4

15. November 2026
Fritz Knapp Verlag
37. Jahrgang
ISSN 0937-597 X
D 25079

KARTEN
cards | cartes

ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Digitaler Sonderdruck

PAYMENT AUF NEUEN RAILS



Digitale Zahlungspflicht für Händler – eine Chance und kein Grund zur Panik

Von Ami Mehta und Percy Grundhöfer

Foto: AdobeStock/Muhammad Generiert mit KI

Digitale Zahlungspflicht für Händler – eine Chance und kein Grund zur Panik

Von Ami Mehta und Percy Grundhöfer



Foto: Commerz Globalpay

Die Debatte um die geplante Akzeptanzpflicht für digitale Zahlungen sollte nicht nur als Zwang verstanden werden. Sondern sie bietet Händlern auch eine Chance auf mehr Umsatz, sagen Ami Mehta und Percy Grundhöfer. Auch wenn die Details der gesetzlichen Regelungen noch nicht feststehen, tun Händler deshalb gut daran, jetzt schon eine Bestandsaufnahme ihres Zahlungsverkehrs zu machen, um dann nach den passenden Angeboten suchen zu können. Klar ist aber auch: Der Gesetzgeber muss berücksichtigen, dass unterschiedliche Geschäftsmodelle ganz unterschiedliche Anforderungen haben. Und: Auch ohne Akzeptanzpflicht ist das digitale Bezahlen im Aufwind. Red.

Die digitale Zahlungspflicht rückt näher – zumindest politisch. Im September hat das Bundesfinanzministerium unter Lars Klingbeil Eckpunkte vorgelegt, nach denen Geschäfte, Gastronomiebetriebe und Dienstleister künftig neben Bargeld mindestens eine digitale Bezahlmöglichkeit anbieten sollen. Ein verabschiedetes Gesetz ist dies noch längst nicht. Wie Ausnahmen, Fristen und technische Anforderungen am Ende aussehen, bleibt weiterhin offen.

Klar ist aber: Die Debatte hat neue Dynamik bekommen. Für Unternehmen ist das ein guter Zeitpunkt, den eigenen Zahlungsverkehr auf den Prüfstand zu stellen, nicht aus Angst vor einer neuen Pflicht, sondern weil sich dahinter handfeste Chancen verbergen. Die Diskussion wird häufig als Gegensatz inszeniert: Bargeld oder Karte? Tatsächlich geht es bei dem Vorhaben um eine zusätzliche Option, nicht etwa um die Abschaffung von Scheinen und Münzen. Kunden sollen selbst entscheiden können, wie sie bezahlen. Das klingt unspektakulär, ist aber im Alltag relevant. Wer am Kiosk spontan etwas kauft, im Café nur kurz einen Espresso trinkt oder nach dem Restaurantbesuch die Rechnung teilen möchte, erwartet zunehmend eine unkomplizierte digitale Möglichkeit. Fehlt sie, entsteht Unmut – und im ungünstigsten Fall bleibt der Kauf aus.

Umsatzfrage häufig vernachlässigt

„Kartenzahlung kostet, Bargeld nicht" – dieses Narrativ hält sich hartnäckig. Die Gebühren einer Kartentransaktion sind sichtbar, die Kosten des Bargelds dagegen über den Arbeitstag verteilt: Morgens wird Wechselgeld organisiert, tagsüber kassiert und herausgegeben, abends die Kasse gezählt. Hinzu kommen sichere Aufbewahrung, Bankwege, Einzahlungsgebühren und der Umgang mit Differenzen. Vor allem aber kostet jeder dieser Schritte Zeit.

Das heißt nicht, dass Kartenzahlung immer günstiger ist. Auch sie hat ihren Preis: Transaktionsentgelte, möglicherweise Geräte- oder Servicekosten und je nach Anbieter weitere Vertragsbestandteile. Entscheidend ist deshalb ein Vergleich der Gesamtkosten.

– Wie viele Minuten bindet die Bargeldabwicklung pro Tag?

Foto: Commerz Globalpay



Ami Mehta, Chief Executive Officer,
Commerz Globalpay GmbH,
Frankfurt am Main



Foto: Commerz Globalpay

Percy Grundhöfer, Head of Marketing,
Commerz Globalpay GmbH,
Frankfurt am Main

– Wie hoch sind die durchschnittlichen Zahlbeträge?

– Welche Gebühren fallen für die tatsächlich genutzten Karten an?

– Und wie viel Verwaltungsarbeit entfällt, wenn Zahlungen automatisiert dokumentiert werden?

Die Umsatzfrage wird oft vergessen. Doch neben den Kosten verdient die Ertragsseite mehr Aufmerksamkeit: Ein Gast bestellt vielleicht noch ein Dessert, wenn er nicht auf den letzten Bargeldschein achten muss, ein Kunde nimmt den spontanen Einkauf mit, obwohl er gerade kein Bargeld dabei hat und wer unterwegs nur das Smartphone nutzt, muss nicht erst einen Geldautomaten suchen.

Technische Einstiegshürde gesunken

Die technische Einstiegshürde ist heute deutlich niedriger, als viele vermuten. Wer Kartenzahlung anbietet, braucht nicht zwangsläufig eine aufwendige Kassenlandschaft. Für Solo-Selbstständige mit überschaubarem Zahlungsvolumen kann eine SoftPOS-Lösung genügen: Mit einer geeigneten Anwendung wird ein kompatibles Smartphone zum Akzeptanzgerät für kontaktlose Zahlungen. Ein separates klassisches Terminal ist dann nicht zwingend nötig.

Unterschiedliche Geschäftsmodelle benötigen unterschiedliche Werkzeuge: Ein Marktstand profitiert von einem mobilen Gerät, ein Café von einem kompakten Terminal am Tresen. Im Restaurant kann mobiles Kassieren am Tisch sinnvoll sein. Und im Einzelhandel mit vielen Vorgängen ist eine Verbindung zwischen Kasse und Terminal oft der entscheidende Hebel. Der Betrag wird automatisch übertragen, statt erneut eingetippt zu werden. Das spart Handgriffe und reduziert mögliche Eingabefehler.

Auch bei den Konditionen gibt es kein universelles Idealmodell. Ein einfaches, prozentuales Entgelt kann für kleinere Händler gut kalkulierbar sein. Bei hohen Umsätzen, vielen Transaktionen oder bestimmten Kartenprofilen lohnt sich dagegen ein genauerer Blick auf differenzierte Tarife. Zu prüfen sind daher nicht nur der beworbene Satz, sondern auch Fixkosten, Vertragslaufzeiten, Abrechnungsrhythmus und mögliche Zusatzleistungen.

Der eigentliche Effizienzgewinn beginnt nach dem Bezahlen. Aus Kundensicht ist eine Zahlung, ob digital oder bar, nach wenigen Sekunden erledigt. Für Unternehmer beginnt der wichtige Teil häufig erst danach. Denn Umsätze müssen zugeordnet, Kassen abgestimmt und Unterlagen für die Buchhaltung vorbereitet werden. Wo Systeme miteinander kommunizieren, lässt sich viel manuelle Arbeit vermeiden: Ein integriertes Terminal übernimmt den Zahlbetrag direkt aus der Kasse. Transaktionsdaten können, abhängig von der eingesetzten Lösung, strukturiert für Abgleich und Buchhaltung bereitgestellt werden. Dies erleichtert die Nachvollziehbarkeit und hilft, Fehlerquellen zu reduzieren. Digitale Zahlungen allein ersetzen zwar keine ordnungsgemäße Buchführung und lösen nicht automatisch jede organisatorische Aufgabe – aber sie können aus einzelnen Arbeitsschritten einen durchgängigen Prozess machen.

Wie praxisnah Payment inzwischen geworden ist, zeigt die Gastronomie: Mobile Terminals ermöglichen das Bezahlen direkt am Tisch. Trinkgeld kann, je nach Gerät und Konfiguration, im Zahlungsvorgang ausgewählt werden. Digitale Belege erleichtern Gästen die Ablage, etwa nach einem Geschäftsessen. Das sind keine spektakulären Innovationen. Aber sie lösen konkrete Alltagssituationen für Händler und Kunden und machen so das Leben leichter.

Bei Filialisten und Franchise-Systemen verschiebt sich der Fokus. Dort zählen neben dem einzelnen Zahlungsvorgang einheitliche Abläufe, zentral verfügbare Informationen und verlässliche Standards. Eine gemeinsame Zahlungsinfrastruktur kann Abrechnungen vereinfachen und Prozesse vergleichbarer machen. Gleichzeitig brauchen Standorte unter Umständen Flexibilität, etwa wegen unterschiedlicher Kassensysteme oder betrieblicher Abläufe.

Akzeptanzpflicht mit Augenmaß

Die geplante gesetzliche Regelung kann die digitale Akzeptanz zwar enorm ausweiten, sie darf aber nicht übersehen, wie unterschiedlich die betroffenen Unternehmen aufgestellt sind. Der mobile Dienstleister, der kleine Imbiss und das Handelsunternehmen mit vielen Filialen haben unterschiedliche Anforderungen. Deshalb sind praktikable Übergänge nachvollziehbare Bedürfnisse. Der Markt liefert wirtschaftlich passende Angebote für jede Unternehmensgröße.

Die genaue Ausgestaltung bleibt, Stand jetzt, bislang abzuwarten. Nach den im September vorgestellten Eckpunkten soll mindestens ein digitales Zahlverfahren angeboten werden. Diskutiert werden unter anderem Vorgaben zu Mindestbeträgen, Gebühren und möglichen Ausnahmen.

Solange das Gesetzgebungsverfahren nicht abgeschlossen ist, sollten Händler einzelne Eckpunkte nicht mit bereits geltenden Pflichten verwechseln. Sicher ist aber: Die Kartenzahlung gewinnt weiter an Auftrieb – ob mit Gesetz oder ohne. Aus Payment-Sicht ist dabei eines besonders wichtig: Die Debatte darf nicht auf „Kontrolle“ und „Regulierung“ verengt werden – digitale Transaktionen können Transparenz schaffen. Für Händler ist der unmittelbar spürbare Nutzen aber oft viel einfacher: Kunden können so bezahlen, wie es für sie passt, und interne Abläufe werden leichter beherrschbar – dies ist ein überzeugenderes Argument als jede „Drohkulisse“.

Zeit für Bestandsaufnahme

Was sollten Händler konkret tun? Zunächst das eigene Zahlungsverhalten verstehen – danach lassen sich passende Lösungen und Konditionen vergleichen:

– Wie hoch sind Bonwerte und Transaktionszahlen?

– Wie oft fragen Kunden nach Karte oder Smartphone?

– Welche Kosten entstehen beim Bargeldhandling?

– Welche Kassen- und Buchhaltungsprozesse könnten einfacher werden?

Eine solche Bestandsaufnahme verpflichtet niemanden zum sofortigen Systemwechsel. Sie schafft aber Entscheidungsfreiheit. Wer seine Anforderungen kennt, kann Angebote sachlich

bewerten, Kosten verhandeln und die Einführung in den Betriebsalltag integrieren. Wer dagegen bis zur letzten gesetzlichen Frist wartet, riskiert unnötigen Zeitdruck – obwohl sich viele Fragen schon heute klären lassen.

Die digitale Zahlungspflicht ist noch nicht beschlossen. Für Anbieter und Händler ist dies jedoch kein Grund zur Untätigkeit, sondern ein Zeitfenster für fundierte Entscheidungen. Denn der Wandel im Bezahlverhalten wartet nicht auf das Gesetzblatt. Deshalb sollte die Branche die politische Diskussion als Anlass nutzen, den wirtschaftlichen Nutzen moderner Payment-Lösungen verständlich zu erklären: weniger manuelle Schritte, bessere Übersicht, mehr Komfort und potenziell zusätzliche Umsätze. Nicht jeder Betrieb wird alle Vorteile im gleichen Maß realisieren. Aber fast jeder kann von einer ehrlichen Analyse seiner Zahlungsprozesse profitieren. Am Ende geht es nicht um „Bargeld gegen Karte" – es geht um Wahlfreiheit für Kunden und um Lösungen, die für Händler funktionieren. Wenn beides gelingt, wird aus einer möglichen neuen Pflicht mehr als ein weiterer Punkt auf der To-do-Liste: ein sinnvoller Schritt zu einem effizienteren Geschäft. ■