debitkarten die Belastung des der Karte zugeordneten Girokontos unmittelbar. Gleichzeitig spricht das Karten herausgebende Institut den Karten akzeptierenden Händlern gegenüber eine Zahlungsgarantie aus. Das deutsche Kreditgewerbe unterhält unter dem Namen „girocard“³⁾ eine gemeinsame Debitkartenlösung für deren Einsatz im Handel und an Geldausgabeautomaten. Daneben bieten internationale Kartenunternehmen über eigene Akzeptanzlogos für Debitkarten, wie zum Beispiel Maestro und V PAY, die globale beziehungsweise europaweite Nutzung sowie Abwicklung von Debitkartenzahlungen an.

2 Seit der Einführung des Euro-Bargelds im Jahre 2002 gibt es im Eurosystem keine „echten“ nationalen Banknotenumläufe mehr. Der ausgewiesene Wert ist eine rechnerische Größe, die sich aus den Ein- und Auszahlungen von Banknoten bei der Bundesbank ergibt.

3 „girocard“ ist das gemeinsame Akzeptanzlogo für das electronic cash (ec) System für Zahlungen am Point-of-Sale und das Deutsche Geldautomaten-System. Im Laufe der Jahre hat sich im Bewusstsein der Karteninhaber die Bezeichnung „ec-Karte“ zu einem Synonym für den Begriff „Debitkarte“ entwickelt. Während im Text der Studie der Begriff „girocard“ verwendet wird, wurde in der Umfrage noch nach ec-Karten gefragt, da sich der Begriff „girocard“ noch nicht durchgesetzt haben dürfte.

Eine Sonderstellung unter den in Deutschland genutzten Zahlungsinstrumenten nimmt das **Elektronische Lastschriftverfahren** (ELV) ein. Bei diesem Verfahren wird über die Nutzung einer Debitkarte eine Lastschrift generiert, deren Einzug der Kunde mit seiner Unterschrift autorisiert. Im Gegensatz zu einer „echten“, mithilfe des PIN-Codes autorisierten Debitkartenverfügung, wird eine ELV-Zahlung jedoch nicht durch die Karten ausgebende Bank garantiert, so dass der Händler das Risiko eines möglichen Zahlungsausfalls trägt, gegen das er sich aber bei Bedarf etwa durch den Abschluss von Versicherungen oder die Nutzung von Sperrdateien absichern kann. ELV-Zahlungen fallen in den meisten statistischen Erfassungen unter die Kategorie „Kartenzahlungen“, weil sie auch von der Mehrheit der Nutzer als solche wahrgenommen werden.⁴⁾

Im Gegensatz zur Zahlung per Debitkarte führt der Einsatz einer **Kreditkarte** in der Regel zu einer zeitlich verzögerten Kontobelastung, die bei mehrfachem Einsatz entweder in einer Summe oder gestreckt in Form von Teilbelastungen erfolgt. Dabei wird die – über die zeitliche Verzögerung der Belastung hinausgehende – eigentliche Kreditkartenfunktion (d. h. Einräumung eines Kreditrahmens und Tilgung durch Ratenzahlung) bei in Deutschland ausgegebenen Karten nur recht zurückhaltend genutzt. Ebenso wie bei Debitkarten wird auch beim Einsatz von Kreditkarten dem akzeptierenden Händler die Zahlung garantiert. Kreditkartenzahlungen spielen in Deutschland aufgrund der starken Konkurrenz von girocard am POS keine große Rolle.

Betrachtet man die Anzahl der Transaktionen (Jahr 2011: Debitkarten: 2,4Mrd€, Kreditkarten: 543Mio€) und das Transaktionsvolumen (Jahr 2011: Debitkarten: 139Mrd€, Kreditkarten: 48Mrd€) wird deutlich, dass bei Kartenzahlungen Debitkartentransaktionen dominieren.⁵⁾ Insgesamt haben Kartenzahlungen in den

⁴ Dies gilt für die o.g. Erfassung des EHI ebenso wie für die Statistiken der Bundesbank.

⁵ Vgl.: Deutsche Bundesbank, Zahlungsverkehrs-, Wertpapier und Abwicklungsstatistiken in Deutschland 2007 – 2011, Stand: August 2012, Tabellen 6 und 7.

letzten Jahren ein starkes Wachstum erfahren. Im Jahr 2008 betrug die Anzahl der Transaktionen bei Debitkarten 1,8Mrd und bei Kreditkarten 435Mio, das Transaktionsvolumen 111 Mrd€ beziehungsweise 40Mrd€. Die Anzahl der Transaktionen ist demnach gegenüber 2008 bei Debitkarten um 28% und bei Kreditkarten um 24,8% gestiegen, das Transaktionsvolumen um 24,9% beziehungsweise 21,9%.

Eine Besonderheit stellen darüber hinaus vom Handel ausgegebene **Kunden- beziehungsweise Bonuskarten mit Zahlfunktion** dar, die in den letzten Jahren Verbreitung erfahren haben. Dabei handelt es sich um Bezahlkarten, die den Kunden neben dem Einsatz als Zahlungsinstrument (über die Generierung einer Lastschrift oder Kreditkartenzahlung) gleichzeitig das Sammeln von Bonuspunkten ermöglichen. Bonuspunkte werden den Kunden in Abhängigkeit von dem mit der Karte getätigten Umsatz gutgeschrieben und können später in Prämien umgewandelt werden. Über Kundenkarten wurde 2011 ein Anteil von 0,7% der Umsätze im deutschen Einzelhandel getätigt.

Darüber hinaus gibt es vorausbezahlte Karten. Das prominenteste Beispiel dafür ist die deutsche **GeldKarte**. Diese elektronische Geldbörse ist inzwischen auf dem Chip der allermeisten girocards als zusätzliche Funktionalität verfügbar. Nach dem Aufladevorgang am Geldausgabeautomaten, an speziellen Terminals oder im Internet sind diese vorausbezahlten Karten insbesondere für Zahlungen an Fahrkarten-, Zigaretten- oder Parkhausautomaten geeignet. In dieser Form ist die GeldKarte seit 1996 am Markt, hat sich allerdings nicht durchsetzen können. Daneben existieren noch weitere Arten vorausbezahlter Karten, die zum Beispiel von internationalen Kartenunternehmen ausgegeben werden, aber am Markt derzeit eine zu vernachlässigende Rolle spielen.

Neben Bargeld und den beschriebenen Arten von Zahlungskarten entwickeln sich **neue innovative Bezahlverfahren für die Nutzung am POS**. Besonders hervor-

Überblick: Bargeld und unbare Zahlungsinstrumente

Tab. 1

Zahlungsinstrument	Kurzbeschreibung	Einsatzmöglichkeiten
Bargeld	Banknoten und Münzen	Universell: POS, Zahlung von Waren und Dienstleistungen vor oder nach Lieferung (auch bei Onlineeinkäufen als Zahlung per Nachnahme möglich), P2P ⁸⁾
Debitkarten	Unmittelbare Belastung des Zahlungskontos nach Einsatz der Karte am POS (z. B. girocard, Maestro, V PAY)	POS, Geldausgabeautomat
Elektronisches Lastschriftverfahren	Debitkarte wird genutzt, um eine Lastschrift zu erzeugen, die mit Unterschrift autorisiert wird	POS
Kreditkarte	Zeitlich verzögerte Belastung des Zahlungskontos (z. B. Mastercard, VISA)	POS, Onlinehandel, Geldausgabeautomaten
GeldKarte	Auf dem EMV-Chip von girocard vorhandene vorausbezahlte Karte	POS (v. a. im öffentlichen Nahverkehr, Parkhäuser)
Vorausbezahlte Kreditkarte	Kreditkarten, die auf Basis von Vorauszahlungen funktionieren	POS, Onlinehandel
Kunden- und Bonuskarten	Mit Hilfe der Karte werden Bonuspunkte generiert, die eigentliche Zahlung wird als Lastschrift oder Kreditkartenzahlung abgewickelt	POS
Innovative Bezahlverfahren am POS	Karten- und Mobilzahlverfahren unter anderem auf Basis von Near-Field-Communication	POS
Überweisung	Vom Zahler ausgelöste Übertragung von Guthaben auf das Zahlungskonto des Zahlungsempfängers	Zahlung von Waren und Dienstleistungen vor oder nach Lieferung (auch bei Onlineeinkäufen möglich), P2P
Lastschrift	Vom Zahlungsempfänger ausgelöster Auftrag zur Belastung des Zahlungskontos des Zahlers mit dessen Zustimmung	POS v. a. im Wege des ELV-Verfahrens, Zahlung von Waren und Dienstleistungen (auch bei Onlineeinkäufen möglich)

Internetbezahlverfahren	Verfahren, die auf Überweisungen im Onlinebanking des Zahlers basieren (z. B. Giropay, „SOFORT Überweisung“) und spezielle elektronische Zahlverfahren über das Internet, die eine Abwicklung innerhalb des eigenen Netzwerks ermöglichen (z. B. PayPal)	Onlinehandel, P2P
8 P2P (Person-to-Person) bezeichnet eine Zahlung von einem Verbraucher an einen anderen mittels eines dafür geeigneten Zahlungsinstrumentes. Deutsche Bundesbank		

zuheben sind die vermehrten Vorstöße zur Nutzung der sogenannten „Near Field Communication (NFC)“-Technologie im Zusammenhang mit verschiedenen Trägermedien.⁶⁾ Diese Technologie ermöglicht die kontaktlose Übertragung von Daten auf kurzen Distanzen und kann beispielsweise zur berührungslosen Übermittlung der für die Zahlung notwendigen Daten vom Chip einer Debit- oder Kreditkarte zum Händlerterminal genutzt werden. Dadurch wird der Bezahlvorgang beschleunigt und bequemer. NFC kann nicht nur in Verbindung mit einer physischen Bezahlkarte realisiert, sondern zum Beispiel auch in Mobiltelefone integriert werden. Die eigentliche Zahlungsabwicklung kann dabei weiterhin im konventionellen Lastschrift- oder Kartenzahlungsverfahren erfolgen.

Darüber hinaus zählen zu den unbaren Zahlungsinstrumenten auch solche, die nicht am POS eingesetzt werden. Dazu gehören Überweisung, Lastschrift und verschiedene Internetbezahlverfahren.⁷⁾ **Überweisung** (v. a. als Dauerauftrag) und **Lastschrift** spielen eine große Rolle, wenn es um die Begleichung regelmäßiger Verpflichtungen geht. Die Aufwendungen für solche Zahlungen machen in der Regel einen größeren Teil des Monatseinkommens aus.

6 Zum Beispiel girogo der Sparkassenfinanzgruppe und Volks- und Raiffeisenbanken, MasterCard PayPass, VISA payWave.

7 Der Scheck wird aufgrund seiner nahezu nicht mehr vorhandenen Nutzung im Geschäftsverkehr zwischen Verbrauchern und Händlern nicht betrachtet.

Als ein zunehmend wichtiger Distributionskanal wurde der Einkauf im Internet analysiert. Dabei spielen nahezu ausschließlich unbare Zahlungsinstrumente eine Rolle. Neben den „traditionellen“ unbaren Zahlungsinstrumenten wie Kreditkarte, Überweisung und Lastschrift etablieren sich in diesem Wachstumsmarkt zunehmend neue kreditwirtschaftliche und nichtkreditwirtschaftliche Bezahlverfahren, die hier unter dem Stichwort „**Internetzahlverfahren**“ zusammengefasst werden. Hierzu zählen einerseits serverbasierte E-Geld-Verfahren, wie beispielsweise PayPal. Andererseits wurden in den vergangenen Jahren in Deutschland Verfahren auf den Markt gebracht, die auf Überweisungen im Onlinebanking des Zahlers basieren. Dabei handelt es sich vor allem um „Giropay“, eine von deutschen Kreditinstituten getragene Gemeinschaftseinrichtung, die den Kunden zur Bezahlung direkt von der Webseite des Internethändlers zu seiner Onlinebanking-Anwendung weiterleitet. Darüber hinaus existiert mit „SOFORT Überweisung“ ein Verfahren, bei dem ein technischer Dienstleister (Nichtbank) für den Zahler eine Überweisung in dessen Onlinebanking-Anwendung einstellt.

■ 4. Empirische Erhebung des Zahlungsverhaltens

Wie im vorherigen Kapitel verdeutlicht, steht der Bevölkerung eine Vielzahl an Zahlungsalternativen zur Verfügung. Im Kern handelt es sich dabei um die Möglichkeiten der Barzahlung sowie den Einsatz von Zahlungskarten. In diesem Zusammenhang ist es Ziel dieser Studie, zu ermitteln

- welche Zahlungsinstrumente (Bargeld/ Karten) die Bevölkerung besitzt,
- wie die verschiedenen Zahlungsinstrumente genutzt werden und
- welche Gründe über die Nutzung eines Zahlungsinstruments entscheiden.

Im Rahmen des Tagebuchs haben die Befragten die Transaktionen einer Woche aufgezeichnet. Damit konnte also tatsächliches Verhalten festgestellt werden. Während des Interviews hingegen wurden unter anderem ergänzende Fragen zu Kartenbesitz und Kartennutzung gestellt, um Informationen zu erhalten, die über die einwöchige Aufzeichnungsphase hinausgingen. Ebenfalls wurde im Interview nach den Bestimmungsgründen für die Auswahl eines Zahlungsinstrumentes an der Ladenkasse gefragt. Aus dieser Gesamtheit der Erhebung – konkretes Verhalten während einer Woche ergänzt um darüber hinausgehende Informationen zu Bestand, Nutzung und Auswahl von Zahlungsinstrumenten – resultiert ein umfassendes Bild über die Zahlungsgewohnheiten der deutschen Bevölkerung.

■ 4.1 Bestand an Zahlungsinstrumenten

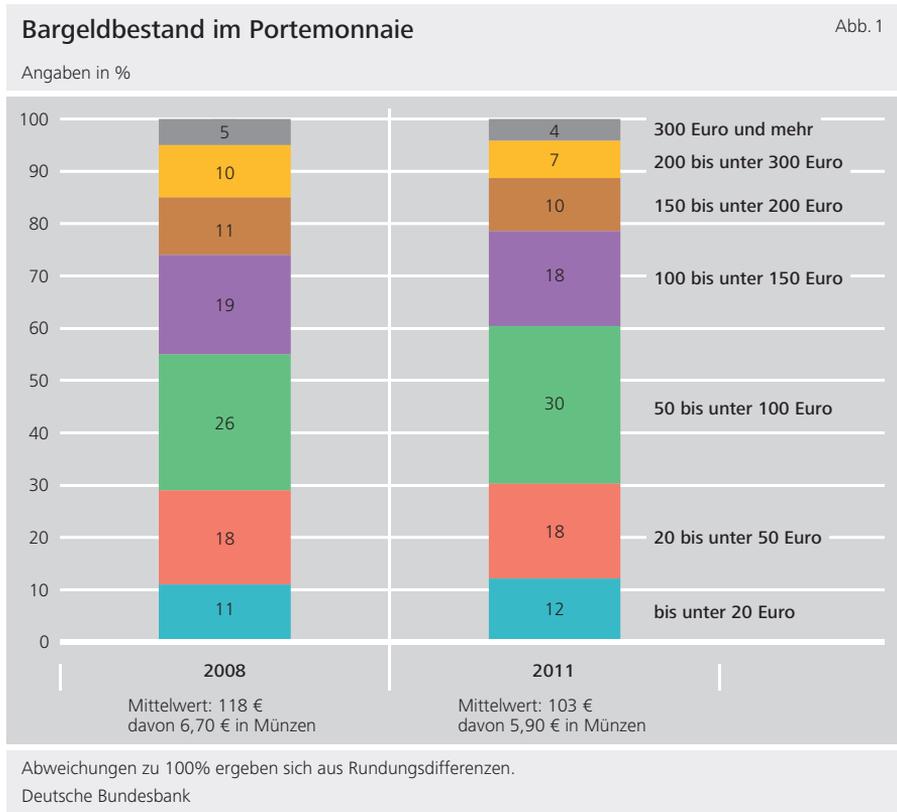
Zunächst wird beschrieben, welche Zahlungsinstrumente die Befragten besitzen. Bezüglich des Bargelds wird die Höhe des Bestands im Portemonnaie ermittelt; hinsichtlich der Karten wurde gefragt, ob und welche Zahlungskarten die Interviewten in welcher Anzahl mit sich führen.

4.1.1 Bargeldbestand

Zu Beginn der Tagebuchaufzeichnungen ermittelten die Befragten ihren Bargeldbestand im Portemonnaie (Transaktionskasse). Im Durchschnitt befanden sich circa 103€ im Geldbeutel, davon etwa 5,90€ in Münzen. Dies bedeutet im Vergleich zur letzten Studie einen Rückgang in Höhe von 15€. So nahm der Anteil derer, die zwischen 50 und 100€ mit sich führten, leicht zu, während die Anteile derjenigen, die 100€ und mehr bei sich trugen, leicht zurückgingen.

Die Höhe der mitgeführten Bargeldbestände variiert nach verschiedenen soziodemografischen Merkmalen. So haben Frauen mit 96€ durchschnittlich deutlich weniger Banknoten und Münzen im Portemonnaie als Männer, die im Schnitt 110€ bei sich tragen. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass sowohl der Gesamtwert aller Transaktionen, als auch der Gesamtwert aller Bartransaktionen bei den Frauen im Durchschnitt niedriger liegt als bei den Männern. Auch die Anzahl der getätigten Transaktionen liegt bei Frauen leicht unter dem entsprechenden Wert für die Kategorie Männer. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund bemerkenswert, dass Frauen ganz überwiegend angeben, für die Einkäufe des täglichen Lebens zuständig zu sein.

Andere soziodemografische Aspekte, wie das Einkommen, spielen ebenfalls eine größere Rolle. Bei einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500€ finden sich im Durchschnitt 78€ im Portemonnaie. Dieser Wert steigt auf 118€ in der Einkommensklasse ab 3.000€ an. Dies ist aber nicht auf eine hohe Barzahlungspräferenz zurückzuführen. Vielmehr geben die Befragten, die über ein höheres Einkommen verfügen, mehr aus. Während diejenigen, deren Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500€ liegt, in der Woche der Tagebuchaufzeichnungen im Durchschnitt 171€ verausgabten, lag dieser Wert in der Einkommensgruppe über 3.000€ bei 446€. Die geringere Neigung der Besserverdienenden, mit Bargeld zu zahlen (vgl. dazu Kapitel 4.3.3), wird also durch höhere Ausgaben mehr als ausgeglichen, sodass die Besserverdienenden mehr Bargeld mit sich führen.



Auch das Alter beeinflusst die Höhe des mitgeführten Bargeldbestands. Während die 18- bis 24-Jährigen noch 52€ und die 25- bis 34-Jährigen 80€ mit sich führen, steigt der Bargeldbetrag in allen anderen Altersgruppen auf circa 114€ an. Dieses Verhalten lässt sich sehr wahrscheinlich bei den Personen zwischen 35 und 64 Jahren mit einem höheren Einkommen und in den Rentnerjahren mit einer erhöhten Bargeldpräferenz begründen. Fast die Hälfte aller Befragten ab 65 Jahren, die auch im Besitz von Zahlungskarten waren, gibt an, ausschließlich mit Bargeld zu zahlen.

Einstellung der Bevölkerung zu Kleinmünzen (1- und 2-Cent-Münzen)

Abb. 2

2011, Angaben in %



Deutsche Bundesbank

Insgesamt betrachtet werden die Ergebnisse der Studie aus 2008 in weiten Teilen bestätigt. Frauen, Jüngere und Einkommensschwächere führen weniger Bargeld mit sich als Männer, Ältere und Personen mit einem höheren Einkommen. Das absolute Niveau der Bargeldbestände im Geldbeutel ist aber gesunken.

Einstellung zu Kleinmünzen sowie zu einer Rundungsregel

Anknüpfend an die Studien „Münzgeldentwicklung in Deutschland“ und „Zahlungsverhalten in Deutschland“ beantworteten die Befragten in dieser Erhebung spezielle Münzfragen. Konkret wurde nach der Einstellung zu Kleinmünzen (1- und 2-Cent) sowie einer Rundungsregel am Point-of-Sale gefragt. Die Einstellungsfragen folgten einer vorgegebenen Tendenz, beginnend mit einem starken Bekenntnis zu Kleinmünzen („Wer den Pfennig nicht ehrt, ist des Talers nicht wert“) und endeten mit der Frage, ob diese nicht abgeschafft werden könnten (vgl. Abbildung 2).

Hintergrund dieser Fragen nach einer fiktiven Abschaffung von Kleinmünzen und einer Rundungsregel ist, dass die Stückelungsstruktur der Münzen insbesondere im Ausland immer wieder aus Kostengesichtspunkten diskutiert wird. In den Niederlanden beispielsweise hat man sich im Jahr 2004 für eine Rundungsregel in den Geschäften entschieden: der Endbetrag an der Kasse wird bei Barzahlung kaufmännisch auf 5 Cent auf- oder abgerundet. Wer unbare Zahlungsmittel wählt, zahlt den exakten Betrag. In Finnland wurde die Rundung an der Kasse sogar gesetzlich geregelt. Auf diese Weise sinkt der Umlauf an Kleinmünzen und eine Reduzierung der Kosten für Bargeldakteure soll erreicht werden.⁹⁾ Auch die Europäische Kommission befasst sich mit dem Thema Kleinmünzen. Sie nimmt eine Folgenabschätzung einer fortgesetzten Ausgabe von 1- und 2-Cent-Münzen vor. Dabei werden die tatsächlichen Herstellungskosten der 1- und 2-Cent-Münzen im Verhältnis zu ihrem Wert und Nutzen analysiert.¹⁰⁾

9 Zu einer ausführlichen Abhandlung über die Kosten und den Nutzen von Kleinmünzen. Vgl.: Kanadischer Senat, The costs and benefits of Canada's one cent coin to Canadian taxpayers and the overall Canadian economy, 2010.

10 Vgl.: Europäisches Parlament, Bericht über den Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die Ausgabe von Euro-Münzen, 2012.

In Deutschland wird nach wie vor centgenau bezahlt. Eine Ausnahme stellt die Aktion „Deutschland rundet auf“ dar, bei der Kunden in bestimmten Geschäften seit dem 1. März 2012 den Endbetrag an der Kasse freiwillig auf die nächsten 10 Cent aufrunden lassen können.¹¹⁾ Der Differenzbetrag wird gemeinnützigen Projekten gespendet. Doch wie stehen die Deutschen zu Kleinmünzen und zum Auf- oder Abrunden, wenn keine karitativen Zwecke damit verbunden sind?

Wie Abbildung 2 zeigt, hat die Bevölkerung in Deutschland offenbar eine positive Einstellung zu Kleinmünzen. So wird das oben genannte Sprichwort größtenteils bejaht und viele verwenden Kleinmünzen ganz normal zum Bezahlen. Zudem ist die Mehrheit der Befragten gegen eine eventuelle Abschaffung. Die Bevölkerung scheint, möglicherweise bedingt durch die Schwellenpreise im Supermarkt, an das Handling mit Kleinmünzen gewöhnt zu sein.

Hinsichtlich der Frage nach einer Rundungsregel, bei der der Endbetrag an der Kasse kaufmännisch auf 5 Cent auf- oder abgerundet wird, antworteten die Interviewten uneinheitlich: 44% votierten eher dafür, 48% tendenziell dagegen, wobei die Einzelangabe „auf keinen Fall“ mit 28% die höchste Antwortquote erzielte. Von den Befragten gaben 9% explizit an, indifferent gegenüber einer Rundungsregel zu sein. Ein eindeutiger Trend ist aus den Interviewfragen nicht ableitbar.

11 Vgl. dazu: DEUTSCHLAND RUNDET AUF Partner GmbH, <http://www.deutschland-rundet-auf.de>, aufgerufen am 06. September 2012.

4.1.2 Besitz und Bekanntheit von Zahlungskarten

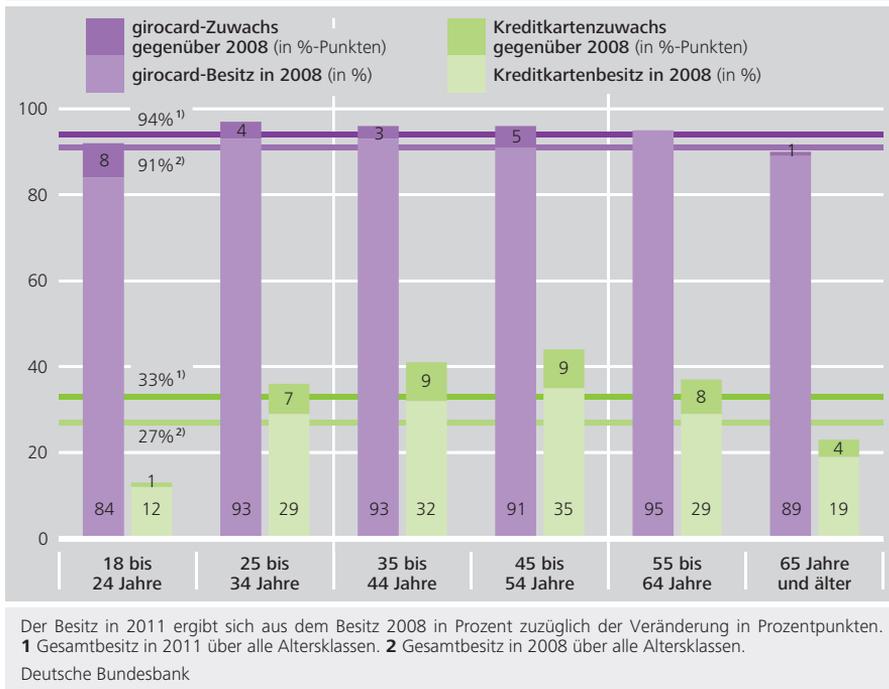
Der Markt für Zahlungskarten in Deutschland wird dominiert vom Debitkartensystem der Deutschen Kreditwirtschaft girocard. Diese erhält in der Regel jeder, der in Deutschland ein Girokonto unterhält. Die tatsächliche Verbreitung von Karten muss jedoch nicht zwangsläufig mit dem wahrgenommenen Besitz übereinstimmen, da manche Befragte vielleicht gar nicht genau wissen, welche Karten sich in ihrem Portemonnaie befinden. Immerhin 94 % der Befragten geben an, eine girocard zu besitzen (2008: 91 %).

Auffällig ist die starke Zunahme in der Gruppe der jungen Kartenbesitzer. Verfügten 2008 84 % der 18- bis 24-Jährigen über eine girocard, sind es 2011 bereits 92 %. Ein möglicher Grund dafür könnte die in diesem Zeitraum zunehmende Verbreitung von sogenannten Jugendkonten sein. Dies sind Girokonten auf Guthabenbasis ohne Dispositionskredit. Eine weitere Ursache könnte die sich durchsetzende Verkürzung der gymnasialen Schulzeit auf acht Jahre sein, denn eine Einbindung in den unbaren Zahlungsverkehr – sprich die Eröffnung eines eigenen Girokontos – findet vielfach mit Beendigung der Schulzeit beziehungsweise mit Eintritt ins Berufsleben statt. Dazu passen die Angaben der Berufstätigen, die zu 98 % eine girocard haben, im Vergleich zu 89 % der Nicht-Berufstätigen.

Wie in der Erhebung von 2008 folgt die **Kreditkarte** gemessen am Besitz mit deutlichem Abstand auf dem zweiten Platz. Von den Befragten geben 33 % an, eine Kreditkarte zu besitzen. Die Wachstumsdynamik ist mit plus sechs Prozentpunkten dabei aber bemerkenswert hoch (2008: 27 %). Dies könnte mit einer gestiegenen Nachfrage zusammenhängen, die sich aus der guten Einsetzbarkeit der Kreditkarte im Onlinehandel ergibt. Aber auch die Kreditkartenemittenten haben durch die Gewinnung neuer Kooperationspartner (z. B. Fluggesellschaften oder Warenhäuser) sicherlich zu einer zunehmenden Verbreitung beigetragen. Weitere 64 % der Befragten geben an, mit den Eigenschaften von Kreditkarten

Zahlungskartenbesitz im Jahr 2011 und Veränderung seit 2008

Abb. 3



vertraut zu sein oder diese zumindest dem Namen nach zu kennen. Die Bekanntheit der Kreditkarte ist damit gegenüber 2008 von 46% deutlich um 18 Prozentpunkte gestiegen.

Aufgeschlüsselt nach dem Alter fällt auf, dass im Gegensatz zu den Entwicklungen bei der girocard die Verbreitungswerte in der Gruppe der jungen Kartenbesitzer von 18 bis 24 Jahren stagnieren, während alle anderen Altersgruppen Zuwächse verzeichnen konnten. Dies hängt mit der Risikosteuerung der Kreditinstitute bei der Vergabepolitik von Kreditkarten zusammen. Die Mehrheit junger Menschen hat

noch kein regelmäßiges Einkommen. Sie fallen daher über die gesamten Altersgruppen gesehen in eine höhere Risikokategorie, was Zahlungsausfälle angeht. Unverändert findet die Kreditkarte aber mit 36 bis 44% in den mittleren Altersklassen die größte Verbreitung. Hinsichtlich des Geschlechts lässt sich feststellen, dass nach wie vor deutlich mehr Männer eine Kreditkarte besitzen als Frauen. Besonders deutlich wirkt sich der Erwerbstätigkeitsstatus in der Gesamtbetrachtung aus, denn unter Erwerbstätigen ist die Kreditkarte doppelt so verbreitet wie unter nicht erwerbstätigen Menschen (43 gegenüber 20%).

Entsprechend den Ergebnissen der Erhebung von 2008 nimmt die Verbreitung der Kreditkarte mit steigendem Einkommen als auch mit einem höheren Bildungsniveau zu, wobei sich die Diskrepanz ausweitet. Bei einem Haushaltsnettoeinkommen von bis zu 1.500€ verfügen nur zehn Prozent der Personen über eine solche Karte, bei einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.500 und 3.000€ sind es bereits 28% und über 3.000€ sogar 52%. Da es in Deutschland mit der girocard ein aus Kundensicht kostenloses Karteninstrument mit sehr guter Verbreitung gibt, ist die Kreditkarte mit ihrer meist eingeschränkteren Akzeptanz im Inland eher für Zielgruppen mit größerer Reisetätigkeit oder allgemein höheren Ausgaben interessant. Oft sind Kreditkarten an Bonusprogramme gekoppelt, die höhere Umsätze rückvergüten. Zudem fällt in vielen Fällen eine Jahresgebühr für die Kreditkarte an. All diese Faktoren können als Erklärung dienen, dass die Verbreitung mit steigenden Einkommen zunimmt.

Anders als bei der girocard und Kreditkarte stagniert die wahrgenommene Verbreitung der **GeldKarte**. Wie schon in der Erhebung von 2008 gaben lediglich 21% der Befragten an, über dieses Instrument zu verfügen. Die subjektive Wahrnehmung der Umfrageteilnehmer steht im Kontrast zur weiterhin steigenden Verbreitung der GeldKarte: In den letzten drei Jahren hat sich die Anzahl stetig erhöht und liegt Mitte 2011 bei über 89 Millionen Karten.¹²⁾ Daraus resultiert, dass den meisten Besitzern einer girocard die GeldKarten-Funktion ihrer Karte nach wie vor

verborgen geblieben ist. Dazu dürften die geringen Anstrengungen der Kreditwirtschaft seit der Einführung 1996 beigetragen haben, die GeldKarte bei den Nutzern ebenso wie bei den Akzeptanzstellen bekannt zu machen.

Vorausbezahlte Kreditkarten, das heißt Karten, die unter dem Namen eines der internationalen Kreditkartensysteme ausgegeben werden, aber vor der Nutzung aufgeladen werden müssen, spielen wie in der Erhebung von 2008 eine untergeordnete Rolle. Der Besitz ging von fünf auf drei Prozent zurück. Noch deutlicher fiel der Rückgang bei **Kundenkarten mit Zahlungsfunktion** aus. Gaben in der Vorgängerstudie noch 19 % der Teilnehmer an, eine solche Karte zu besitzen, sank dieser Wert auf 12 %. Ein Zusatznutzen für diese Art von Karten wird bei nahezu flächendeckender Verbreitung von girocard und steigender Kreditkartenakzeptanz nur in seltenen Fällen wahrgenommen, denn meist werden parallel auch andere Zahlungskarten in den entsprechenden Geschäften akzeptiert. Die oft mit den Karten verbundenen Rabattanreize können diese Nachteile offenbar nicht aufwiegen.

12 Vgl.: EURO Kartensysteme GmbH, Die GeldKarte in Zahlen, https://www.geldkarte.de/_www/de/pub/geldkarte/presse/hintergrund-informationen/daten_zahlen_fakten/geldkarte_in_zahlen.php, aufgerufen am 1. August 2012.

4.2 Situative Auswahlentscheidung des Kunden am Point-of-Sale

Durch die oben aufgezeigte weiter zunehmende Verbreitung von Zahlungskarten hat die Mehrzahl der Konsumentinnen und Konsumenten an der Ladenkasse die Wahl zwischen verschiedenen Zahlungsinstrumenten. Doch von welchen Faktoren ist die Wahl des Zahlungsinstrumentes abhängig, also ob an der Kasse zu Bargeld oder einer Karte gegriffen wird? Diese Frage wurde den Studienteilnehmern – wie schon 2008 – im Interview gestellt.

In der letzten Erhebung gaben 21 % der Befragten bei der Frage nach den Kriterien für die Auswahl eines Zahlungsinstrumentes am Point-of-Sale an, ausschließlich mit Bargeld zu bezahlen. In der aktuellen Studie wurde diese Frage in zwei Aspekte unterteilt. Die Eingangsfrage erfasst die Neigung, überhaupt zwischen verschiedenen Zahlungsmitteln wählen zu wollen. Dabei konnten sich die Befragten zwischen drei Antwortkategorien entscheiden: ausschließliche Bargeldnutzung, hauptsächliche Verwendung unbarer Zahlungsinstrumente¹³⁾ oder Einsatz sowohl von Bargeld als auch von unbaren Zahlungsinstrumenten. Die zweite Frage beschäftigt sich mit den Gründen der konkreten Auswahlentscheidung, die nur denjenigen gestellt wurde, die sowohl Bargeld als auch Karten nutzen. Damit wurde sichergestellt, dass nur Personen, die auch tatsächlich eine Auswahlentscheidung zwischen Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten treffen wollen, zu den Gründen für diese Entscheidung befragt wurden.

Immerhin 28 % der Befragten geben bei der ersten Frage an, nur mit Bargeld zu bezahlen, obwohl auch diese nur Personen gestellt wurde, die tatsächlich über Karten verfügen.¹⁴⁾ Diese Gruppe wird im Folgenden als „reine Barzahler“ bezeich-

¹³ Die Formulierung „ausschließliche“ Verwendung unbarer Zahlungsinstrumente wurde deshalb nicht gewählt, weil in manchen Geschäften (z.B. Bäckereien, Kioske) oftmals nur Barzahlung möglich ist.

net, obwohl sie, wie aus dem Zahlungstagebuch hervorgeht, diese Einstellung nicht konsequent durchhalten und auch auf unbare Zahlungsinstrumente zurückgreifen. Hauptsächlich unbare Zahlungsinstrumente zu verwenden, geben 12 % der Befragten an. Im Folgenden werden die reinen Barzahler den überwiegend unbar Zahlenden gegenübergestellt:

Diese soziodemografischen Tendenzen, die auf einer Selbsteinschätzung des

Typisierung Barzahler und überwiegend unbar Zahlender

Tab. 2

Reine Barzahler sind tendenziell...	Überwiegend unbar Zahlende sind tendenziell...
in sehr jungem oder höherem Alter	im mittleren Alter
einkommenschwächer	besserverdienend
weiblich	männlich
nicht erwerbstätig	in den neuen Bundesländern ansässig
Deutsche Bundesbank	

Zahlungsverhaltens basieren, spiegeln sich auch im tatsächlich beobachteten Zahlungsverhalten gemäß Tagebuch wider. Eine ausführliche Analyse der Soziodemografie findet sich in Kapitel 4.3.3.

Im Ergebnis geben also 40 % der Befragten an, die sowohl über Bargeld als auch über Karten verfügen, generell bei der Wahl ihrer Zahlungsmittel festgelegt zu sein; 60 % der Interviewten treffen dagegen direkt an der Ladenkasse eine Wahl, zu

14 Dies könnte man als Steigerung gegenüber der Erhebung aus 2008 (21 %) bewerten. Allerdings muss man bei dieser Interpretation aufgrund der beschriebenen methodischen Änderungen am Fragebogendesign Vorsicht walten lassen.

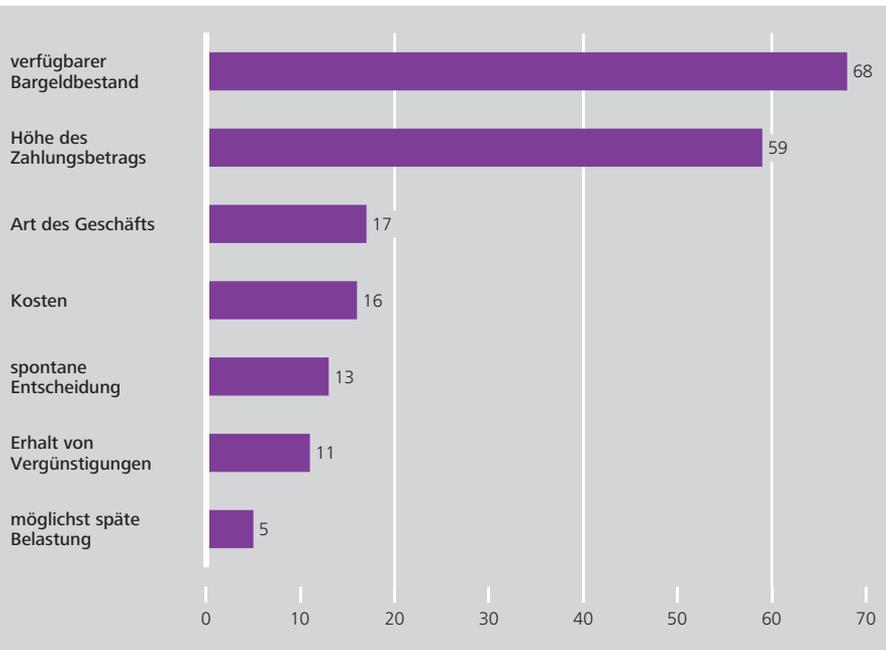
welchem Zahlungsinstrument sie greifen. Diese Gruppe wurde in der zweiten Frage nach den Kriterien für die Wahl des Zahlungsinstruments am POS gefragt.

Der **verfügbare Bargeldbestand** ist wie bereits 2008 das entscheidende Kriterium bei der Wahl eines Zahlungsinstruments. Dieser scheint aus Liquiditätsgründen von Bedeutung zu sein. Zum einen könnte der mitgeführte Bargeldbestand nicht ausreichen, um den Einkauf überhaupt bezahlen zu können. Zum anderen mag das mitgeführte Bargeld zwar ausreichen, die Wirtschaftssubjekte möchten aber einen gewissen Bargeldbestand für weitere, gegebenenfalls unerwartete Transaktionen

Kriterien für die Auswahl des Zahlungsinstruments an der Ladenkasse

Abb. 4

2011, Angaben in %¹⁾, Mehrfachnennungen möglich



¹ Nur Personen, die sowohl Bargeld als auch unbare Zahlungsinstrumente zum Bezahlen nutzen.

Deutsche Bundesbank

im Portemonnaie halten, die eventuell nur bar zu begleichen sind (Vorsichtskasse und Liquiditätsmotiv). Daher greifen sie ab einem subjektiven Schwellenwert des verfügbaren Bargeldbestands auf unbare Zahlungsinstrumente zurück, um den Bargeldbestand nicht weiter sinken zu lassen. Der verfügbare Bargeldbestand ist besonders für jüngere Befragte zwischen 18 und 24 Jahren wichtig. Was den Bildungsstand betrifft, sehen Menschen mit einem Fachhochschul- oder Universitätsabschluss den verfügbaren Bargeldbestand im Portemonnaie als weniger wichtig an als Befragte mit anderen Schulabschlüssen.

Die **Höhe des zu zahlenden Betrages** ist wie bereits 2008 das zweitwichtigste Kriterium bei der Auswahlentscheidung. Bargeld wird eher für Kleinbetragszahlungen eingesetzt, während Karten für die Bezahlung größerer Beträge verwendet werden (Kap. 4.3.2). Mit zunehmendem Alter nimmt der Einfluss dieses Faktors kontinuierlich zu. Befragte mit einem Fachhochschul- oder Universitätsabschluss beziehen die Höhe des zu zahlenden Betrages überdurchschnittlich oft in ihre Entscheidungsfindung ein. Im Vergleich zu Befragten mit einer ausländischen Staatsbürgerschaft ist für die deutschen Befragten dieses Kriterium von besonderer Wichtigkeit.

Die anderen abgefragten Kriterien für die Wahl des Zahlungsinstruments folgen mit deutlichem Abstand: **Art des Geschäfts, Kosten für den Einsatz des Zahlungsinstruments, spontane Entscheidung, Erhalt von Vergünstigung und möglichste späte Belastung**. Da noch nicht alle Geschäftsstellen im Einzelhandel mit Terminals für die Abwicklung von unbaren Transaktionen ausgestattet sind, ist es für die Auswahlentscheidung zwangsläufig relevant, in welchem Geschäft der Einkauf getätigt wird. Spiegelbildlich zu der geringen Relevanz des Erhalts von Vergünstigungen und der möglichst späten Belastung ist die geringe Nutzung der Zahlungsinstrumente, die diese Attribute beinhalten (z. B. die Kreditkarte), zu sehen. Immerhin 13% der Befragten geben an, sich spontan für ein bestimmtes Zahlungsinstrument zu entscheiden. Personen, die grundsätzlich erwerbstätig sind,

derzeit aber nicht arbeiten (z. B. Beschäftigte in Elternzeit), treffen ihre Entscheidung besonders selten aus dem Bauch heraus, achten dafür bei ihren Einkäufen aber verstärkt auf den Erhalt von Vergünstigungen.

Im Vergleich zu der Erhebung aus dem Jahr 2008 hat sich die Rangfolge der Einflussfaktoren auf die Auswahlentscheidung am POS nicht geändert.¹⁵⁾ Dies spricht für relativ stabile Präferenzen bei der Wahl zwischen Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten. Auch hat sich das Marktumfeld (Akzeptanz von unbaren Zahlungsinstrumenten, Kosten der Zahlungsinstrumente oder der Erhalt von Vergünstigungen) nicht grundlegend geändert und so die Entscheidungsfindung der Verbraucher beeinflussen können.

¹⁵ Vgl.: Deutsche Bundesbank, Zahlungsverhalten in Deutschland – Eine empirische Studie über die Auswahl und Verwendung von Zahlungsinstrumenten in der Bundesrepublik Deutschland, 2009, S. 37-39

■ 4.3 Zahlungsverhalten gemäß Zahlungstagebuch

Nachdem in den vorangegangenen Abschnitten der Bestand an Zahlungsinstrumenten sowie die Auswahlentscheidung für oder gegen bestimmte Zahlungsinstrumente auf Basis einer Selbsteinschätzung analysiert wurden, werden im Folgenden die Ergebnisse der Tagebuchaufzeichnungen vorgestellt. Dabei wird auch eine Auswertung nach soziodemografischen Kriterien sowie nach Zahlungsorten vorgenommen. Angaben der Befragten zu ihrem Zahlungsverhalten, die über die eine Aufzeichnungswoche hinausgehen, runden die Analysen ab.

4.3.1 Allgemeine Kennzahlen und Übersichten

Analog der Erhebung aus dem Jahr 2008 sollten die befragten Personen auch diesmal für jede in der Woche getätigte Transaktion angeben, an welchem Ort beziehungsweise bei welcher Zahlungsgelegenheit sie eines von 14 vorgegebenen Zahlungsinstrumenten benutzt hatten. Weiterhin war noch die Betragshöhe festzuhalten. Hinsichtlich der Orte beziehungsweise Gelegenheiten reichte die Auswahl vom Einzelhandel für den täglichen Bedarf (z. B. Supermarkt), über den Online- und Versandhandel bis hin zu Zahlungen zwischen Privatpersonen. Es sollten also alle auszahlungswirksamen Transaktionen erfasst werden, außer den regelmäßig wiederkehrenden, im Normalfall unbar beglichene Zahlungen wie zum Beispiel die Wohnungsmiete. Was die Zahlungsinstrumente betrifft, so wurden den Befragten alle gängigen Bezahlformen wie Bargeld, girocard oder Kreditkarte angeboten; bislang „exotische“ Zahlungsverfahren beziehungsweise -techniken wie kontaktlose Kartenzahlungen oder vorausbezahlte Kreditkarten waren jedoch auch Bestandteil der Auswahl, um herauszufinden, wie weit verbreitet diese bereits sind.

Das Zahlungstagebuch wurde von 2.098 Personen ausgefüllt, die innerhalb von jeweils sieben Tagen mit insgesamt 19.870 Transaktionen fast 600.000€ veraus-

Anteil von Zahlungsinstrumenten nach Umsatz und Transaktionszahl 2011 und 2008

Tab. 3

Hinweis: Die Angaben beziehen sich auf die von den Befragten (2.098 Personen) während der Tagebuchwoche getätigten Transaktionen und sind repräsentativ für Deutschland.

Zahlungsinstrument	Verteilung nach Umsatz			Verteilung nach Transaktionszahl		
	Umsatz in Euro	Anteil in %	Anteil in % (2008)	Anzahl Transaktionen	Anteil in %	Anteil in % (2008)
Barzahlung	317.137	53,1	57,9	16.285	82,0	82,5
girocard mit Geheimzahl	124.946	20,9	25,5	2.004	10,1	11,9
girocard mit Unterschrift	44.147	7,4		665	3,3	
Kreditkarte	44.369	7,4	3,6	360	1,8	1,4
Vorausbez. Kreditkarte	33	0,0	0,1	4	0,0	0,2
GeldKarte	782	0,1	0,5	48	0,2	0,5
Internetbezahlverfahren	10.115	1,7	0,3	148	0,7	0,1
Kundenkarte mit Zahlungsfunktion	715	0,1	0,2	11	0,1	0,1
Lastschrift	4.268	0,7	1,9	58	0,3	0,6
Überweisung	49.181	8,2	8,9	259	1,3	1,8
Kontaktloses Bezahlen mit Karte	318	0,1	---	7	0,0	---
Sonstiges	1.269	0,2	0,4	21	0,1	0,2
Kontaktloses Bezahlen mit Mobiltelefon	0	0,0	---	0	0,0	---
Sonstige Bezahlverf. mit Mobiltelefon	0	0,0	---	0	0,0	---
Summe	597.280 €	100 %	99 %	19.870	100 %	99 %

Anteil in % (2008): fehlender Prozentpunkt zu einhundert Prozent: Zahlungsmittel nicht genannt.
Deutsche Bundesbank

gab haben (vgl. dazu Tabelle 3).¹⁶⁾ Dabei ist anzumerken, dass nur diejenigen Zahlungen berücksichtigt wurden, bei denen auch ein Zahlungsmittel angegeben war; Transaktionen, die nur eine Betrags- und/ oder Ortsangabe enthielten, wurden nicht betrachtet. Weiterhin wurden einige Großbetragszahlungen (9.000€ und mehr) außen vor gelassen, da diese durch ihre extreme Höhe die nachfolgenden Berechnungen verzerrt hätten. Die Spanne der hier erfassten Transaktionen reicht von wenigen Cent bis zu mehreren Tausend Euro. Während der Mittelwert einer Transaktion bei 30€ liegt, ist der Median mit 15€ nur halb so hoch. Dies bedeutet, dass vielen kleineren Zahlungen wenige große gegenüberstehen.

Die Auswertung der getätigten Ausgaben ergab, dass Bargeld mit 53% Umsatzanteil nach wie vor das meistgenutzte Zahlungsinstrument bei den erfassten Ausgaben ist. Im Vergleich zur letzten Studie zum Zahlungsverhalten ist der Anteil von Bargeld jedoch um fast fünf Prozentpunkte zurückgegangen. Im Gegenzug nahm die Verwendung von Zahlungskarten zu. Die girocard, die in der protokollierten Woche am zweithäufigsten genutzt wurde, konnte ihren Anteil um fast drei Prozentpunkte auf über 28% Umsatzanteil ausbauen. Genauso hoch fiel die Erhöhung des Kreditkartenanteils aus, der nun bei 7,4% steht.¹⁷⁾ Es sind also die „klassischen“ Karten, deren Marktdurchdringung schon weit fortgeschritten ist, die dem Bargeld Marktanteile abnehmen. Dagegen erfahren einst innovative Produkte wie die Geld-Karte eine sinkende Akzeptanz (Umsatzanteil 0,1%), während die heutigen innovativen Zahlungsinstrumente bzw. -techniken (kontaktlose Karten, Bezahlfverfahren mit dem Mobiltelefon) noch in den Kinderschuhen stecken und wenig bis gar nicht genutzt wurden.

16 Gewichtet handelt es sich um 2.103 Zahlungstagebücher. Die Angaben zur Transaktionszahl und zum Wert beziehen sich auf die gewichteten Zahlungstagebücher.

17 Allerdings wird der Umsatzanteil der Kreditkarte durch wenige große Kreditkartentransaktionen beeinflusst. Gemessen an der Transaktionszahl hat die Nutzung der Kreditkarte nur moderat zugenommen.

Abgenommen hat aber nicht nur der Barzahlungsanteil, auch die Lastschrift (0,7 %) und die Überweisung (8,2 %) haben an Beliebtheit verloren. Die Internetbezahlverfahren (bspw. PayPal, Giropay oder „SOFORT Überweisung“) konnten hingegen Steigerungen verbuchen und liegen jetzt bei 1,7 % Umsatzanteil, was vor dem Hintergrund eines dynamischen Onlinehandels nicht verwundert.¹⁸⁾ Wie in Kapitel 5.1.3 aufgezeigt wird, geben die Befragten auch im Fragebogen an, häufiger Internetbezahlverfahren zu verwenden und seltener als bisher per Vorkasse den Betrag zu überweisen. Diese Verhaltensweise spiegelt sich auch in den Tagebuchdaten wider.

Betrachtet man die Anteile der einzelnen Zahlungsinstrumente basierend auf Transaktionsdaten, so ergeben sich grundsätzlich die gleichen Entwicklungslinien. Während jedoch der Barzahlungsanteil gemäß Transaktionsvolumen erheblich über dem nach Umsatzanteilen liegt (82 zu 53 %), ist es bei fast allen anderen Zahlungsinstrumenten umgekehrt. Dies impliziert, dass Bargeld in vielen Fällen für Kleinbetragszahlungen und nur selten für die Begleichung großer Rechnungen verwendet wird. Andere Zahlungsinstrumente werden im Regelfall erst ab bestimmten Betragsgrenzen eingesetzt.

Einen Überblick über die Nutzung bestimmter Zahlungsinstrumente je nach Betragshöhe gibt Tabelle 4. Bargeld ist vor allem für kleine Beträge sehr gebräuchlich, wird aber auch in den mittleren Betragskategorien am meisten verwendet. Die sehr hohe Beliebtheit unter 20 € hat sicherlich auch damit zu tun, dass gerade in Geschäften, in denen kleine Umsätze anfallen (z. B. Bäckereien), oftmals gar keine Kartenzahlung möglich ist. Außerdem gibt es Einzelhändler, die Mindestbeträge für die girocard-Nutzung festlegen. Auch für die Konsumenten scheint eine Kleinbetragsgrenze für den Einsatz von Karten zu bestehen. Auf die Frage, ab welchem

¹⁸ Vgl.: Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V., <http://www.bvh.info/zahlen-und-fakten/allgemeines/>, aufgerufen am 17.09.2012.

Anteil von Zahlungsinstrumenten in unterschiedlichen Betragsbereichen

Tab. 4

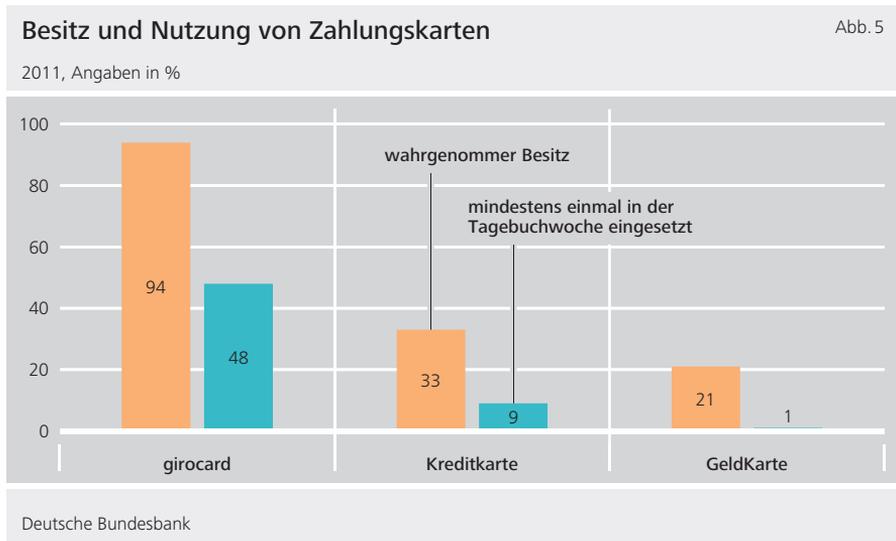
Hinweis: Die Tabelle weist den Anteil der verwendeten Zahlungsinstrumente im jeweiligen Betragsbereich gemessen an der Transaktionszahl aus. Das heißt zum Beispiel, dass 98,3% aller Zahlungen bis zum Wert von 5 € mit Bargeld durchgeführt wurde.

	bis 5 Euro	5 bis 20 Euro	20 bis 50 Euro	50 bis 100 Euro	100 bis 500 Euro	ab 500 Euro
Barzahlung	98,3%	94,5%	73,8%	46,0%	26,0%	11,2%
girocard	0,6%	4,1%	21,4%	41,9%	43,1%	30,7%
Kreditkarte	0,2%	0,2%	2,2%	6,0%	12,3%	23,8%
Internetbezahlverfahren	0,0%	0,6%	0,8%	1,7%	3,4%	2,9%
Überweisung	0,0%	0,3%	1,3%	2,9%	12,4%	31,4%
Sonstige unbare Zahlungsinstrumente	0,9%	0,4%	0,5%	1,4%	2,8%	0,0%
Summe:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Deutsche Bundesbank

Betrag sie üblicherweise Karten und andere unbare Zahlungsmittel einsetzen, geben weniger als fünf Prozent der Befragten Beträge unter 20 € an. Es verwundert daher nicht, dass die girocard erst bei Zahlungen ab 20 € regelmäßig genutzt wird, dafür bis hin zu mehr als 500 €. Überweisung und Kreditkarte spielen erst ab 100 € eine größere Rolle. Letztgenannte werden also für bestimmte Betragshöhen oder Verwendungszwecke (z. B. auf Reisen, vgl. Kap. 5.2) eingesetzt, während die girocard fast ein Allround-Zahlungsinstrument geworden ist.

Im Vergleich mit den Daten aus dem Jahr 2008 wird das Bargeld in den oberen Betragskategorien seltener verwendet. Dagegen haben girocard und Kreditkarte merklich zugelegt. Diejenigen, die größere Beträge bar bezahlen, scheinen also zur Minderheit zu werden.



4.3.2 Nutzung von Zahlungskarten

Nutzung innerhalb einer Woche

Bargeld ist also nach wie vor das meist genutzte Zahlungsinstrument: 95% der Befragten haben mindestens eine Bartransaktion im Lauf der Woche getätigt, was im Umkehrschluss bedeutet, dass immerhin fünf Prozent aller Einkäufe einer Woche unbar bezahlt haben. Der Anteil derer, die in dieser Zeit wenigstens einmal eine Karte genutzt haben, stagniert im Vergleich zu 2008 trotz der steigenden Verbreitung tendenziell. Unter allen Beteiligten hat mit 48% fast die Hälfte wenigstens einmal in der Woche die girocard und mit neun Prozent ein knappes Zehntel eine Kreditkarte eingesetzt, während die GeldKarte lediglich von einem Prozent genutzt wurde (vgl. Abbildung 5). Gegenüber der Erhebung von 2008 bedeutet dies für die girocard beziehungsweise die Kreditkarte einen moderaten Anstieg um zwei beziehungsweise einen Prozentpunkt(e), für die GeldKarte einen Rückgang um zwei

Prozentpunkte. Unter Berücksichtigung des tatsächlichen Verbreitungsgrades der jeweiligen Karte unter den Befragten, haben 51 % der girocard-Besitzer und 33 % der Kreditkartenbesitzer ihre Karte in der Tagebuchwoche genutzt.¹⁹⁾

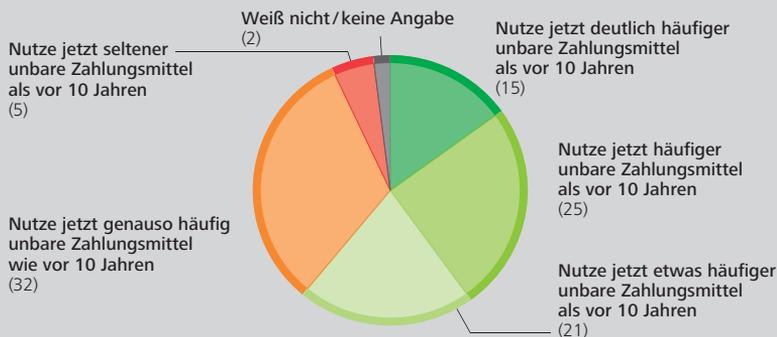
Nutzung innerhalb von zehn Jahren

Um einschätzen zu können, wie stark sich die Nutzungsintensität von unbaren Zahlungsinstrumenten im Verlauf der vergangenen zehn Jahre verändert hat, haben die Befragten im Interview erstmals angegeben, inwiefern sie heute unbare Zahlungsmittel intensiver als vor zehn Jahren nutzen.²⁰⁾ Eine deutliche Mehrheit von 60 % der Befragten gibt an, heute häufiger als in der Vergangenheit unbare Zahlungsmittel zu verwenden: „Deutlich häufiger“ geben 15 %, „häufiger“ 25 % und „etwas häufiger“ 21 % an. Während immerhin 32 % keine Veränderung in ihrem Nutzungsverhalten zu berichten haben, signalisieren fünf Prozent eine Zu-

Veränderung in der Nutzung unbarer Zahlungsinstrumente im 10-Jahres-Vergleich

Abb. 6

2011, Angaben in %



Deutsche Bundesbank

¹⁹ Ergänzend gaben 94 % der Besitzer einer girocard und 93 % der Kreditkartenbesitzer an, ihre Karte innerhalb des letzten Jahres genutzt zu haben.

²⁰ Diese Frage wurde nur denjenigen gestellt, die auch vor 10 Jahren bereits erwachsen waren.

nahme der Bargeldnutzung. Diese Ergebnisse veranschaulichen den Bedeutungszuwachs unbarer Zahlungsmittel im Langfristtrend.

4.3.3 Soziodemografische Auswertung des Zahlungsverhaltens

Im vorherigen Abschnitt wurden allgemeine Kennzahlen zur Verwendung der verschiedenen Zahlungsinstrumente dargestellt; soziodemografische Aspekte klangen nur an. In diesem Abschnitt wird der Einsatz der Zahlungsinstrumente dezidiert in Abhängigkeit von Einflussfaktoren untersucht, die in der Person des Befragten begründet sind. Die Analyse konzentriert sich auf die Merkmale Alter, Bildung und Haushaltsnettoeinkommen. Zudem wird die Nutzung der verschiedenen Zahlungsinstrumente in Verbindung zum Geschlecht, zur Herkunft (alte und neue Bundesländer) und zum Erwerbsstatus gesetzt. Grundsätzlich werden die Auswirkungen der einzelnen Soziodemografika auf die Nutzungsintensität der jeweiligen Zahlungsinstrumente getrennt voneinander untersucht. Allerdings besteht zwischen den soziodemografischen Merkmalen mitunter ein Zusammenhang.²¹⁾ Soweit nicht anders beschrieben, beziehen sich alle Prozentangaben auf den wertmäßigen Anteil der einzelnen Zahlungsinstrumente in den jeweiligen Gruppen.

Alter

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass Bargeld in allen Altersgruppen mit Abstand das beliebteste Zahlungsinstrument ist. Auch bei den unbaren Zahlungsinstrumenten ist das Bild relativ eindeutig. Hier wird bevorzugt die girocard zur Bezahlung eingesetzt.²²⁾ Dennoch unterscheidet sich die Nutzungsintensität von Bargeld und

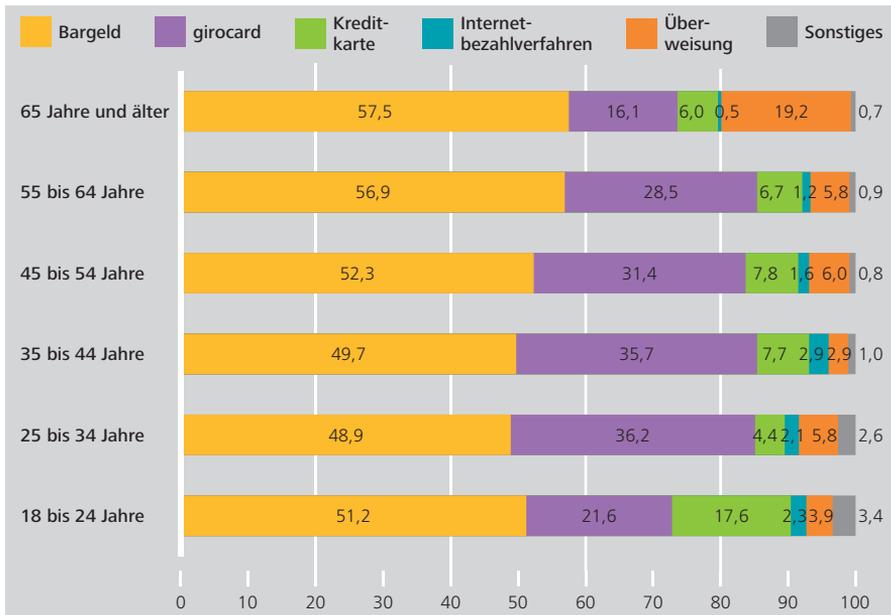
²¹ Während zwischen dem Alter und dem Bildungsabschluss sowie dem Bildungsabschluss und dem Einkommen eine messbare Korrelation besteht, ist der Zusammenhang zwischen dem Alter und dem Einkommen eher lose.

²² Einzig in der Kategorie der Befragten über 65 Jahren ist die Überweisung das meistgenutzte unbare Zahlungsinstrument. Dies erklärt sich jedoch durch wenige hohe Ausgaben.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Altersklassen

Abb. 7

2011, Angaben in %



Abweichungen zu 100% ergeben sich aus Rundungsdifferenzen.

Deutsche Bundesbank

unbaren Zahlungsinstrumenten zwischen den Altersgruppen. Jüngere (18 bis 24 Jahre) und ältere Befragte (55 Jahre und älter) nutzen Bargeld häufiger als andere Altersgruppen.²³⁾ Zum einen lässt sich dies durch viele Kleinbetragszahlungen erklären, die eine Nutzung von Bargeld begünstigen: Nur acht Prozent aller von

23 Auf den ersten Blick scheint der Nutzungsanteil von Bargeld bei den jüngeren Personen nicht viel stärker ausgeprägt zu sein als in den mittleren Alterskategorien. Allerdings wird dieser durch eine einzelne sehr hohe Kreditkartentransaktion verzerrt. Wird der Anteil gemessen an der Transaktionszahl betrachtet, wird Bargeld deutlich häufiger verwendet als bei den 25- bis 54-Jährigen. Demnach begleiten die 18- bis 24-jährigen rund 83 % ihrer Transaktionen mit Bargeld, die 35- bis 44-jährigen ca. 77 % und die über 65-jährigen zahlen wieder mehr als 89 % ihrer Transaktionen in bar.

18- bis 24-Jährigen getätigten Transaktionen haben einen Wert von mehr als 50 €. Befragte ab einem Alter von 65 Jahren geben bei 12 % ihrer Einkäufe mehr als 50 € aus. In den anderen Alterskategorien machen Transaktionen in diesem Betragsbereich immerhin zwischen 15 % und 19 % aller getätigten Transaktionen aus. Zum anderen ist vermutlich auch der etwas geringere Verbreitungsgrad von Zahlungskarten in diesen Altersgruppen für die stärkere Bargeldverwendung verantwortlich. Während der Besitz von Zahlungskarten in den mittleren Altersgruppen überdurchschnittlich stark ausgeprägt ist, besitzen vor allem ältere Befragte deutlich weniger Zahlungskarten als anhand einer auf alle Bevölkerungsgruppen gleichmäßigen Verteilung anzunehmen wäre.²⁴⁾ Damit steht dieser Alterskategorie per se eine geringere Auswahl an Zahlungsinstrumenten zur Verfügung, sodass die Verwendung von Bargeld gefördert wird. Aber nicht nur der Anteil an Kleinbetragszahlungen und der geringe Verbreitungsgrad von Zahlungskarten dürften die Bargeldnutzung bei den älteren Befragten begünstigen. Vielmehr erfüllt Bargeld die von dieser Altersgruppe präferierten Eigenschaften, wie zum Beispiel Bequemlichkeit und Vertrautheit im Umgang am besten.²⁵⁾

Bildung

Neben dem Alter wirkt sich auch das Bildungsniveau, gemessen am erreichten Bildungsabschluss, auf die Verwendung der verschiedenen Zahlungsinstrumente aus. Im Allgemeinen tendieren Menschen mit niedrigerem Bildungsabschluss eher dazu, Bargeld für die Bezahlung ihrer Einkäufe zu nutzen, während Personen mit höheren Bildungsabschlüssen verstärkt unbare Zahlungsinstrumente einsetzen. Trotzdem ist auch hier Bargeld in allen Bildungskategorien das beliebteste Zahlungsinstrument. Ähnlich wie bei der Betrachtung des Faktors Alter ist das meist genutzte unbare Zahlungsinstrument die girocard.

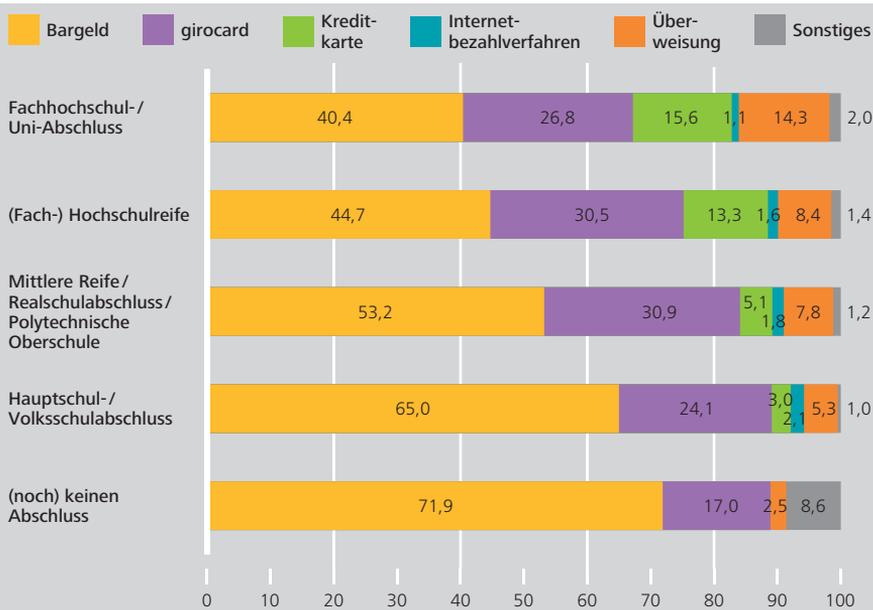
²⁴ Entsprechend der relativen Besetzungsdichte in den einzelnen Kategorien.

²⁵ Vgl.: Deutsche Bundesbank, Zahlungsverhalten in Deutschland – Eine empirische Studie über die Auswahl und Verwendung von Zahlungsinstrumenten in der Bundesrepublik Deutschland, 2009, S. 8-35.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Bildungsabschluss

Abb. 8

2011, Angaben in %



Abweichungen zu 100% ergeben sich aus Rundungsdifferenzen.

Deutsche Bundesbank

Mit einem Anteil von rund 72 % an den Gesamtausgaben ist die Nutzungsintensität von Bargeld in der Gruppe der Personen, die (noch) keinen Bildungsabschluss haben, am höchsten. Allerdings ist diese Zahl aufgrund der geringen Fallzahl mit Vorsicht zu bewerten. Mit steigendem Bildungsniveau steigt die Neigung Zahlungskarten zu benutzen.²⁶⁾ Bei den Personen mit (Fach-) Hochschulreife beziehungsweise mit Fachhochschul-/ Universitätsabschluss entspricht der Anteil der girocard- und

²⁶ Personen mit mittlerem Bildungsabschluss werden in der Analyse nicht weiter betrachtet, da die Anteile der verschiedenen Zahlungsinstrumente an den Gesamtausgaben in etwa dem Durchschnitt aller Personen entsprechen.

Kreditkartenzahlungen in etwa dem Bargeldanteil.²⁷⁾ Personen der beiden höchsten Bildungsgruppen besitzen überdurchschnittlich häufig Zahlungskarten.

Besonders deutlich wird dies beim Besitz von Kreditkarten – der angegebene Besitz ist 70 % höher als bei einer gleichmäßigen Verteilung²⁸⁾ über alle Bildungskategorien zu erwarten wäre. Mit einem Nutzungsanteil von deutlich über 10 % wird die Kreditkarte hier besonders stark genutzt.

Haushaltsnettoeinkommen

Inwieweit das Zahlungsverhalten durch das Haushaltsnettoeinkommen beeinflusst wird, ist Gegenstand dieses Abschnittes. Wie Abbildung 9 zeigt, verwenden Befragte mit einem geringen Haushaltsnettoeinkommen verstärkt Bargeld, während mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen der Nutzungsanteil von unbaren Zahlungsinstrumenten zunimmt.²⁹⁾

Personen aus Haushalten mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von weniger als 1.500 € bezahlen rund 72 % ihrer Gesamtausgaben mit Bargeld. Neben dem im Vergleich zu den anderen Einkommenskategorien deutlich geringeren Verbreitungsgrad von Zahlungskarten ist der große Anteil von Kleinbetragszahlungen in dieser Gruppe eine der wesentlichen Ursachen für die hohe Barzahlungsquote. Zudem ist es für Personen mit niedrigem Einkommen wichtiger, ihre Ausgaben unmittelbar zu kontrollieren. Dafür scheint Bargeld ein geeignetes Mittel zu sein.³⁰⁾ Überlagert wird der Einfluss geringer Einkommen auf das Zahlungsverhalten durch die soziodemografische Zusammensetzung. Einerseits sind ältere Personen

27 Der Rückgang der Nutzungsintensität der girocard von rund 31 % bei Befragten mit (Fach-) Hochschulreife auf 27 % bei Fachhochschul-/ Uniabsolventen ist durch den hohen Anteil an Überweisungen in dieser Bildungskategorie, verursacht durch wenige hohe Zahlungen per Überweisung, zu erklären.

28 Entsprechend der relativen Besetzungsdichte in den einzelnen Kategorien.

29 Befragte, die keine Angabe zu ihrem Haushaltsnettoeinkommen gemacht haben, wurden in der Analyse nicht berücksichtigt. Hierbei handelt es sich um 160 Personen.

30 Vgl.: U. von Kalckreuth, T. Schmidt, H. Stix, Using cash to monitor liquidity, Diskussionspapier der Deutschen Bundesbank, Reihe 1, Nr.22/2011.

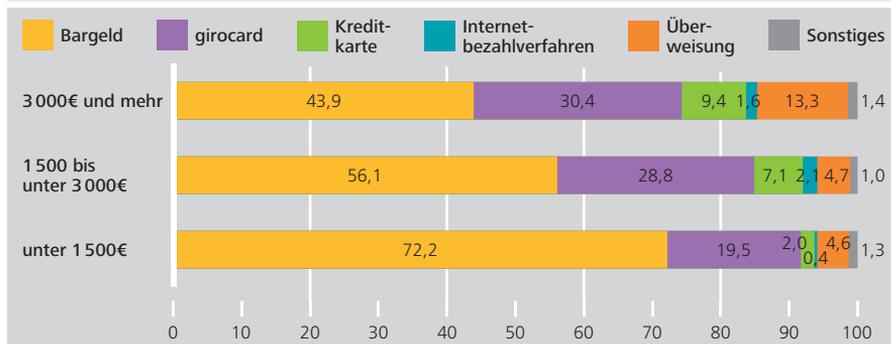
ab einem Alter von 65 Jahren in dieser Gruppe überrepräsentiert. Andererseits, wahrscheinlich auch bestimmt durch die Alterszusammensetzung, besitzen Menschen in der niedrigsten Einkommenskategorie überdurchschnittlich häufig einen Hauptschul-/ Volksschulabschluss. Dadurch wird die verstärkte Bargeldnutzung bei Personen mit niedrigem Haushaltsnettoeinkommen teilweise durch die Faktoren Alter und Bildung überlagert.

Mit zunehmendem Haushaltsnettoeinkommen nimmt die Barzahlungsaffinität immer stärker ab. Wird Bargeld in der mittleren Einkommenskategorie noch zur Bezahlung von rund 56% aller Gesamtausgaben eingesetzt, beträgt dieser Anteil in der Kategorie mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000€ nur noch 44%. Konsequenterweise entfällt auf die höchste Einkommenskategorie der größte Anteil an Transaktionen mit einem Wert von über 50€. Da ab diesem Betrag hauptsächlich unbare Zahlungsinstrumente zur Bezahlung eingesetzt werden, ist der hohe Nutzungsanteil der girocard von rund 30% schlüssig. Auch die Kreditkarte wird hier stärker genutzt als in den anderen Einkommensbereichen.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Haushaltseinkommen

Abb. 9

2011, Angaben in %



Abweichungen zu 100% ergeben sich aus Rundungsdifferenzen.

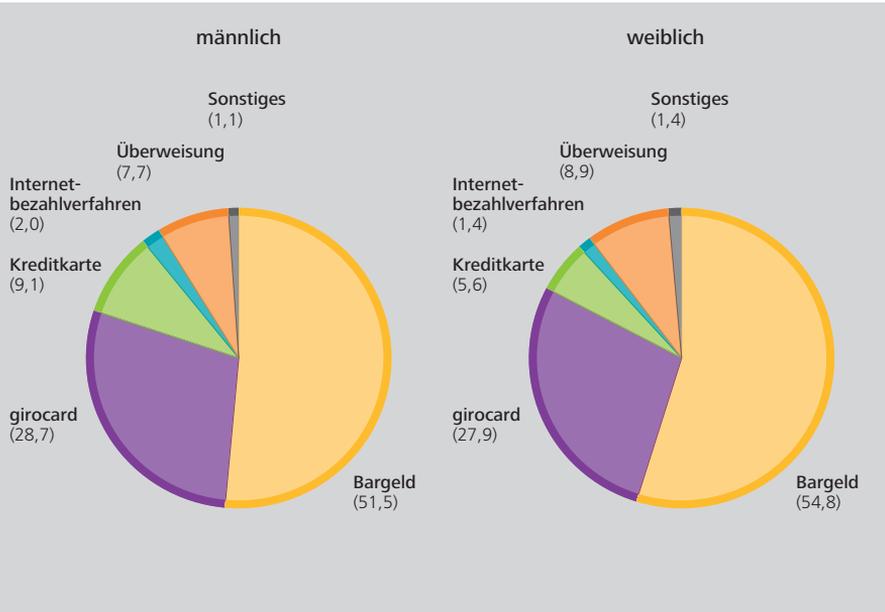
Deutsche Bundesbank

Begünstigt wird der Einsatz von Zahlungskarten durch eine überdurchschnittlich hohe Verbreitung in dieser Gruppe. Abschließend bleibt festzuhalten, dass sich verstärkt Befragte im mittleren Alter und mit hohen Bildungsabschlüssen in der höchsten Einkommenskategorie befinden und dadurch die Zahlungsmittelwahl ebenfalls beeinflusst wird.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Geschlecht

Abb. 10

2011, Angaben in %



Abweichungen zu 100% ergeben sich aus Rundungsdifferenzen.

Deutsche Bundesbank

Geschlecht

Allgemein lässt sich kein großer Unterschied in der Nutzung von Bargeld und unbaren Zahlungsmitteln zwischen Männern und Frauen feststellen. Sowohl die Nutzungsintensität von Bargeld als auch der Anteil der girocard-Zahlungen an den Gesamtausgaben sind nahezu identisch. Der leicht höhere Bargeldanteil bei den Frauen könnte auf andere soziodemografische Einflussfaktoren zurückzuführen sein. Frauen sind in der Gruppe der 65-Jährigen und älter überrepräsentiert, verfügen tendenziell über ein geringeres Einkommen und haben seltener einen Fachhochschul-/ Universitätsabschluss. Einzig die Nutzung der Kreditkarte weicht zwischen beiden Geschlechtergruppen signifikanter ab. Während Männer immerhin circa neun Prozent ihrer Ausgaben mit der Kreditkarte bezahlen, nutzen Frauen diese nur für rund sechs Prozent ihrer Zahlungen. Dies dürfte hauptsächlich an dem deutlich überproportionalen hohen Besitz der Kreditkarte bei den Männern liegen.

Alte und neue Bundesländer

Es wird unterschieden, ob jemand in den alten oder in den neuen Bundesländern lebt.³¹⁾ Zwischen der ost- und westdeutschen Bevölkerung existieren deutliche Unterschiede in der Nutzung von Bargeld. Während die Bewohner der alten Bundesländer rund 55 % ihrer Gesamtausgaben mit Bargeld bezahlen, beträgt die Nutzungsintensität von Bargeld in den neuen Bundesländern nur 45 %. Spiegelbildlich dazu ist der Anteil der girocard- und Kreditkartenzahlungen in Ostdeutschland entsprechend höher. Obwohl die soziodemografischen Faktoren Alter und Einkommen eher für eine verstärkte Bargeldnutzung der ostdeutschen Bevölkerung sprechen würden, verhält es sich genau entgegengesetzt.³²⁾ Eine höhere Verbreitung von Zahlungskarten in den neuen Bundesländern lässt sich anhand der Daten nicht

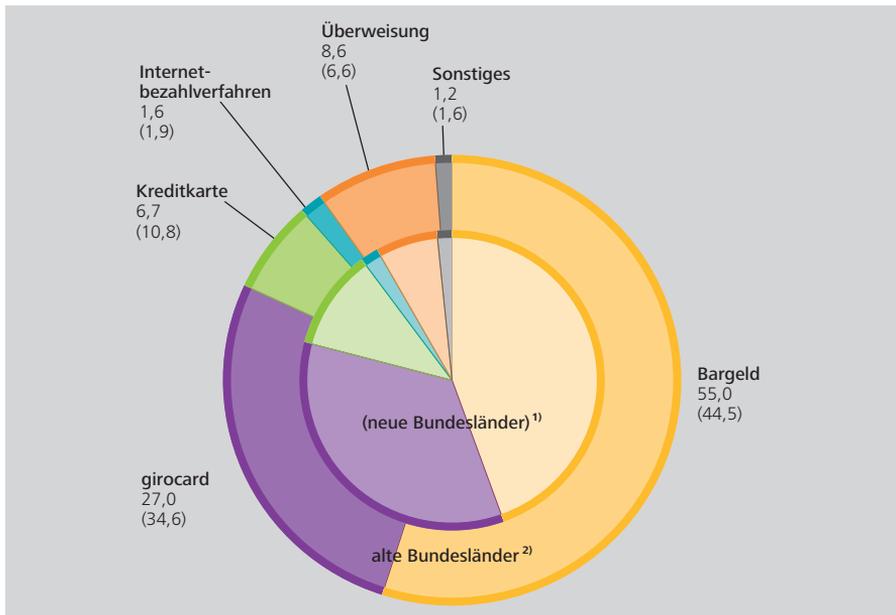
31 Bei der Betrachtung des Wohnortes wird West-Berlin zu den alten Bundesländern gezählt und Ost-Berlin den neuen Bundesländern zugeordnet.

32 In Ostdeutschland sind Personen älter als 55 Jahre überrepräsentiert. Zudem sind Ostdeutsche übermäßig häufig in der untersten Einkommenskategorie bis 1.500 € vertreten. Lediglich die im Vergleich zu Westdeutschland überdurchschnittlich hohe Anzahl an Fachhochschul- bzw. Universitätsabsolventen würde für eine höhere Kartenpräferenz sprechen.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten in neuen und alten Bundesländern

Abb. 11

2011, Angaben in %



1 Einschl. Ost-Berlin. **2** Einschl. West-Berlin.

Deutsche Bundesbank

nachweisen, sodass auch diese Erklärung ausscheidet. Damit verbleiben nur noch die Transaktionscharakteristika, um die höhere Kartenaffinität der Bevölkerung in den neuen Bundesländern zu erklären. Tatsächlich ist der Anteil von Transaktionen mit einem Wert von 50 € und mehr an der Gesamttransaktionszahl in Ostdeutschland mit 17 % gegenüber 14 % in Westdeutschland höher. In Verbindung mit einer geringeren Gesamtanzahl von Transaktionen,³³⁾ ergibt sich folgende Schlussfolge-

³³ Während die Ostdeutschen im Mittel 8,6 Transaktionen während der Tagebuchwoche durchführten, haben Bewohner Westdeutschlands im Schnitt 9,7 Transaktionen durchgeführt. Dies entspricht einem prozentualen Unterschied von rund 13 %.

rung: Die Nutzung von Zahlungskarten wird in Ostdeutschland begünstigt, da die Bevölkerung weniger Transaktionen mit einem höheren Transaktionswert tätigt.³⁴⁾ Des Weiteren kauft die Bevölkerung der neuen Bundesländer überproportional häufig im Internet ein. Hier ist die Nutzung unbarer Zahlungsinstrumente fast zwangsläufig. Der hohe Anteil an Kreditkartenzahlungen an den Gesamtausgaben ist vermutlich auf die Bezahlung von Einkäufen im Internet zurückzuführen (vgl. Kap. 5.1.2).

Zusammenfassung

Das Zahlungsverhalten wird erheblich durch das Alter, die Bildung und das Einkommen beeinflusst. Mit zunehmenden Alter steigt die Nutzungsintensität von Bargeld deutlich an – den höchsten Anteil an den Gesamtausgaben besitzt Bargeld bei den Befragten in einem Alter von 65 Jahren und älter. Ungeachtet des Alters verwenden besser gebildete und einkommensstärkere Personen eher Zahlungskarten für die Bezahlung. Zum Teil lassen sich die einzelnen Einflussfaktoren kaum voneinander abgrenzen, da sie korrelieren. Ältere Befragte haben in der Tendenz einen geringeren Bildungsabschluss und ein niedrigeres Einkommen, wohingegen Befragte im mittleren Alter eher gut gebildet sind und über ein höheres monatliches Haushaltsnettoeinkommen verfügen können. Letztendlich bestätigen diese Ergebnisse die Resultate aus der Erhebung von 2008. Auch hier hatten die drei vorgenannten Soziodemografika einen maßgeblichen Einfluss auf das Zahlungsverhalten. Der Einfluss des Geschlechts auf die Nutzung von Bargeld hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung verringert. Dafür ist nach wie vor ein deutlicher Unterschied in der Kreditkartennutzung zwischen Männern und Frauen festzustellen. Des Weiteren weicht das Zahlungsverhalten der ost- und westdeutschen Bevölkerung immer noch stark voneinander ab. Dabei scheint das Zahlungsverhalten in den neuen

³⁴ Ein ähnliches Verhalten lässt sich auch beim Bezug von Bargeld feststellen. Die Bevölkerung der neuen Bundesländer geht seltener zum Bankschalter oder Geldausgabeautomaten und hebt dafür an beiden Orten höhere Beträge ab als die Menschen in Westdeutschland. Vgl.: Deutsche Bundesbank, *Wie kommt das Bargeld ins Portmonee?*, 2010, Seite 30.

Bundesländern weniger durch die persönlichen Merkmale der einzelnen Personen, als vielmehr durch äußere Einflüsse bestimmt zu sein (Betrag und Häufigkeit der Transaktionen, Einkaufsmöglichkeiten, Infrastruktur).³⁵⁾

Neben dem allgemeinen Einfluss der Soziodemografika hat sich gezeigt, dass auch der Besitz von Zahlungskarten und der Anteil an Kleinbetragszahlungen sowie die Häufigkeit von Transaktionen Einfluss auf das Zahlungsverhalten nehmen.

4.3.4 Auswertung des Zahlungsverhaltens nach Zahlungsorten/-zwecken

In diesem Abschnitt wird die bevorzugte Nutzung bestimmter Zahlungsinstrumente an verschiedenen Orten beziehungsweise für unterschiedliche Zwecke aufgezeigt.

Der Großteil der im Zahlungstagebuch aufgezeichneten Transaktionen wurde im Einzelhandel für den täglichen Bedarf getätigt. Auf diesen Zahlungsort entfallen mit 8.360 Transaktionen rund 42% aller während der Tagebuchwoche durchgeführten Transaktionen. Dabei wurden Waren im Wert von knapp 191.000€ umgesetzt – dies entspricht einem Anteil von 32% am gesamten während der Woche beobachteten Umsatz in Höhe von 597.280€. Damit ergibt sich ein Durchschnittswert von circa 23€ pro Transaktion, wobei jeder Befragte ungefähr vier Transaktionen im Laufe einer Woche im Einzelhandel für den täglichen Bedarf getätigt hat. Die zweithöchste Anzahl an Transaktionen entfällt auf Cafés, Kneipen, Imbisse, Schnellrestaurants, mit rund 12% aller Ausgaben. Der dabei aufgewendete Durchschnittsbetrag liegt mit 10€ deutlich unter dem Mittelwert im Einzelhandel für den täglichen Bedarf. Gemessen am Umsatz wird im Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen der zweithöchste Betrag ausgegeben. Hier liegt der durchschnittlich

³⁵ Vgl.: Deutsche Bundesbank, Zahlungsverhalten in Deutschland – Eine empirische Studie über die Auswahl und Verwendung von Zahlungsinstrumenten in der Bundesrepublik Deutschland, 2009, S. 52-67.

Anzahl und Wert von Transaktionen nach Zahlungsorten/ -gelegenheiten

Tab. 5

Zahlungsort/ -gelegenheit	Anzahl Transaktionen		Wert Transaktionen		Ø Wert je	Ø Anzahl
	Anzahl	Anteil in %	Betrag in Euro	Anteil in %	Transaktion in Euro	je Befragten
Einzelhandel für täglichen Bedarf	8.360	42,1	190.921	32,0	23	4,0
Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen	1.189	6,0	89.020	14,9	75	0,6
Tankstelle	1.647	8,3	72.540	12,1	44	0,8
Apotheke	733	3,7	13.465	2,3	18	0,3
Dienstleistungsbetrieb außer Haus	728	3,7	46.437	7,8	64	0,3
Dienstleistungen im Haushalt	166	0,8	11.721	2,0	70	0,1
Automaten	791	4,0	4.827	0,8	6	0,4
Einkaufen im Internet	290	1,5	21.798	3,6	75	0,1
Bestellung im Versandhaus	174	0,9	15.548	2,6	89	0,1
Restaurant	782	3,9	29.931	5,0	38	0,4
Café, Kneipe, Imbiss, Schnellrestaurant	2.460	12,4	25.272	4,2	10	1,2
Freizeitaktivitäten	674	3,4	16.280	2,7	24	0,3
Hotel, Pension	28	0,1	3.691	0,6	130	0,0
Ausgaben an Privatpersonen	553	2,8	16.498	2,8	30	0,3
Taschengeld für Kinder	362	1,8	8.025	1,3	22	0,2
Sonstiges	865	4,4	29.686	5,0	34	0,4
Zahlungsort nicht genannt	64	0,3	1.619	0,3	25	0,0
Gesamt	19.870	100,0	597.280	100,0	30	9,4

pro Transaktion verausgabte Betrag mit circa 75 € klar über den Mittelwerten der beiden vorher genannten Zahlungsorte. Der höchste im Mittel umgesetzte Betrag wird mit 130 € in Hotels und Pensionen ausgegeben.

Da der Zahlungsbetrag ein maßgebliches Kriterium bei der Entscheidung zwischen Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten ist, sind die unterschiedlichen Nutzungsanteile der einzelnen Zahlungsinstrumente auch ortsabhängig. Außerdem ist es nicht an jedem Zahlungsort möglich, verschiedene Zahlungsinstrumente zu verwenden. Zum einen liegt dies daran, dass an einigen Zahlungsorten nicht die nötige technische Infrastruktur besteht (zum Beispiel Kioske und Bäckereien), und zum anderen bedingen die Besonderheiten gewisser Zahlungsorte beziehungsweise Zahlungszwecke die Nutzung bestimmter Zahlungsinstrumente (Einkaufen im Versandhandel und Internet, Ausgaben an Privatpersonen). Im folgenden Abschnitt werden die wichtigsten Unterschiede bei der Verwendung der einzelnen Zahlungsinstrumente aufgezeigt und entsprechende Erklärungsmuster dargestellt.³⁶⁾

Bei Taschengeldzahlungen und Ausgaben an Privatpersonen sowie Transaktionen in Cafés, Kneipen, Imbissen, Schnellrestaurants wird fast ausschließlich mit Bargeld gezahlt. Einerseits fallen hier häufig kleine Beträge zur Bezahlung an, andererseits ist die Nutzung vieler unbarer Zahlungsinstrumente im Zahlungsverkehr zwischen Privatpersonen nahezu ausgeschlossen. So ist es zu erklären, dass die Überweisung hier das wichtigste unbare Zahlungsinstrument ist.

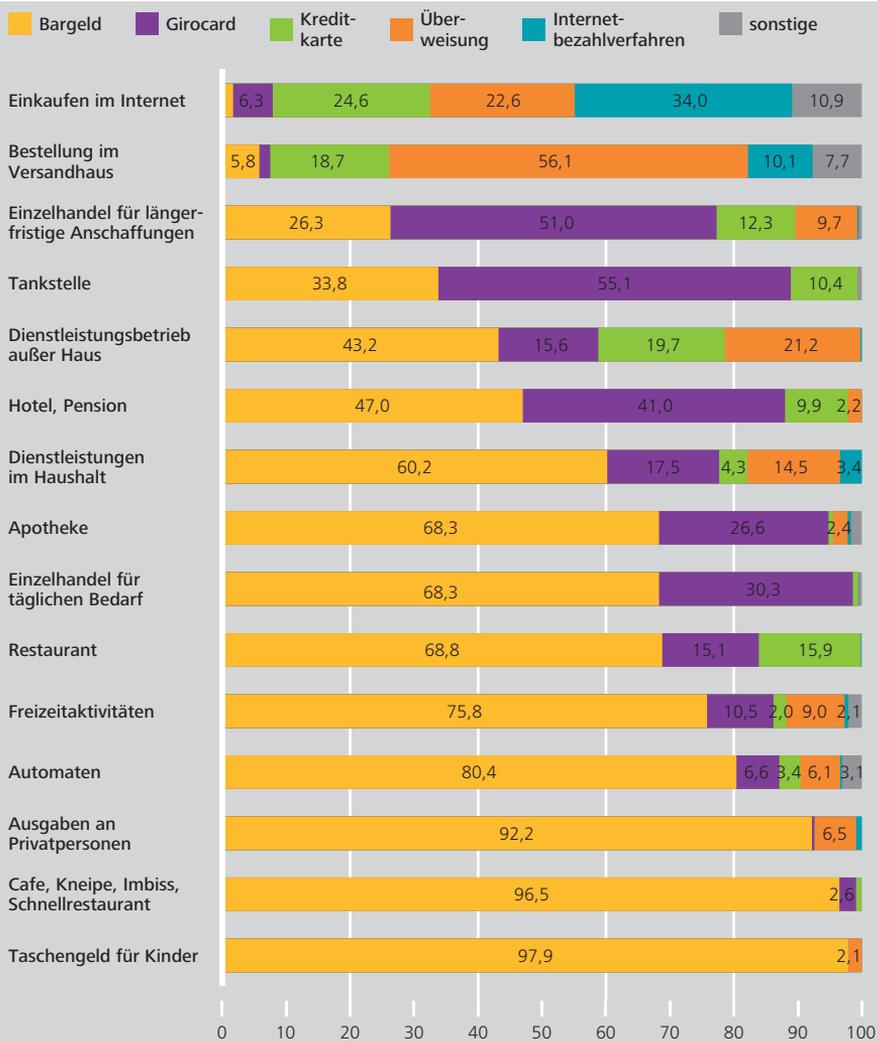
Auch an Automaten und in Restaurants wird zum überwiegenden Teil Bargeld zur Bezahlung eingesetzt. Aufgrund der enorm hohen Zahl an Kleinbetragszahlungen – über 97 % aller Transaktionen haben einen Wert von unter 20 € – scheint die Verwendung von Bargeld für Automatenzahlungen folgerichtig. Hier macht sich die

36 Soweit nicht anders beschrieben, beziehen sich alle Prozentangaben auf den wertmäßigen Anteil der einzelnen Zahlungsinstrumente in den jeweiligen Gruppen.

Verwendung von Zahlungsinstrumenten nach Zahlungsort bzw. -zweck

Abb. 12

2011, Angaben in %



Aufgrund der Übersichtlichkeit wurden Beschriftungen für einzelne Zahlungsinstrumente (<2%) weggelassen.
 Deutsche Bundesbank

geringe Bedeutung der GeldKarte am deutlichsten bemerkbar. Ursprünglich angetreten, um Bargeld in diesem Einsatzgebiet zu verdrängen, werden nur etwas mehr als drei Prozent aller Transaktionen an Automaten mit der GeldKarte bezahlt.³⁷⁾ Mit einem Anteil von fast 80 % machen Zahlungen bis zu einem Wert von 50€ den Großteil der Transaktionen in einem Restaurant aus und begünstigen damit die Nutzung von Bargeld. Das beliebteste unbare Zahlungsinstrument in Restaurants ist die Kreditkarte.

Sowohl in Bezug auf die Transaktionszahl als auch auf den Umsatz ist der Einzelhandel für den täglichen Bedarf der bedeutendste Zahlungsort in der Tagebuchbetrachtung. Der Anteil von Bargeld an den Gesamtausgaben beträgt hier 69 %, gefolgt von 30 % girocard-Nutzung. Wie auch schon in der letzten Studie festgehalten, dürfte dies an vielen Kleinbetragszahlungen liegen – der Median aller im Einzelhandel für den täglichen Bedarf getätigten Zahlungen liegt bei 13€. Da Kartenterminals an diesem Zahlungsort sehr verbreitet sind, dürfte dies den Einsatz der girocard fördern.

Zahlungsorte, an denen unbare Zahlungsinstrumente dominieren, sind unter anderem Hotels und Pensionen, Tankstellen, Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen, Bestellungen im Versandhaus und Einkaufen im Internet. Während in Hotels und Pensionen der Einsatz unbarer Zahlungsinstrumente gegenüber Bargeld nur leicht überwiegt, zeigt sich an den anderen Zahlungsorten eine deutlich stärkere Nutzung unbarer Zahlungsmittel. Aufgrund des hohen durchschnittlichen Zahlungsbetrages in Hotels oder Pensionen überrascht die hauptsächliche Verwendung unbarer Zahlungsinstrumente nicht.³⁸⁾ Auch an Tankstellen scheint sich der Zusammenhang zwischen der Höhe des mittleren Transaktionswertes und der Nei-

37 Von allen Zahlungsorten wird die GeldKarte an Automaten immer noch am häufigsten eingesetzt.
38 Interessant ist der im Vergleich zur letzten Erhebung gesunkene Kreditkartenanteil bei gleichzeitig stark gestiegenem girocard-Anteil. Diese Verschiebung könnte mit den relativ geringen Fallzahlen in dieser Kategorie zusammenhängen.

gung zu bestätigen, mit Zahlungskarten zu bezahlen. Beliebtestes Zahlungsinstrument an diesem Zahlungsort ist die girocard. Begünstigt wird die Nutzung der girocard durch die Tatsache, dass größtenteils Personen im mittleren Alter an der Tankstelle Transaktionen tätigen. Im Einzelhandel für längerfristige Anschaffungen wird ebenfalls hauptsächlich die girocard eingesetzt. Immerhin 51 % der Gesamtausgaben an diesem Zahlungsort werden mit ihr bezahlt. Dieser hohe Anteil korrespondiert mit dem hohen durchschnittlichen Zahlungsbetrag. Beim Einkaufen im Internet und für Bestellungen im Versandhandel wird klassischerweise auf unbare Zahlungsinstrumente zurückgegriffen. Während bei den Bestellungen im Versandhandel die Überweisung mit deutlichem Abstand zu den anderen Zahlungsinstrumenten das beliebteste Zahlungsinstrument ist, wurde diese im Vergleich zur letzten Erhebung aus dem Jahr 2008 beim Einkaufen im Internet durch Internetbezahlverfahren verdrängt. Hier spiegelt sich unter Umständen die Altersstruktur der Interneteinkäufer wider. Es handelt sich hauptsächlich um junge Menschen und Personen mittleren Alters, die neuen Zahlungsinstrumenten offenbar aufgeschlossener gegenüberstehen als Befragte anderer Altersgruppen.

Wie vermutet, zeigen sich zum Teil erhebliche Unterschiede in der Nutzung der Zahlungsinstrumente an verschiedenen Zahlungsorten beziehungsweise für unterschiedliche Zahlungszwecke. Die Ergebnisse der letzten Untersuchung bestätigend, wird an Orten, an denen häufig kleinere Beträge gezahlt werden müssen, verstärkt zu Bargeld gegriffen. Demgegenüber werden an Zahlungsorten mit hohen durchschnittlichen Transaktionswerten vermehrt unbare Zahlungsinstrumente eingesetzt. Im Vergleich zu der Erhebung aus dem Jahr 2008 haben sich zwar an einigen Orten die Anteile der einzelnen Zahlungsinstrumente verändert, in der Tendenz zeigt sich jedoch eine stabile Präferenz für bestimmte Zahlungsinstrumente an gewissen Zahlungsorten.

■ 5. Einsatz von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten nach Zahlungssituation

Anschließend an die Betrachtung des Zahlungsverhaltens nach den im Tagebuch aufgeführten Zahlungsorten beziehungsweise -zwecken werden in diesem Abschnitt die Nutzung und die Gründe für die Verwendung von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten in zwei besonderen Zahlungssituationen untersucht: dem Einkaufen im Internet und dem Bezahlen auf Reisen im Ausland. Dazu wurden im Fragebogen Merkmale in Bezug auf die Selbsteinschätzung der Befragten im Umgang mit den entsprechenden Zahlungsinstrumenten erhoben.

■ 5.1 Zahlungsverhalten im Internet

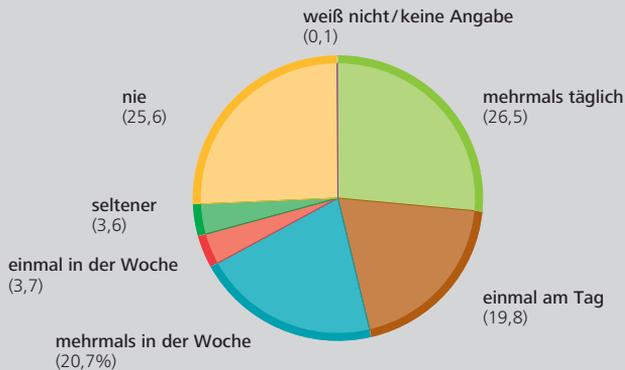
Mit der zunehmenden Nutzung des Internets zum Einkaufen wird die Frage immer interessanter, wie und aus welchen Beweggründen Zahlungsinstrumente beim Onlineeinkauf eingesetzt werden. So könnte mit dem relativen Bedeutungszuwachs der Nutzung von Zahlungsinstrumenten im Internet gegenüber der Nutzung im stationären Handel ein steigender Einfluss auf das allgemeine Zahlungsverhalten ausgehen.³⁹⁾ Daher wurde das Zahlungsverhalten in diesem Medium im Vergleich zur Vorgängerstudie ausführlich analysiert. Insbesondere werden die Nutzungsgewohnheiten verschiedener reiner Internetzahlverfahren wie PayPal, Giropay oder „SOFORT Überweisung“ aufgrund ihrer steigenden Popularität differenziert betrachtet.

³⁹ Fragen zu Kriterien, die für Verbraucher bei der Anschaffung von Zahlungsmitteln wichtig sind, wurden bei dieser Erhebung nicht untersucht. Dem liegt die Annahme zugrunde, dass diese allgemeinen Einstellungen über die Jahre hinweg recht stabil sind.

Häufigkeit der Internetnutzung

Abb. 13

2011, Angaben in %



Deutsche Bundesbank

5.1.1 Internetnutzung

Um das Zahlungsverhalten im Internet näher betrachten zu können, wurde zunächst die Internetnutzung der Befragten ermittelt. Im Ergebnis ist knapp die Hälfte aller Befragten täglich im Internet, jeder vierte sogar mehrmals täglich. Lediglich ein Viertel der Befragten gibt an, das Internet gar nicht zu nutzen. Wird die Internetnutzung hinsichtlich in der Person liegender Einflussfaktoren betrachtet, lässt sich Folgendes feststellen: Das Internet wird häufiger von Jüngeren genutzt, von Personen mit höherem Bildungsabschluss und Haushaltsnettoeinkommen sowie von Männern. Darüber hinaus sind Kreditkartenbesitzer überdurchschnittlich internetaffin.⁴⁰⁾

⁴⁰⁾ Die Ergebnisse decken sich mit denen der Studie Initiative D21, (N)ONLINER – Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland, 2010.

5.1.2 Nutzung des Internets zum Einkauf

Der Internethandel ist in den letzten fünf Jahren um über 100 % gewachsen und wies bereits im Jahr 2009 erstmalig einen größeren Umsatz als der Katalogversandhandel auf.⁴¹⁾ Der Umsatz mit Waren im Onlinehandel betrug im Jahr 2011 21,7 Mrd€. Darüber hinaus expandiert der Online-Markt für Dienstleistungen stetig. Im Jahr 2011 betrug der Umsatz bereits 8 Mrd€. Der Umsatz der Online-Branche am gesamten Einzelhandelsumsatz liegt mit 29,7 Mrd€ im Jahr 2011 bei rund sieben Prozent.⁴²⁾

Die zunehmende Bedeutung des Internets zum Einkauf spiegelt sich auch in den Ergebnissen der Umfrage wider. So zeigt sich im Vergleich zur Vorgängerstudie eine deutliche Zunahme bei der Nutzung des Internets zum Einkauf. Sagten 2008 noch 58 % aller Befragten aus, nie im Internet einzukaufen, sank dieser Anteil deutlich auf 43 %.

Die Basis für die weiteren Betrachtungen bilden nur die Befragten, die Internetnutzer sind (64 % aller Befragten). Lediglich 23 % der Internetnutzer sagen aus, das Internet nie für Einkäufe zu nutzen, während ein Viertel sogar mindestens einmal im Monat und häufiger im Internet einkauft. Erwartungsgemäß sind die Jüngeren aktiver. Insbesondere die 25- bis 34-Jährigen und 18- bis 24-Jährigen kaufen häufig im Internet ein. Unter Berücksichtigung des Haushaltseinkommens lässt sich feststellen, dass mit höherem Einkommen die Einkaufshäufigkeit steigt. Auffällig ist, dass sich die Einkaufshäufigkeit zwischen weiblichen und männlichen Umfrageteilnehmern nur geringfügig unterscheidet, obwohl Frauen grundsätzlich deutlich weniger im Internet aktiv sind als Männer. Interessanterweise kaufen die Befragten in

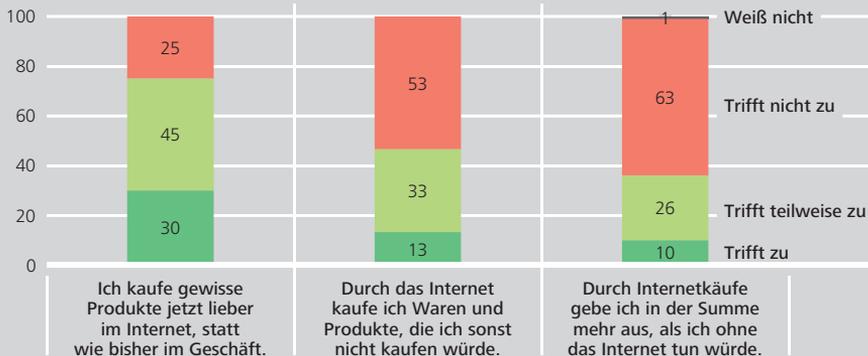
⁴¹ Vgl.: KPMG/ EHI Retail Institute, Trends im Handel 2020, 2012, S. 9.

⁴² Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V., Interaktiver Handel in Deutschland 2011, 2012, S. 118, 131f.

Einfluss des Internets auf das Kaufverhalten

Abb. 14

2011, Angaben in %



Abweichungen zu 100% ergeben sich aus Rundungsdifferenzen.

Deutsche Bundesbank

den neuen Bundesländern im Vergleich zu denen in den alten Bundesländern häufiger im Internet ein, obwohl die Internetnutzung generell unter der in den alten Bundesländern liegt. Ausschlaggebend für diese signifikante Diskrepanz könnte die etwas geringere Dichte von Einkaufsmöglichkeiten in Ostdeutschland sein.

Bezüglich der Einkaufsgewohnheiten im Internet lässt sich feststellen, dass im Vergleich zu der Erhebung von 2008 der Anteil derjenigen, die gewisse Produkte lieber im Internet statt wie bisher im Geschäft einkaufen, um fünf Prozentpunkte auf 30% gestiegen ist. Insbesondere Männer mit 33% und Personen bis 34 Jahre mit 35% zählen überdurchschnittlich oft zu dieser Gruppe. Jeder zweite Käufer im Internet gibt an, sich nicht zu unbeabsichtigten Käufen verleiten zu lassen. Doch bei einem Drittel der Befragten führt die Nutzung des Internets für Einkäufe nach eigenen Angaben zumindest teilweise zu Mehrausgaben. Im Vergleich zur Vorgängerstudie ist ein leichter Zuwachs von 32 auf 36% zu verzeichnen. Bei Jüngeren bis 24 Jahren ist der Anteil mit 47% überdurchschnittlich hoch.

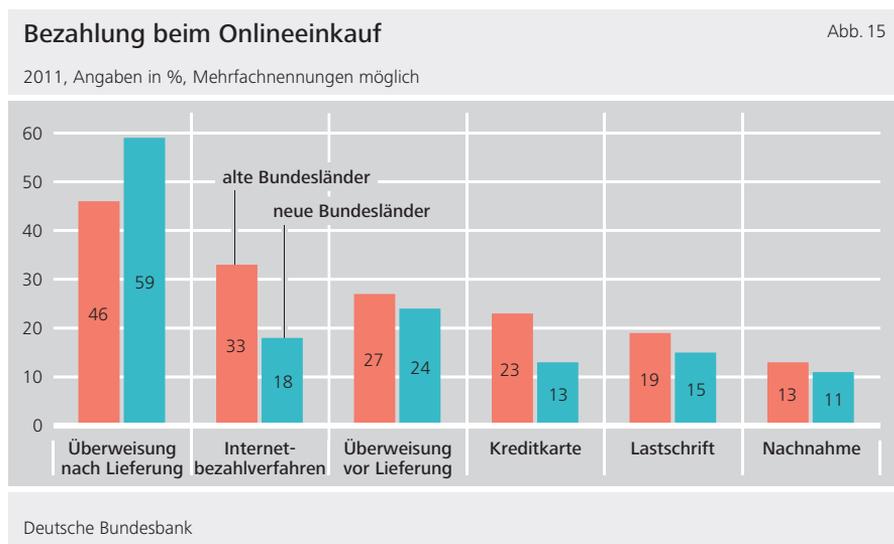
5.1.3 Zahlungsgewohnheiten im Internet⁴³⁾

Im Gegensatz zum stationären Handel wird im Internet vorwiegend unbar bezahlt. Es zeigt sich im Vergleich zu der Erhebung von 2008, dass reine Internetzahlverfahren stetig an Bedeutung gewinnen und klassische unbare Zahlungsmittel zunehmend ergänzen beziehungsweise verdrängen. Gemäß der Selbsteinschätzung der Befragten wurden Einkäufe im Internet 2008 überwiegend per Überweisung nach Lieferung und per Vorkasse bezahlt. Mittlerweile präferiert die Mehrheit neben der Zahlung per Überweisung nach Lieferung mit 48 % jedoch Internetbezahlverfahren, zu denen beispielsweise PayPal, Giropay und „SOFORT Überweisung“ zählen. Während die Nutzung von Internetbezahlverfahren deutlich um 21 Prozentpunkte auf 31 % zunahm, verzeichnet die Zahlung per Vorkasse einen Rückgang um 16 Prozentpunkte auf 26 %. Vor allem Männer und Nutzer zwischen 25 und 34 Jahren stehen Internetbezahlverfahren besonders offen gegenüber, während bei den Befragten ab 45 Jahren die Zahlung per Kreditkarte dominiert. Gegenüber der Erhebung von 2008 ist darüber hinaus ein messbarer Zuwachs bei der Nutzung der Kreditkarte durch die älteren Befragten festzustellen, während das allgemeine Nutzungsniveau der Kreditkarte mit 21 % konstant geblieben ist.

Signifikante Unterschiede zeichnen sich grundsätzlich zwischen den in den neuen und alten Bundesländern lebenden Befragten ab. Erstere präferieren die Überweisung nach Lieferung gefolgt von der Zahlung per Vorkasse, während Internetzahlverfahren von untergeordneter Bedeutung sind. Bei letzteren sind Internetzahlverfahren hingegen, neben der Zahlung per Überweisung nach Lieferung, eines der beiden bevorzugten Zahlverfahren. Auch bei der Zahlung per Kreditkarte zeichnen sich deutliche Unterschiede bei der Nutzungsintensität zwischen diesen beiden Gruppen ab. Der größere Anteil bei Befragten aus den alten Bundesländern könnte

⁴³ Die hier aufgezeigten Daten wurden mit Hilfe des Fragebogens erfasst, d. h. sie beziehen sich nicht auf tatsächlich beobachtetes Verhalten gemäß Zahlungstagebuch, sondern auf eine reine Selbsteinschätzung der Interviewteilnehmer.

jedoch auch auf das bei ihnen im Durchschnitt höhere Haushaltsnettoeinkommen zurückzuführen sein. Denn je höher das Haushaltsnettoeinkommen ist, desto eher befinden sich Kreditkarten im Besitz der Zahler (vgl. dazu Kapitel 4.1.2) und werden auch stärker genutzt. So zahlt die Hälfte der Kreditkartenbesitzer üblicherweise auch mit dieser im Internet. Für diese Gruppe ist die Kreditkarte das favorisierte Zahlungsmittel im Internet.



Bei einer nach den einzelnen Instrumenten aufgeschlüsselten Betrachtung der Internetzahlverfahren lässt sich feststellen, dass 87% aller Nutzer von Internetzahlverfahren PayPal, neun Prozent „SOFORT Überweisung“ und drei Prozent Giropay verwenden. Sehr junge (unter 24 Jahre) und ältere (über 55 Jahre) Teilnehmer nutzen überdurchschnittlich häufig PayPal. Deutliche Unterschiede im Nutzerverhalten zeigen sich auch in der Gruppe der 25- bis 34-Jährigen, in der lediglich 77% PayPal und dafür 15% „SOFORT Überweisung“ nutzen. Auch weibliche Befragte nutzen „SOFORT Überweisung“ relativ stärker als männliche Befragte, jedoch PayPal nur unwesentlich geringer. Weder das Bildungsniveau noch die Höhe des Haushalts-

nettoeinkommens wirken sich eindeutig auf die Nutzungsintensität der einzelnen Verfahren aus. Auch die Ansässigkeit in den neuen beziehungsweise alten Bundesländern wirkt sich nicht signifikant aus. Diejenigen, die an anderen Orten als dem Internet lieber bar zahlen, nutzen PayPal im gleichen Maße wie der durchschnittliche Nutzer, mit 14% liegt bei ihnen der Anteil der Nutzer von „SOFORT Überweisung“ jedoch etwas höher.

Zusammenfassend betrachtet, ist ein signifikanter Bedeutungszuwachs von Internetzahlverfahren gegenüber klassischen unbaren Zahlungsinstrumenten, insbesondere der Überweisung, festzustellen. Zwar hielt eine Mehrheit der im Rahmen der Vorgängerstudie Befragten die Einsetzbarkeit eines Zahlungsinstruments im Internet für eher unwichtig, doch deuten die aktuellen Befunde darauf hin, dass eine spürbare Nachfrage nach spezialisierten Zahlungsinstrumenten besteht.

■ 5.2 Zahlungsverhalten auf Reisen im Ausland

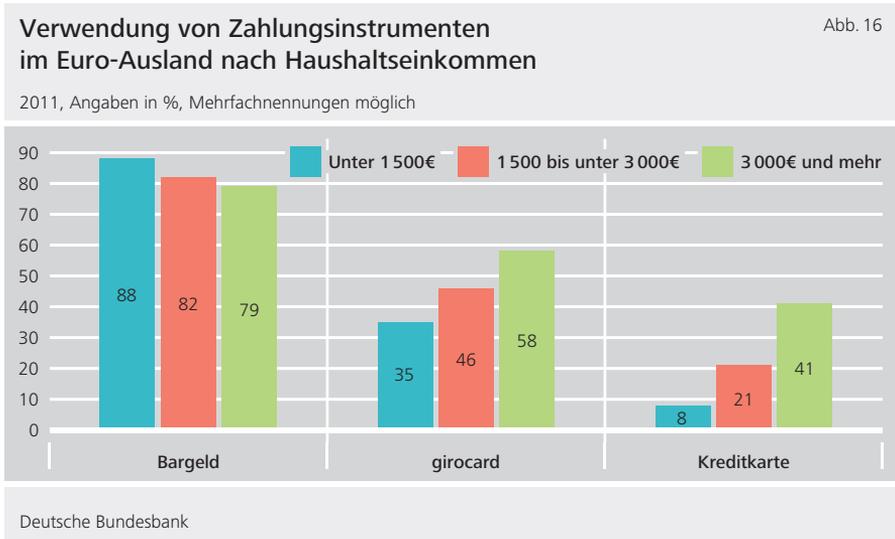
Um die Bedeutung einzelner Zahlungsinstrumente beim Einsatz im Ausland deziert betrachten zu können, wurden die Teilnehmer der Studie nach ihren Zahlungsgewohnheiten auf Reisen befragt. Dahinter steht die Überlegung, dass sich Personen, die oft auf Reisen sind, eventuell aus diesem Grund bestimmte Zahlungsinstrumente, zum Beispiel eine Kreditkarte, anschaffen und diese dann auch für ihre gewöhnlichen Transaktionen im Inland verwenden.

5.2.1 Innerhalb des Euro-Raums

Ein Viertel der Befragten in Deutschland gibt an, überhaupt keine Auslandsreisen innerhalb des Euro-Raums zu unternehmen.⁴⁴⁾ Ein weiteres Viertel reist seltener als einmal, die Hälfte reist mindestens einmal im Jahr. Auf die Frage, welche Zahlungsmittel auf den Reisen dorthin genutzt werden, nennt eine Mehrheit von 82 % aller Befragten das Bargeld, gefolgt von der girocard mit 50 % und der Kreditkarte mit 28 %. Männer reisen im Durchschnitt häufiger als Frauen und nutzen unbare Zahlungsmittel tendenziell stärker. Jüngere (18 bis 24 Jahre) und ältere Menschen (über 65 Jahre) reisen am seltensten und zahlen überdurchschnittlich oft bar. Dies spiegelt deren allgemeines Zahlungsverhalten wider. Befragte mittleren Alters (35 bis 54 Jahre) reisen am häufigsten und greifen, wie auch im Alltag, besonders stark auf die girocard und Kreditkarte zurück.

Differenziert nach dem Haushaltsnettoeinkommen zeigen sich deutliche Unterschiede. Jeder zweite mit einem Haushaltsnettoeinkommen über 3.000 € reist mindestens ein- bis zweimal im Jahr in Länder innerhalb des Euro-Raums, während dies bei Befragten mit weniger als 1.500 € lediglich jeder fünfte ist. Die Besserver-

⁴⁴ Es sind sowohl private als auch geschäftliche Reisen gemeint.



dienenden setzen neben Bargeld auch verstärkt die girocard und die Kreditkarte ein, was im Einklang mit dem Zahlungsverhalten gemäß Zahlungstagebuch steht. Diese Gruppe greift mit 41 % deutlich häufiger als andere auf die Kreditkarte zurück.

Betrachtet man die Antworten der Befragten in Abhängigkeit der ihnen zur Verfügung stehenden Zahlungsinstrumente, heben sich Kreditkartenbesitzer signifikant von den Inhabern anderer Zahlungsinstrumente ab. So reisen zwei Drittel der Kreditkarteninhaber mindestens einmal im Jahr und nur fünf Prozent von ihnen überhaupt nicht ins Euro-Ausland. Dies könnte darauf hindeuten, dass sich Vielreisende gezielt eine Kreditkarte für Reisezwecke anschaffen. Denn Kreditkartenbesitzer nutzen diese mit 68 % mehr als doppelt so häufig wie der durchschnittliche Befragte mit 28 %. Unter Berücksichtigung der Staatsangehörigkeit der Befragten stellt sich wenig überraschend heraus, dass Personen mit Migrationshintergrund häufi-

ger reisen.⁴⁵⁾ Während nur jeder fünfte mit Migrationshintergrund nie reist, ist es bei den übrigen Befragten jeder vierte, wobei erstere mit 31 % eine stärkere Neigung zur Nutzung der Kreditkarte aufweisen als letztere mit 27 %, während die Bargeldaffinität mit 75 % gegenüber 83 % geringer ausfällt.

Wird nach den Gründen für die Nichtnutzung von Zahlungskarten in Ländern innerhalb des Euro-Raums gefragt, zeichnet sich ein relativ geschlossenes Bild über alle Altersgruppen und die Geschlechter ab: 50 % halten das Betrugsrisiko für zu hoch, 43 % die anfallenden Kosten und 32 % geben an, sich nicht darauf verlassen zu können, dass ihre Karte funktioniert. Weitere Gründe, wie beispielsweise Gewohnheit, Angst vor Diebstahl oder ausreichender Bargeldbestand spielen eine untergeordnete Rolle.⁴⁶⁾ Aufgeschlüsselt nach den Soziodemografika fällt insbesondere auf, dass die Furcht vor hohem Betrugsrisiko mit 60 % bei in den neuen Bundesländern lebenden Befragten wesentlich stärker ausgeprägt ist als bei denen in den alten mit 48 %. Befragte mit Migrationshintergrund nennen hingegen die anfallenden Kosten als Hauptgrund für die Nichtnutzung. Auch die Höhe des Haushaltsnettoeinkommens hat einen signifikanten Einfluss auf die Rangfolge der Gründe. Mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen gewinnen die anfallenden Kosten deutlich an Bedeutung, während das Betrugsrisiko verliert. Der Bildungsgrad scheint jedoch keinen einschlägigen Einfluss auf die Rangfolge zu haben, denn es ergibt sich ein stark gemischtes Bild.

5.2.2 Außerhalb des Euro-Raums

Über die Hälfte der Befragten gibt an, überhaupt nicht in Länder außerhalb des Euro-Raums zu reisen. Befragt nach den Zahlungsgewohnheiten außerhalb des Euro-Raums dominiert mit 77 % das Bargeld, nimmt aber einen um fünf Prozent-

⁴⁵ Ein Migrationshintergrund wird anhand des Vorhandenseins einer ausländischen Staatsbürgerschaft bzw. einer später erworbenen deutschen Staatsbürgerschaft definiert.

⁴⁶ Bei der Frage nach den Gründen für die Nichtnutzung waren Mehrfachnennungen möglich.

punkte geringeren Stellenwert ein als auf Reisen im Euro-Raum. Die Kreditkarte ist, mit Ausnahme der jüngeren Personen (18 bis 24 Jahre), ein wichtigeres Zahlungsinstrument als bei Reisen im Euro-Raum. Rangiert die Kreditkarte auf Reisen im Euro-Raum mit 28 % auf dem dritten Rang hinter Bargeld und der girocard, liegt sie mit 44 % auf Reisen in Ländern außerhalb des Euro-Raums vor der girocard mit 36 %. Dies lässt sich auf die im Vergleich zur girocard bessere weltweite Einsetzbarkeit zurückführen. Mit etwa 50 % reisen männliche Befragte und die Gruppe der 35- bis 54-Jährigen am häufigsten und setzen auch überdurchschnittlich stark die Kreditkarte ein. Dagegen reisen Frauen sowie jüngere und ältere Befragte relativ selten und weisen eine stärker ausgeprägte Bargeldaffinität auf. Mit Blick auf das Einkommen und das Bildungsniveau lässt sich feststellen, dass mit steigendem Einkommen und höherem Bildungsniveau die Reisehäufigkeit und die Nutzung der Kreditkarte erheblich zunehmen. Erwartungsgemäß reisen Personen mit Migrationshintergrund deutlich häufiger als Deutschstämmige in Länder außerhalb des Euro-Raums, wobei sie, wie auch Reisende aus den alten Bundesländern, die Kreditkarte überdurchschnittlich oft einsetzen. Wie auch bei Reisen im Euro-Raum heben sich Kreditkartenbesitzer signifikant von den Inhabern anderer Zahlungsinstrumente ab. Sie sind eher Vielreisende – nur ein Drittel von ihnen reist überhaupt nicht ins außereuropäische Ausland – und bevorzugen zu 84 % die Zahlung per Kreditkarte, deutlich vor dem Bargeld mit 67 %. Diejenigen, die im Inland am liebsten bar zahlen, bilden das andere Extrem. Sie reisen am seltensten und präferieren auch auf außereuropäischen Reisen das Bargeld, wobei lediglich 12 % zu einer Kreditkarte greifen.

Wie auch bei Reisen im Euro-Raum begründet die Mehrheit der Befragten die Nichtnutzung der Zahlungskarten auf Reisen außerhalb des Euro-Raums mit zu hohem Betrugsrisiko, unabhängig von den Soziodemografika. Von 55 % wird das Betrugsrisiko als ausschlaggebend eingeschätzt, gefolgt von den für die Nutzung anfallenden Kosten mit 43 %. Von den Befragten sagen 36 % aus, sich nicht auf ein Funktionieren der Karte verlassen zu können. Mit steigendem Alter nimmt die

Angst vor Betrug zu. Analog zu Reisen im Euro-Raum gilt dies besonders für Befragte in den neuen Bundesländern. Mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen sinkt, wie auch bei Reisen im Euro-Raum, die Angst vor dem Betrug und die anfallenden Kosten gewinnen an Bedeutung.

Aus den vorwiegend genannten Gründen für die Nichtnutzung von Zahlungskarten auf Reisen im Allgemeinen kann der Schluss gezogen werden, dass Zahlungsdienstnutzer der Sicherheit, der Kostentransparenz und der Einsatzmöglichkeit die größte Bedeutung beimessen. Weiterhin fällt zusammenfassend betrachtet auf, dass sich die jeweiligen nach Soziodemografika aufgeschlüsselten Gruppen der Befragten in ihren Zahlungsgewohnheiten unabhängig von In- und Ausland tendenziell treu bleiben.

6. Entwicklung und Perspektiven für das Zahlungsverhalten in Deutschland

Nachdem in den vorhergehenden Abschnitten der Studie die gegenwärtig am Markt verbreiteten Zahlungsinstrumente beschrieben wurden, wird in diesem Abschnitt ein Ausblick hinsichtlich der zukünftigen Entwicklungen des Zahlungsverhaltens gewagt. Zunächst werden sogenannte innovative Zahlungsinstrumente behandelt und anschließend allgemeine Perspektiven aufgezeigt.

6.1 Innovative Bezahlverfahren am Point-of-Sale

Für eine zunehmende Verbreitung von innovativen Bezahlverfahren im deutschen Einzelhandel spricht, dass neben den großen Kreditkartenunternehmen MasterCard und VISA auch die Deutsche Kreditwirtschaft auf Basis der GeldKarte mit „girogo“ ein entsprechendes Pilotprojekt zum kontaktlosen Bezahlen unter der Nutzung der sogenannten „Near Field Communication (NFC)“-Technologie gestartet hat. Neben der Schaffung der nötigen Infrastruktur auf Kundenseite beginnen auch Terminalhersteller ihr Angebot um NFC-fähige Geräte zu erweitern. Damit wird es wahrscheinlicher, dass immer mehr Händler in naher Zukunft NFC-Zahlverfahren ermöglichen werden.⁴⁷⁾

Um dem steigenden Interesse an innovativen Bezahlverfahren am POS Rechnung zu tragen, wurden Fragen dazu in die aktuelle Studie aufgenommen. Im Rahmen der Befragung wurden zunächst drei Kategorien innovativer Bezahlverfahren unterschieden:⁴⁸⁾ i) „Kontaktloses Bezahlen mit der Karte“, ii) „Kontaktloses Bezahlen

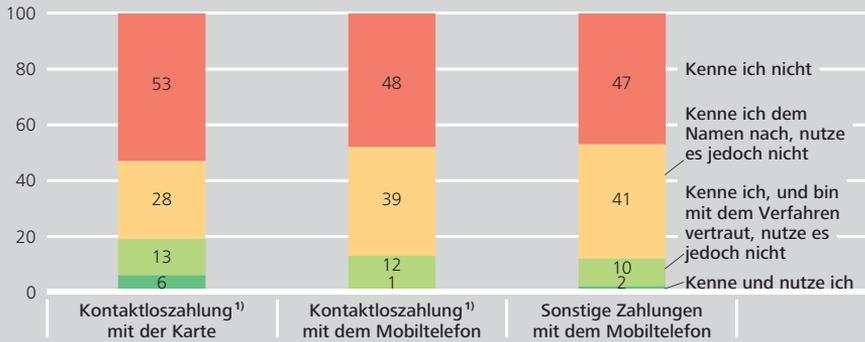
⁴⁷ EHI Retail Institute, Pressemitteilung vom 23.04.2012, <http://www.ehi.org/presse/pressemitteilungen/detailanzeige/article/mehr-kartenzahlung-mit-mehr-mobilitaet.html>, aufgerufen am 06. September 2012.

⁴⁸ Internetzahlverfahren werden gesondert in 5.1.3 betrachtet.

Bekanntheit innovativer Bezahlverfahren an der Ladenkasse

Abb. 17

2011, Angaben in %



¹ Beim kontaktlosen Zahlen wird die Zahlungskarte oder das Mobiltelefon zum Bezahlvorgang vor ein Lesegerät gehalten.

Deutsche Bundesbank

mit dem Mobiltelefon“ und iii) „Sonstige Bezahlverfahren mit dem Mobiltelefon“. Auf eine detailliertere Unterscheidung der Verfahren wurde bewusst verzichtet, da die Vielzahl der Angebote und die konkreten Unterscheidungskriterien insbesondere mobiler Bezahldienste für den Laien schwer zu überschauen sein dürfte.

Die Umfrageergebnisse sind vor dem Hintergrund zu relativieren, dass diese Verfahren derzeit am Markt noch eine völlig untergeordnete Rolle spielen. Dies liegt vor allem bei den Kontaktloszahlungen an der fehlenden technischen Ausstattung der Zahlungskarten: Bisher ist nur ein Bruchteil der in Deutschland umlaufenden Zahlungskarten für Kontaktloszahlungen geeignet. Ebenso verhält es sich bei Mobiltelefonen, bei denen nur sehr wenige neue Modelle über die benötigte NFC-Technologie verfügen. Hinzu kommt die bisher geringe Verbreitung von Kontaktlos-Terminals im Einzelhandel.

6.1.1 Kontaktloses Bezahlen mit der Zahlungskarte

Das kontaktlose Zahlen mit der Karte basiert auf der Integration eines NFC-Funkchips in den EMV-Chip.⁴⁹⁾ Der Bezahlvorgang wird ausgelöst, indem die Karte kurz direkt vor das Terminal gehalten wird. Die Karte muss also nicht mehr in ein Kassenterminal gesteckt oder durch einen Schlitz gezogen werden. Über die kurze Distanz von wenigen Zentimetern werden die Zahlungsdaten per Funk zwischen Karte und Terminal ausgetauscht und die Zahlung autorisiert. So wird der Zahlvorgang deutlich beschleunigt, insbesondere wenn bei geringen Zahlungsbeträgen auf die PIN-Eingabe verzichtet wird. Je nach Verfahren liegt diese Grenze meist bei 20 oder 25 €. Damit könnte das kontaktlose Bezahlen in Zukunft eine Alternative zu Bargeld im Kleinbetragsbereich werden.

Diese Form des Bezahlens wird zurzeit vor allem von den internationalen Kartensystemen Visa („PayWave“) und Mastercard („PayPass“) sowie vom deutschen Kreditgewerbe unter dem Namen „girogo“ auf der GeldKarte basierend vorangetrieben. Das kontaktlose Bezahlen hat sich daneben vielfach bereits in diversen Sportstätten fest etabliert. Hierbei handelt es sich entweder um „offene“ Verfahren, bei denen die im Stadion genutzte Karte auch außerhalb einsetzbar ist (z. B. auf Basis der kontaktlosen GeldKarte), oder um „geschlossene“ Verfahren, die ausschließlich in der eingeschränkten räumlichen Sphäre des jeweiligen Emittenten einsetzbar sind.

Immerhin sechs Prozent der Befragten geben an, das kontaktlose Bezahlen mit der Karte zu kennen und auch zu nutzen. Weitere 13 % meinen, solche Verfahren zumindest zu kennen und auch mit ihren Eigenschaften vertraut zu sein. Vor dem Hintergrund der bisher kaum vorhandenen Terminalinfrastruktur im Einzelhandel

⁴⁹ EMV steht für Europay, Mastercard und Visa und ist ein von diesen drei Kartenorganisationen entwickelter globaler Standard für Kartentransaktionen. Der EMV Chip ist ein auf Zahlungskarten angebrachter Chip, der auf dem EMV-Standard basiert. Er ermöglicht die sichere Kommunikation zwischen Zahlungskarte und Terminal.

ist zu vermuten, dass ein Gutteil dieses Ergebnisses auf Erfahrungen in Sportstätten zurückzuführen ist. Aufgeschlüsselt nach Altersgruppen zeigt sich, dass vor allem die mittleren Altersgruppen von 25 bis 54 Jahren und männliche Befragte überdurchschnittlich offen für kontaktloses Bezahlen mit der Zahlungskarte sind, während unter den älteren Menschen Bekanntheit und Nutzung deutlich geringer ausfallen. Überraschend ist, dass auch die sehr jungen Befragten (18 bis 24 Jahre) unterdurchschnittlich wenig über das kontaktlose Bezahlen mit der Karte wissen. Hingegen nimmt die Kenntnis mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen und Bildungsstand zu.

Befragt man die mit dem System der Kontaktloskarte vertrauten Nichtnutzer nach den Gründen für ihre Zurückhaltung, so geben 48% Sicherheitsbedenken als den wesentlichen Grund an. Immerhin ein Drittel der Befragten gibt an, keinen Bedarf an innovativen Zahlverfahren zu haben. Komplexität und mangelnde Einsatzmöglichkeiten folgen mit deutlichem Abstand. Auch wenn die Einschätzungen in den allermeisten Fällen nicht auf praktischen Erfahrungen der Befragten, sondern eher auf subjektiven Einschätzungen beruhen dürften, wird hiermit deutlich, welche Mindestanforderungen die zukünftigen Lösungen erfüllen müssen, um die Bedenken bei potenziellen Nutzern auszuräumen. Vor allem bei Kleinbetragszahlungen soll die kontaktlose Karte Marktanteile des Bargeldes übernehmen. Dazu ist es allerdings notwendig, dass die Anbieter Strategien zur Überzeugung derjenigen entwerfen, die grundsätzlich bar zahlen.

6.1.2 Kontaktloses Bezahlen mit dem Mobiltelefon

Grundsätzlich gibt es verschiedene technische Möglichkeiten, „kontaktlos“ mit dem Mobiltelefon zu bezahlen. Die populärste Lösung sieht vor, die heute im Chip oder auf dem Magnetstreifen der Zahlungskarte vorgehaltenen Daten in ein mit NFC-Technologie ausgestattetes Mobiltelefon zu übertragen und somit den Datenaustausch zwischen dem Mobiltelefon und dem Kassenterminal zu ermöglichen.

Einige Anbieter experimentieren auch mit einer Zwischenlösung, bei der alle notwendigen Daten auf einem auf das Mobiltelefon zu klebenden NFC-Sticker vorgehalten werden. Neben NFC-basierten Lösungen ist technisch grundsätzlich auch die Verwendung anderer Kommunikationsverfahren denkbar, zum Beispiel auf der Basis von QR-Codes.⁵⁰ Aufgrund der intuitiveren Handhabung werden NFC-basierte Lösungen jedoch in der Industrie favorisiert.

Die Umfrage zeigte, dass 52 % der Befragten das kontaktlose Bezahlen mit dem Mobiltelefon kennen, während deren Anteil beim kontaktlosen Bezahlen mit Karte bei 47 % liegt. Insbesondere aufgrund des mangelnden Angebotes an Verfahren und den folglich vernachlässigbaren Nutzungszahlen kontaktloser mobiler Zahlverfahren (1 %) ist diese Tatsache bemerkenswert. Ein möglicher Grund für die höhere Bekanntheit ist sicherlich die stärkere mediale Präsenz von mobilen Zahlverfahren. Besonders junge und männliche Befragte geben an, diese Verfahren zu kennen. Von den 12 % der Befragten, die mit einem kontaktlosen Bezahlsystem via Mobiltelefon vertraut sind, es aber nicht nutzen, geben 44 % Sicherheitsbedenken als Begründung für die Nichtnutzung an. Dabei nehmen die Bedenken diesbezüglich mit steigendem Haushaltseinkommen zu. Im Gegensatz zu den Kontaktloskarten haben beim kontaktlosen Zahlen mit dem Mobiltelefon Männer weniger Sicherheitsbedenken als Frauen. Als weiteren Grund für die Nichtnutzung gibt knapp ein Drittel der Nichtnutzer an, keinen Bedarf an innovativen Bezahlfverfahren zu haben. Weniger bedeutend für die Befragten hingegen sind die geringe Verbreitung und die Komplexität eines Kontaktlossystems mittels Mobiltelefon. Hinsichtlich der weiteren Faktoren bestätigen sich die zum kontaktlosen Zahlen mit der Karte getroffenen Aussagen ebenfalls.

50 Der QR-Code (englisch Quick Response, „schnelle Antwort“) ist ein zweidimensionaler Strichcode. In QR-Codes lassen sich beliebige Informationen einbetten, wobei der Inhalt im Prinzip aus Text besteht. Dieser Text kann eine Zahlungsanweisung enthalten, die ausgeführt wird, nachdem der Code mittels Smartphone und spezieller Software entschlüsselt wurde.

6.1.3 Sonstige Bezahlverfahren mit dem Mobiltelefon

Mittlerweile sind in Deutschland zwar eine ganze Reihe dieser Art Bezahlverfahren am Markt, doch hat sich bisher keines der Verfahren wirklich durchsetzen können. Ein Beispiel ist m-pass, das gemeinsam von drei großen Mobilfunkanbietern angeboten wird und mit dem Einkäufe im Internet bezahlt werden können. Weiterhin wird zum Beispiel Touch&Travel als Pilot betrieben, über das Fahrkarten bequem per Mobiltelefon über eine kontaktlose Registrierung am Abfahrtsbahnhof (Anmeldung) sowie am Zielbahnhof (Abmeldung) gelöst und über das Hintergrundsystem abgerechnet werden. In vielen Städten gibt es darüber hinaus bereits die Möglichkeit, Parkscheine per SMS oder Nahverkehrstickets über spezielle Zusatzapplikationen (sogenannte Apps) des jeweiligen Verkehrsverbundes über das Mobiltelefon zu zahlen.

Ähnlich den Resultaten der anderen Innovationen ist auch die Bekanntheit der „sonstigen Bezahlverfahren mit dem Mobiltelefon“ gering. Lediglich zwei Prozent aller Befragten nutzen diese. Darüber hinaus kennen immerhin zehn Prozent entsprechende Verfahren und ihre Eigenschaften. Weitere 41 % haben zumindest von dieser Art von mobilen Bezahlverfahren gehört. Im Umkehrschluss muss aber auch festgestellt werden, dass mit 47 % fast die Hälfte der Befragten noch keine Produkte aus dieser Kategorie kennt. Bei der Auswertung nach soziodemografischen Kriterien zeigte sich die tendenziell stärkere Neigung zu Innovationen bei jungen Menschen, männlichen Befragten und Personen mit einem höheren Haushaltseinkommen. So lag die Nutzung bei den 18- bis 24-Jährigen mit sechs Prozent weit über dem Durchschnitt, ebenso wie bei Personen aus Haushalten mit einem Nettoeinkommen von mindestens 3.000€, die auf vier Prozent kamen.

Wie beim kontaktlosen Bezahlen sind Sicherheitsbedenken und mangelnder Bedarf an innovativen Zahlverfahren die am häufigsten genannten Gründe für die Ablehnung „sonstiger mobiler Bezahlverfahren“. Im Gegensatz zum kontaktlosen Bezahlen mit der Karte sind Frauen bezüglich der Sicherheit deutlich skeptischer als Männer.

■ 6.2 Ausblick für das Zahlungsverhalten in Deutschland

Innovative Zahlungsinstrumente haben zwar Potenzial für die Zukunft, sind aber derzeit, wie beschrieben, noch zu vernachlässigen. Wie sehen also die kurz- bis mittelfristigen Trends für die Nutzung von Zahlungsinstrumenten aus?

Trotz eines Rückgangs der Barzahlungen an den protokollierten Ausgaben bleiben Banknoten und Münzen auch 2011 noch das am häufigsten genutzte Zahlungsmittel. Allerdings ist der Anteil an den in der Tagebuchwoche aufgezeichneten Zahlungen von 57,9 % im Jahr 2008 um knapp fünf Prozentpunkte auf 53 % gesunken. Sollte der Trend anhalten, ist zu erwarten, dass mittelfristig der Bargeldanteil umsatzmäßig unter 50 % fällt. Insgesamt bestätigen die Ergebnisse der beiden Erhebungen der Bundesbank die Resultate der jährlichen Umfragen des EHI.⁵¹⁾ Demnach ist der Barzahlungsanteil im Einzelhandel im engeren Sinne innerhalb von 17 Jahren um knapp 22 Prozentpunkte zurückgegangen.

Die Verdrängung von Bargeld ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Zunächst ist die zunehmende Verbreitung und Nutzung von Zahlungskarten zu nennen. Unter allen Befragten stieg der Anteil der girocard-Besitzer auf 94 % (gegenüber 91 % in 2008) und 33 % der Befragten (gegenüber 27 % in 2008) besitzen mittlerweile eine Kreditkarte. Doch nicht nur die Kartenverbreitung nimmt zu, auch die Kartennutzung intensiviert sich. Der Anteil der girocard- und Kreditkartenzahlungen hat im Vergleich zur letzten Erhebung um knapp sieben Prozentpunkte zugenommen. Gestützt werden diese Resultate einerseits durch die Zahlen des EHI und andererseits durch eine Selbsteinschätzung der Befragten. So hat die Frage nach

⁵¹ Das EHI ist ein Forschungsinstitut des deutschen Einzelhandels. Es betrachtet in seiner Umfrage nur die Umsätze des Einzelhandels im engeren Sinne (ohne Kfz, Mineralöl, Apotheken und Versandhandel). Die leichten Abweichungen zwischen den Umsatzanteilen der verschiedenen Zahlungsinstrumente in der Bundesbank- und in der EHI-Erhebung sind auf das größere Untersuchungsspektrum der Bundesbankumfrage zurückzuführen.

einem Vergleich mit dem Zahlungsverhalten von vor 10 Jahren ergeben, dass über die Hälfte der Befragten unbare Zahlungsinstrumente häufiger einsetzt; nur fünf Prozent geben an, heute seltener auf diese zurückzugreifen. Gefördert wird die Verwendung von unbaren Zahlungsinstrumenten durch die Zunahme von Akzeptanzstellen im Handel. Die Anzahl der Terminals hat sich von rund 593 Tausend in 2008 auf etwas mehr als 710 Tausend in 2011 erhöht, das heißt eine Steigerung um 20 %.

Außerdem führt die Zunahme des Onlinehandels zu einer vermehrten Verwendung unbarer Zahlungsinstrumente. Neben den klassischen Zahlungsinstrumenten erfreuen sich vor allem Internetbezahlverfahren einer immer größeren Beliebtheit. Hierbei ist allerdings davon auszugehen, dass solche neuartigen Verfahren eher Konkurrenz zu anderen unbaren Verfahren bilden. Dennoch beeinflusst die Änderung des Einkaufsverhaltens die Bargeldnutzung. Werden Produkte eher im Internet gekauft als im stationären Handel, findet ein vermehrter Einsatz unbarer Zahlungsinstrumente statt.

Es gibt auch Entwicklungen, die die Bargeldnutzung fördern. Die nach wie vor zunehmende Anzahl an Bargeldbezugsquellen trägt dazu bei, dass Verbraucher oft keine Notwendigkeit in der Umstellung auf unbare Zahlungsmittel sehen. Dies wird neben der weiteren Verbreitung von Geldausgabeautomaten und kombinierten Ein- und Auszahlungsgeräten, deren Anzahl zwischen 2008 und 2011 von 55,5 auf 56,5 Tausend stieg, auch durch die Einrichtung von Cash-back-Systemen an Supermarktkassen und Tankstellen gefördert.

Insgesamt betrachtet geht der Trend langsam, aber kontinuierlich hin zu immer mehr unbaren Zahlungen. Dieser Prozess ist jedoch kein Automatismus. Im Zusammenspiel zwischen den Präferenzen der Verbraucher, der Akzeptanz von Zahlungsmitteln an den Einzelhandelskassen und dem angebotenen Zahlungsmittelportfolio durch Banken und Kartenemittenten entscheidet sich immer wieder neu,

welche Zahlungsinstrumente zukünftig mehr und welche weniger genutzt werden. Hinzu kommt, dass sich in der Studie zeigt, dass die Menschen in Deutschland in ihrem Zahlverhalten konservativ sind. Fast 60% der Befragten geben an, bei den ihnen vertrauten Zahlungsmitteln verbleiben zu wollen. Dieser Umstand dürfte einer schnellen Veränderung des Zahlungsverhaltens entgegenstehen und für eine weiterhin starke Nutzung des Bargelds sprechen.

■ Literatur

Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.5., Interaktiver Handel in Deutschland 2011, 2012.

Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V., <http://www.bvh.info/zahlen-und-fakten/allgemeines/>, aufgerufen am 17.09.2012.

Deutsche Bundesbank, Münzgeldentwicklung in Deutschland – Eine empirische Studie über den Münzgeld- und Banknotenumlauf in der Bundesrepublik Deutschland mit einer Prognose der Münzgeldnachfrage bis 2007, 2003.

Deutsche Bundesbank, Wie kommt das Bargeld ins Portmonee?, 2010.

Deutsche Bundesbank, Zahlungsverhalten in Deutschland – Eine empirische Studie über die Auswahl und Verwendung von Zahlungsinstrumenten in der Bundesrepublik Deutschland, 2009.

Deutsche Bundesbank, Zahlungsverkehrs-, Wertpapier und Abwicklungsstatistiken in Deutschland 2007 – 2011, Tabellen 6 und 7, http://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Kerngeschaeftsfelder/Unbarer_Zahlungsverkehr/zahlungsverkehrs_und_wertpapierabwicklungsstatistiken_deutschland.pdf?__blob=publicationFile, Stand: August 2012.

DEUTSCHLAND RUNDET AUF Partner GmbH, <http://www.deutschland-rundet-auf.de>, aufgerufen am 06. September 2012.

EHI Retail Institute, Pressemitteilung vom 23.04.2012, <http://www.ehi.org/presse/pressemitteilungen/detailanzeige/article/mehr-kartenzahlung-mit-mehr-mobilitaet.html>, aufgerufen am 06. September 2012.

EHI Retail Institute, Kartengestützte Zahlungssysteme im Einzelhandel 2012.

EURO Kartensysteme GmbH, Die GeldKarte in Zahlen, https://www.geldkarte.de/_www/de/pub/geldkarte/presse/hintergrund-informationen/daten_zahlen_fakten/geldkarte_in_zahlen.php, aufgerufen am 1. August 2012.

Europäische Kommission, Grünbuch, Ein integrierter europäischer Markt für Karten-, Internet- und mobile Zahlungen, 2012.

Europäisches Parlament, Bericht über den Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die Ausgabe von Euro-Münzen, 2012.

Initiative D21, (N)ONLINER – Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland, <http://www.initiaved21.de/wp-content/uploads/2011/07/NONLINER2010.pdf>, aufgerufen am 07. September 2012, 2010.

Kanadischer Senat, The costs and benefits of Canada's one cent coin to Canadian taxpayers and the overall Canadian economy, 2010.

KPMG/ EHI Retail Institute, Trends im Handel 2020, 2012.

von Kalckreuth, U., Schmidt, T., Stix, H., Using cash to monitor liquidity, Diskussionspapier der Deutschen Bundesbank, Reihe 1, Nr. 22/2011.

Deutsche Bundesbank

Wilhelm-Epstein-Straße 14
60431 Frankfurt am Main

Postfach 10 06 02
60006 Frankfurt am Main

Fernruf (069) 9566-0
Telefax (069) 5601071
Internet <http://www.bundesbank.de>

Nachdruck nur mit Quellenangabe
gestattet.

Bearbeitet von
Dr. Heike Wörten, Markus Altmann,
Dr. Heike Winter, Johannes Klocke,
Julien Novotny, Robert Uhlitzsch

Abgeschlossen am 17. Oktober 2012

Titelfoto: gettyimages.de
Druck: C. Adelman GmbH, Frankfurt am Main

ISBN 978-3-86558-863-0 (Print)
ISBN 978-3-86558-864-7 (Online)