



FSI Sector Briefing

COVID-19 als Katalysator für
Innovationen im Zahlungsverkehr?

COVID-19 als Katalysator für Innovationen im Zahlungsverkehr?

In Deutschland wird der Großteil aller Einkäufe im stationären Handel nach wie vor mit Bargeld bezahlt – und das trotz der Vielzahl bereits seit Jahren bereitstehender Innovationen wie der (kontaktlosen) Kartenzahlung oder diverser Mobile Payment Technologien.¹ Dieser Umstand lässt sich zum einen durch angebotsseitige Faktoren erklären, etwa durch die vor allem bei kleineren Händlern schwach ausgeprägte Zahlungsinfrastruktur.

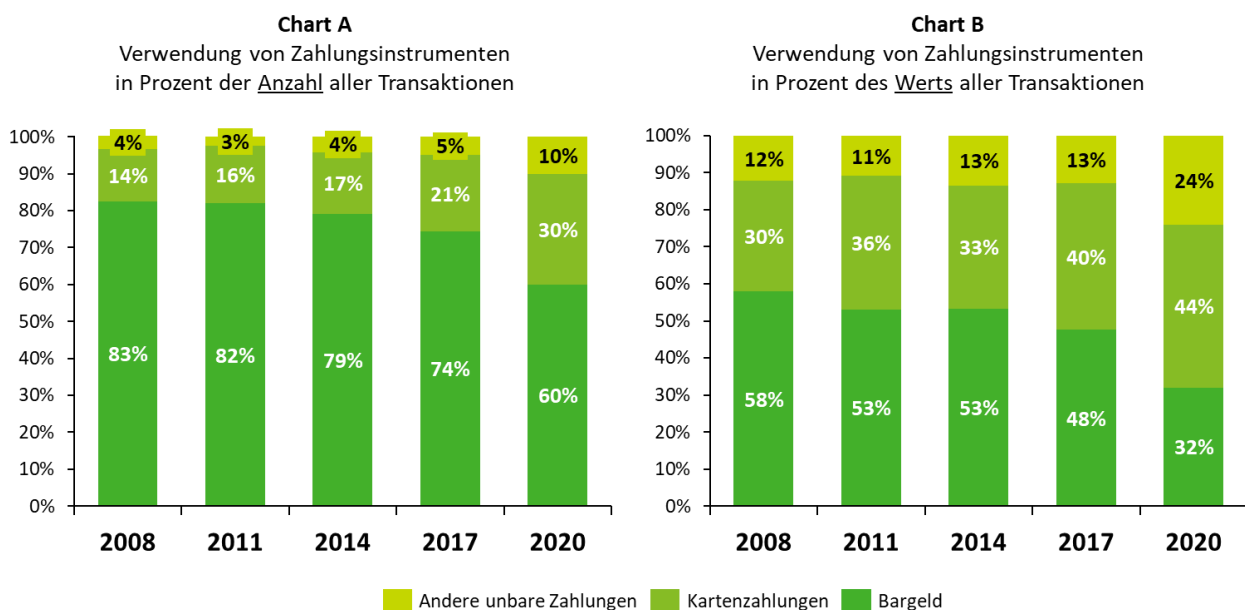
Wesentlicher dürften jedoch nachfrageseitige Faktoren sein. Über die Zeit hinweg haben sich (soziale) Routinen beim Bezahlen gefestigt. Diese Routinen wurden durch die COVID-19-Pandemie nun jedoch einem „Stresstest“ unterzogen. Die Infektionsgefahr hat auch hier Anreize zur Verhaltensanpassung freigesetzt. Dieses Banking Sector Briefing liefert eine Bestandsaufnahme des Zahlungsverhaltens in Deutschland und

geht der Frage nach, inwiefern die Pandemie der (kontaktlosen) Kartenzahlung zum Durchbruch in der breiten Nutzerakzeptanz verholfen hat.

Deutschlands Liebe zum Bargeld

Mit Blick auf eine Studienreihe der Deutschen Bundesbank lassen sich die langfristigen Veränderungen des Zahlungsverhaltens der deutschen Konsumenten genauer analysieren (vgl. Abbildung 1).²

Abb. 1: Verwendung von Zahlungsinstrumenten



Basierend auf den Ergebnissen der Zahlungsverkehrs-Studien der Deutschen Bundesbank. Datenquelle: Deutsche Bundesbank (2017, 2020).

Chart A der Abbildung 1 zeigt, dass der Anteil der mit Bargeld bezahlten Transaktionen am Point of Sale zwischen 2008 und 2020 von über 80% auf 60% gesunken ist. Bemerkenswert ist dabei der sprunghafte Rückgang in 2020. Die Daten wurden zwischen August und Oktober 2020 – also in der Lockerungsperiode nach dem ersten Lockdown – erhoben und lassen eine Veränderung des Zahlungsverhaltens im Zuge der COVID-19-Pandemie vermuten.

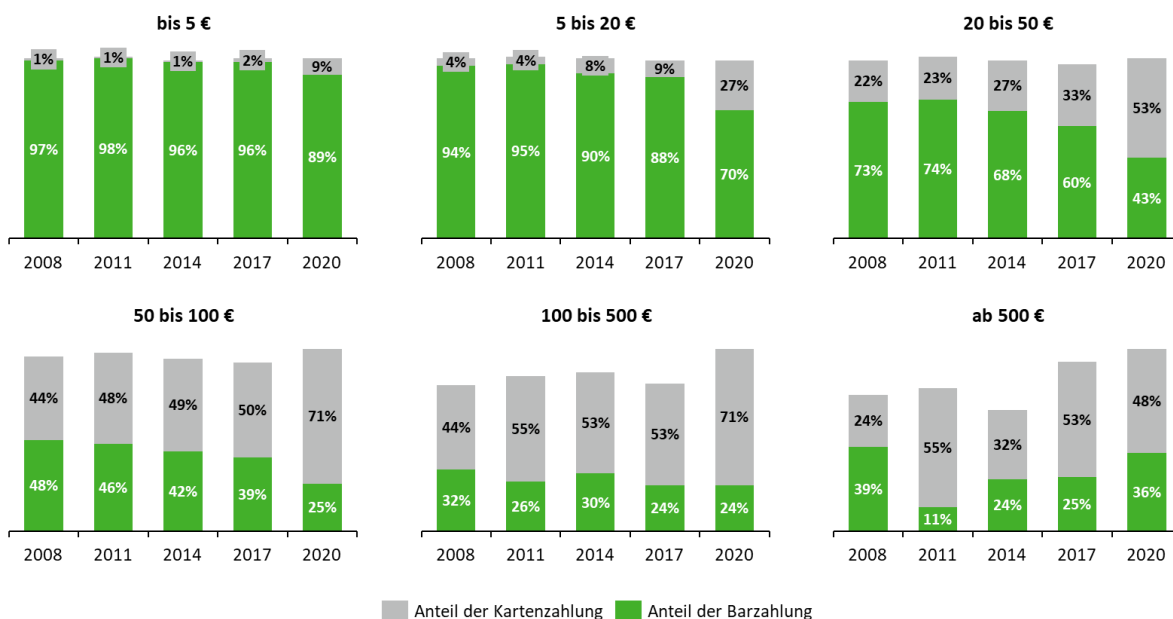
Die Entwicklung des Transaktionsanteils der Kartenzahlung (hier: EC-/Debit- und Kreditkarten) verhält sich weitestgehend spiegelbildlich dazu. Dies deutet auf eine Substitution von Bargeld durch Kartenzahlungen hin. Zwar nimmt der Anteil der Bargeldnutzung zunehmend ab, dennoch blieben Scheine und Münzen auch in 2020 weiterhin das meistgenutzte Zahlungsmittel.

Der Anteil des mit Bargeld bezahlten Transaktionswerts am Point of Sale (Chart B) ist ebenfalls rückläufig und lag 2020 nur noch bei 32%, nachdem in 2017 erstmals die 50%-Marke unterschritten worden war. Der mit Karte bezahlte Transaktionswert ist hingegen von 30% in 2008 auf 44% in 2020 stetig gestiegen. Im Gegensatz zum Anteil der Kartenzahlungen an der Gesamtzahl aller Transaktionen lässt sich im Hinblick auf den mit Karte bezahlten Transaktionswert zwischen 2017 und 2020 keine überdurchschnittliche Steigerung im Vergleich zu früheren Perioden erkennen. Dies legt die Vermutung nahe, dass die Karte in 2020 vermehrt auch bei geringen Zahlungsbeträgen zum Einsatz gebracht wurde.

Kartenzahlung auf dem Vormarsch

Abbildung 2 bestätigt diese Vermutung. Die Höhe des Zahlungsbetrags hat einen klaren Einfluss auf die Zahlungsmittelwahl der Konsumenten. Zahlungsbeträge <20 Euro wurden überwiegend mit Bargeld und Zahlungsbeträge >50 Euro überwiegend mit Karte bezahlt. Die beschriebenen Trends der rückläufigen Barzahlung bzw. zunehmenden Kartenzahlung lassen sich über alle Kategorien hinweg – ausgenommen Zahlungsbeträge >500 Euro – beobachten. Die Beschleunigung dieser Trends zwischen 2017 und 2020 ist in dieser Abbildung deutlich erkennbar. Auch wenn der Anteil der Kartenzahlung in der Kategorie <5 Euro absolut betrachtet (nur) 7 Prozentpunkte steigt, so entspricht dies im Vergleich zum Ausgangswert aus dem Jahr 2017 allerdings mehr als einer Verdreifachung. Dies ist beachtlich, selbst wenn Bargeld in dieser Kategorie weiterhin mit etwa 90% Transaktionsanteil das mit Abstand meistgenutzte Zahlungsmittel bleibt.

Abb. 2: Anteil der Barzahlung und Kartenzahlung an der Transaktionsanzahl nach Höhe des Zahlungsbetrags



Basierend auf den Ergebnissen der Zahlungsverkehrs-Studien der Deutschen Bundesbank. Datenquelle: Deutsche Bundesbank (2017, 2020).

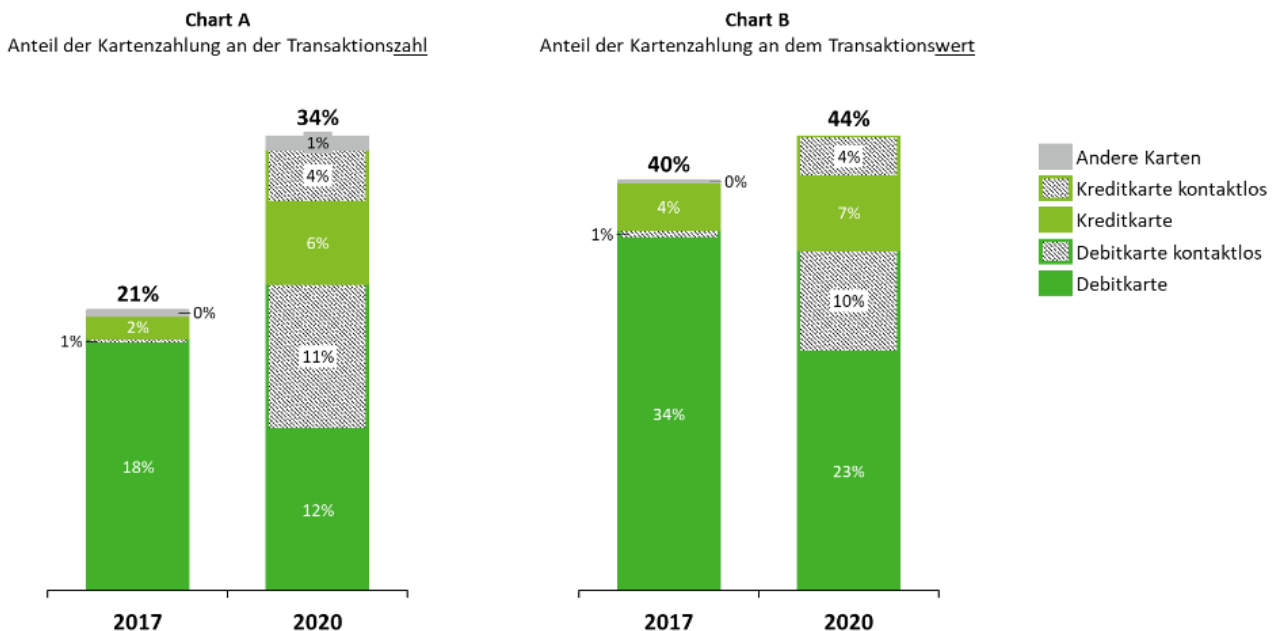
Zahlungsverhalten in der Pandemie

Inwiefern hängt der für das Jahr 2020 zu beobachtende Substitutionseffekt zugunsten der Kartenzahlung also mit der COVID-19-Pandemie zusammen? Unabhängig davon, ob aus epidemiologischer Sicht berechtigt oder nicht: Die Sorge, dass Scheine und Münzen Viren übertragen könnten, dürfte während der COVID-19-Pandemie bei den Konsumenten deutlich angestiegen sein.

Zeitgleich stehen Kunden innovative Bezahltechnologien als Alternativen zum Bargeld zur Verfügung, mit denen sich dieses potenzielle Risiko vermeiden oder abschwächen lässt. Die Kontaktloszahlung mit EC-/Debit- oder Kreditkarte erfüllt die Rationale der Hygiene und des Gesundheitsschutzes beim Bezahlen im stationären Handel am ehesten. Hierdurch kann der Austausch von physischen Zahlungsmitteln, eine Interaktion mit dem Kassenspersonal oder die Berührung des Kartenterminals

gänzlich vermieden werden – unabhängig davon, ob mit der Plastikkarte selbst oder per Smartphone bezahlt wird.

Abb. 3: Anteil von Kredit- bzw. Debitkarte an der gesamten Kartenzahlung



Basierend auf den Ergebnissen der Zahlungsverkehrs-Studien der Deutschen Bundesbank. Datenquelle: Deutsche Bundesbank (2017, 2020).

Eine differenzierte Betrachtung der Kartenzahlungen macht deutlich, dass die Steigerung in der Nutzungshäufigkeit dieser Zahlungsmittel zwischen 2017 und 2020 mit jeweils etwas mehr als 4 Prozentpunkten gleichmäßig von Debit- und Kreditkarte bestimmt wurde (vgl. Abbildung 3). Vor allem für die Kreditkarte, die zuvor Transaktionsanteile von <2% aufgewiesen hatte, bedeutete dies einen Schritt aus dem Schattendasein. Ein wesentlicher Treiber ist dabei die zuletzt

Kontaktlosfunktion. Erstmals in 2017 separat ausgewiesen, hat die Kontaktloszahlung in diesem Jahr mit einem Anteil von 0,5% bei Debit- und 0,1% bei Kreditkarten noch keine Rolle gespielt. Im Jahr 2020 machte sie hingegen gut die Hälfte aller Debit- und etwa zwei Drittel aller Kreditkarten-Transaktionen aus. Mit Blick auf die zunehmende Nutzung der Karte für geringe Zahlungsbeträge lässt sich insbesondere der Debitkarte eine gewisse Bedeutung beimessen.

Gerade für geringe Zahlungsbeträge stellen die zuletzt vermehrt genutzten Kontaktloszahlungen aus Risiko- und Komfortsicht eine geeignete Alternative zum Bargeld dar.

Die COVID-19-Pandemie hat jedoch auch die Konsumenten-Entscheidungen zum grundsätzlichen Einkaufsverhalten beeinflusst – auch hierdurch kann die Wahl des Zahlungsmittels bestimmt werden. So sind die beobachteten Trends im Zahlungsverhalten auch ein Resultat des Online-Shopping Booms. Denn die stärkere Nutzung unbarer Zahlungsmittel, wie Überweisung oder Lastschrift, oder die Vermeidung häufiger Einkäufe im stationären Handel, wodurch möglicherweise weniger Transaktionen mit kleineren Zahlbeträgen stattgefunden haben, begünstigen ebenfalls die Verbreitung der Kartenzahlungen.

COVID-19 sorgt für Niveaushiftung bei Bar- und Kartenzahlung

Die Pandemie hat für einen substanziellen Strukturbruch in der Entwicklung des Zahlungsverhaltens in Deutschland gesorgt. Während die Trends der rückläufigen Bar- und der zunehmenden Kartenzahlung bislang eher graduell verliefen, haben diese im Zuge von COVID-19 nun eine abrupte Niveaushiftung zugunsten der Kartenzahlung erfahren. Diese wurde etwa zu gleichen Teilen von Debit- und Kreditkarten und hier wiederum stark von der kontaktlosen Bezahlfunktion getrieben. Der Großteil aller Debit- und Kreditkartenzahlungen erfolgt heute kontaktlos, was der Kartenzahlung wegen ihres „Hygiene-Vorteils“ gerade in der aktuellen Krise ein neues Wertversprechen bescheinigt. Dies bestätigen auch die Ergebnisse einer Umfrage der Deutschen Bundesbank (2020) unter Kontaktloszahlern zu Ausmaß und Motiven der erstmaligen Kontaktloszahlung seit der Pandemie. 47% der Befragten nannten hygienische Aspekte als häufigste Antwort und ausschlaggebendes Rational. Unterstützend wirken hier offenkundig (Kommunikations-)Maßnahmen von Händlern und Banken sowie Peer-Effekte.

Nachhaltiger Durchbruch oder temporärer Einmaleffekt?

Es wird deutlich, dass zum jetzigen Zeitpunkt – weiterhin im Krisenmodus – noch keine eindeutigen Aussagen über die Nachhaltigkeit der Niveaushiftung und Konsequenzen für Verlauf und Geschwindigkeit der Trends in Zukunft getroffen werden können. Sollte zwischen dem Ausmaß der (kontaktlosen) Kartenzahlung und der wahrgenommenen Infektionsgefahr tatsächlich eine enge positive Korrelation bestehen, muss nach Abklingen dieser Gefahr – zum Beispiel infolge erfolgreicher Impfstrategien – auch wieder mit rückläufigen Anteilen der Kartenzahlung und einem (teilweisen) Abschmelzen der vorherigen Niveaushiftung gerechnet werden. Umfragen unter Lebensmitteleinzelhändlern legen nahe, dass die beobachteten Anpassungen des Einkaufs- und Zahlungsverhaltens der Konsumenten im Lockdown stärker ausgeprägt waren als in der anschließenden Lockerungsperiode. Somit stellt sich die Frage nach dem Verhältnis von nachhaltigen und temporären Trend-Komponenten. Erste Erkenntnisse hierzu liefert der Deloitte Global Consumer Pulse Survey.³ Auf die Implikationen für das Zahlungsverhalten, und insbesondere die hier relevanten verhaltens- und neurowissenschaftlichen Aspekte des Konsumenten-Verhaltens, gehen wir in einem separaten Banking Sector Briefing ein.

Business Value von Transaktionsdaten zur Analyse des Kundenverhaltens

Die Ergebnisse der hier vorgestellten Studien basieren auf klassischen Konsumentenbefragungen. Die so erhobenen Daten zeigen typischerweise das in der Vergangenheit zu beobachtende Zahlungsverhalten auf. Damit sind sie ein erster wesentlicher Schritt für die Untersuchung der durch die COVID-19-Pandemie ausgelösten Trends und Veränderungen. Allerdings weisen Kundenbefragungen mitunter eine gewisse Unschärfe auf. Neue Ansätze können hier Abhilfe schaffen:

Auf der Grundlage hochfrequenter Transaktionsdaten lässt sich das Kundenverhalten mithilfe von KI-gestützten Lösungen noch genauer analysieren – unternehmensspezifisch, in Echtzeit und sogar auch mit Blick in die Zukunft. In Zeiten des Wandels im Kunden- und Zahlungsverhalten kann dies eine fundierte, evidenzbasierte Entscheidungsgrundlage für Händler, Banken und Zahlungsdienstleister schaffen, um notwendige Anpassungen ihrer Geschäfts- und Betriebsmodelle zu vollziehen.

¹ Vgl. hierzu auch Deloitte (2019): [The Future of Payments](#).

² Die PoS-Definition der Bundesbank bezieht sich dabei zwar überwiegend auf stationäre Ladenkassen, umfasst aber auch Einkäufe im Online- und Versandhandel sowie Bezahlvorgänge zwischen Privatpersonen. Vgl. hierzu Deutsche Bundesbank (2017): [Zahlungsverhalten in Deutschland 2017](#).

³ Vgl. hierzu auch Deloitte (2021): [Global Consumer Pulse Survey](#).

Ansprechpartner

Benjamin Schulz

Director | Banking Operations

beschulz@deloitte.de

+49 89 29036 7736

Dr. Daniel Streit

Manager | Banking Operations

dastreit@deloitte.de

+49 69 97137 4296

Deloitte.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte ist ein weltweit führender Dienstleister in den Bereichen Audit und Assurance, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting und damit verbundenen Dienstleistungen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unser weltweites Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften und verbundenen Unternehmen in mehr als 150 Ländern (zusammen die „Deloitte-Organisation“) erbringt Leistungen für vier von fünf Fortune Global 500®-Unternehmen. Erfahren Sie mehr darüber, wie rund 330.000 Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de/UeberUns

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (insgesamt die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.