

# Kartenzahlung ist billiger als Bargeld

*Scheine und Münzen kürzen die Marge um 1,3 Prozent. Lastschrift ist dagegen gratis*

Von **Sylvia Schaab**

Wer es auf einen Aldi-PC abgesehen hatte, musste sich bisher mit einem Bündel Geld an die Kasse begeben. Spontankäufe scheiterten am Baren. Das ist bald vorbei. Nach Lidl und Schlecker beugt sich mit Aldi jetzt der letzte Barzahlungsverfechter dem Marktdruck: Bis zum Herbst soll es in allen Filialen möglich sein, mit Karte zu zahlen.

Wahrscheinlich war es Sparsamkeit, die die Discounter lange davon abhielt, Kartenzahlung zu akzeptieren. Dabei ist auch Barzahlung mit Kosten verbunden. Das Schweizer Marktforschungsinstitut GFS-Zürich berechnete 2004 deren Kosten und kam zu dem Ergebnis, dass sie 1,3 Prozent des Umsatzes ausmacht – bedingt etwa durch die längere Dauer des Zahlungsvorgangs an der Kasse, Geldtransporte, Versicherung oder die Kosten für den Nachttresor..

Dagegen ist die elektronische Abbuchung ein Schnäppchen: Eine normale EC-Cash-Zahlung mit PIN-Abfrage kostet gerade einmal 0,3 Prozent des zu zahlenden Betrages. Kostenlos ist die Überweisung per elektronischem Lastschriftverfahren, bei dem der Kunde die Zahlung per Un-

terschrift bestätigt. Einziger Unterschied: Für die Überweisung mit PIN-Eingabe gibt es eine Zahlungsgarantie, für das elektronische Lastschriftverfahren nicht.

Diese fehlende Sicherheit kann teuer werden. „Die Zahl der Rücklastschriften steigt jährlich“, sagt Michael Gerling, Geschäftsführer des Eurohandelsinstituts (EHI). Dessen Experten errechneten für 2004 einen Ausfall im EC-Lastschriftverfahren von 0,123 Prozent oder 19,1 Mio. € – so viel wie noch nie. Viele betroffene Händler wechseln

## „Der Trend geht eindeutig weg vom Bargeld“

*Ulrich Binnebösel,  
Hauptverband des Deutschen Einzelhandels*

deshalb zu EC-Cash. Durch die Einführung des Verfahrens bei Discountern könnte nach Ansicht des EHI bis zum Jahr 2008 der Anteil der Kartenzahlungen auf 40 Prozent steigen. Derzeit sind es 31,6 Prozent.

Richtig interessant wird die Zahlung per Plastikgeld, wenn dabei auch noch Erkenntnisse über die Käufer gewonnen und zusätzliche Umsätze erzeugt werden können. So verrät die Karstadt-Kundenkarte nicht nur das Kaufverhalten innerhalb der eigenen Häuser, sondern bindet den Kunden mit der gebührenfreien Mastercard der Karstadt-Quelle Bank an das Unternehmen. Zusätzliche Angebote, wie Versiche-

rungen, können auf diesem Wege beworben werden.

Trotz der zunehmenden Akzeptanz der Karten bleiben die Deutschen dem Bargeld bisher noch treu: Knapp 65 Prozent der Zahlungen wurden im vergangenen Jahr in bar getätigt. Ulrich Binnebösel, Pressesprecher beim Hauptverband des Deutschen Einzelhandels, sagt: „Es ist wohl eine Frage der deutschen Mentalität, dass hier zu Lande Bargeld noch immer eine große Rolle spielt. Doch der Trend geht eindeutig weg vom Bargeld.“

## IMPRESSUM

### Financial Times Deutschland

Stubbenhuk 3 · 20459 Hamburg  
Tel. 040/31990-0 · Fax: 040/31990-310  
**www.ftd.de; E-Mail:** [leserservice@ftd.de](mailto:leserservice@ftd.de)

**Redaktion:** Volker Bormann (verantw.),  
Susanne Kohl, Elke Serwe  
**Gestaltung:** Dominik Arndt (Leitg.), Nicolai Gogoll  
**Bildredaktion:** José Blanco  
**Infografik:** Jens Storkan  
**Bildbearbeitung:** Bildbearbeitung der FTD  
**Chef vom Dienst:** Dr. Hilfrud Bontrup  
**Korrektorat:** Cornelius Busch

**Verlag:** Financial Times Deutschland GmbH & Co KG,  
vertreten durch die Geschäftsführer Christoph Rütth  
und Dr. Christoph Weger  
Postanschrift: Brieffach 02, D-20444 Hamburg

**Druck:** Druck- und Verlagszentrum GmbH & Co. KG,  
58099 Hagen; G+J Zeitungsdruck GmbH,  
10365 Berlin