

Pressemitteilung

21. Januar 2026

Kleinere Unternehmen setzen vermehrt auf digitale Bezahlverfahren

- **Sichere und schnellere Transaktionen werden von Mehrheit als Vorteil gesehen**
- **Bei knapp der Hälfte der Unternehmen sind Bargeldzahlungen zurückgegangen**
- **Bei Verbrauchern ist digitales Bezahlen inzwischen genauso beliebt wie Bargeld**

Kleine und mittelständische Unternehmen bieten ihren Kundinnen und Kunden zunehmend auch digitale Bezahlmöglichkeiten an. Zwar wickelt die Mehrheit Zahlungen weiterhin vor allem per Überweisung (86 Prozent) und Bargeld (52 Prozent) ab. Ein Drittel akzeptiert aber auch Zahlungen mit Girocard- oder Kreditkarte. Jedes vierte Unternehmen bietet zudem bereits Online- und Mobile-Bezahlverfahren wie Paypal, Apple Pay oder Klarna an. Dies geht aus der 12. Unternehmertudenstudie der Commerzbank hervor. Für diese hat das Meinungsforschungsinstitut Ipsos in verschiedenen Regionen insgesamt 1.750 Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu 15 Millionen Euro befragt, davon 300 repräsentativ für Deutschland. Zu den befragten Unternehmen zählen insbesondere die Branchen, die im direkten Kontakt zu Verbrauchern stehen, wie zum Beispiel Handwerker, Dienstleister oder der Einzelhandel.

Demnach sagen 45 Prozent der Befragten, dass das kontaktlose Bezahlen, insbesondere auch per Smartphone, zugenommen hat. 44 Prozent bestätigen, dass das Bezahlen mit Bargeld in den vergangenen zwei Jahren bei ihnen zurückgegangen ist. Gut ein Drittel stellt zudem fest, dass Online- und Mobile-Bezahlsysteme verstärkt genutzt werden. Aus Verbrauchersicht stellt sich diese Entwicklung noch dynamischer dar: Hier geben 55 Prozent an, solche Bezahlsysteme häufiger zu nutzen als noch vor zwei Jahren. Insgesamt sind Online- und Mobile-Bezahlmöglichkeiten bei Verbrauchern mit 69 Prozent genauso beliebt wie Bargeld. Diese Vergleichsdaten wurden in einer bundesweiten Umfrage unter 1.000 Privatpersonen erhoben.

Zusatzfunktionen moderner Bezahlsysteme oft noch nicht bekannt

„Es zeigt sich, dass digitale Bezahlverfahren für Unternehmen vorteilhaft sein können: sowohl mit Blick auf die Kundenzufriedenheit als auch zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit in einem sich schnell entwickelnden Markt“, sagt Guido Groß, Bereichsvorstand Unternehmertuden der Commerzbank. Als weitere Vorteile bargeldloser Systeme sehen drei Viertel der Betriebe einen sichereren Zahlungseingang. Gut zwei Drittel der Unternehmen schätzen auch die schnelle und einfache Abwicklung. Die Nutzung digitaler Systeme reduziert zugleich den Aufwand für Bargeld wie Kassenabrechnung und Transport, wie 60 Prozent der befragten Unternehmen bestätigen.

„Dass mit mobilen Bezahlsystemen auch weitere Funktionen genutzt werden können, wird bislang dagegen kaum positiv wahrgenommen“, so Groß. Dabei lassen sich mit mobilen Lösungen – wie dem Smartphone als Kartenterminal – zum Beispiel auch Zahlungsbelege papierlos an den Kunden weiterleiten. Auch Trinkgelder können digital erfasst werden. „Den Unternehmen sind die vielfältigen Möglichkeiten vermutlich oft noch gar nicht bekannt“, sagt Groß. Grund hierfür könnte die Unübersichtlichkeit bei Anbietern und Produkten sein – das zumindest geben 41 Prozent der Unternehmen als Herausforderung bei der Einrichtung und Nutzung digitaler Bezahlmöglichkeiten an.

Verantwortlich:

Commerzbank Aktiengesellschaft
Group Communications

60261 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9353-10055

newsroom@commerzbank.com
www.commerzbank.de/konzern

Datenschutz und technische Hürden stellen größte Herausforderung bei Digitalisierung dar

Zudem stellt die Gewährleistung von Datenschutz und Sicherheit rund die Hälfte der Unternehmen vor Herausforderungen. Technische Hürden wie die Einbindung in bestehende Systeme oder mangelnde Stabilität der Internetverbindung beklagen 46 Prozent. Kosten (38 Prozent) und fehlende Zeit, sich im Tagesgeschäft darum zu kümmern (33 Prozent), werden ebenfalls als Herausforderungen genannt.

„Diese Hürden gilt es zu überwinden, um die Vorteile digitaler Zahlungsmethoden voll auszuschöpfen“, betont Groß. „Unsere Empfehlung an die Unternehmen: sich gut informieren und gerade bei Zeitmangel Unterstützung in Anspruch nehmen. Auch wir als Commerzbank beraten hier umfassend und bieten Lösungen an, die es leicht machen, bargeldlose Zahlungen zu akzeptieren.“ Mit der App GP tom des Joint Ventures Commerz Globalpay ist es zum Beispiel möglich, das eigene Smartphone zum Bezahlterminal zu machen – ohne monatliche Fixkosten, zusätzliches Gerät und Vertragslaufzeiten.

Unternehmen erwarten weitere Innovationen bei Bezahlsystemen

„Interessant ist, dass mehr als jeder Fünfte zusätzliche Bezahlmöglichkeiten auch anbieten will, um das Zahlungsverhalten seiner Kunden zu verbessern“, sagt Groß. Vier von fünf Unternehmen bewerten die Zahlungsmoral ihrer Kunden zwar als sehr gut oder gut, dennoch geben auch 13 Prozent an, dass sich das Zahlungsverhalten in den vergangenen zwei Jahren verschlechtert hat.

Insgesamt erwarten die Unternehmen auch in Zukunft Innovationen bei Bezahlsystemen. 66 Prozent der Befragten rechnen mit weiteren Online- und Mobile-Bezahlverfahren. Den Einsatz von Künstlicher Intelligenz können sich 52 Prozent vorstellen, zwei von fünf Unternehmen sehen biometrische Bezahlverfahren wie Iris-Erkennung als Zukunftstrend.

„Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass digitale Bezahlverfahren eine wachsende Bedeutung erhalten und Verbraucher ein innovatives Angebot erwarten“, fasst Groß zusammen. „Unternehmen sollten sich daher frühzeitig mit den Trends beschäftigen und deren Potenziale nutzen. Bei der Auswahl und Einrichtung des richtigen Zahlungssystems können auch wir sie unterstützen.“

Pressekontakt

Sabine Ostrowicki +49 69 9353-45719
Andreas Lorr +49 69 9353-45703

Verantwortlich:

Commerzbank Aktiengesellschaft
Group Communications

60261 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9353-10055

newsroom@commerzbank.com
www.commerzbank.de/konzern



Über die Commerzbank

Mit ihren beiden Geschäftssegmenten – Firmenkunden sowie Privat- und Unternehmertypen – bietet die Commerzbank als Universalbank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen. Sie ist die führende Bank im Firmenkundengeschäft in Deutschland und für den deutschen Mittelstand sowie starke Partnerin von rund 24.000 Firmenkundenverbünden. Rund 30 % der Finanzierung des deutschen Außenhandels werden von der Commerzbank abgewickelt. Mit einer Präsenz in mehr als 40 Ländern ist die Commerzbank überall dort vertreten, wo ihre Mittelstandskunden, Großunternehmen sowie institutionelle Kunden sie benötigen. Zudem begleitet die Commerzbank internationale Kunden mit einem Geschäftsbezug zu Deutschland, Österreich oder der Schweiz sowie Unternehmen aus ausgewählten Zukunftsbranchen. Mit einem angelegten Vermögen von mehr als 400 Mrd. Euro ist die Commerzbank zugleich eine der führenden Banken für Privat- und Unternehmertypen in Deutschland. Unter der Marke Commerzbank bietet sie mit ihrem Omnikanalansatz ein umfangreiches Leistungs- und Serviceangebot: online und mobil, telefonisch und per Video im Beratungscenter sowie persönlich in ihren rund 400 Filialen. Unter der Marke comdirect bietet sie als digitale Hauptbank rund um die Uhr alle Kernleistungen und als Leistungsbroker Lösungen für das Sparen, Anlegen und Handeln mit Wertpapieren. Die polnische Tochtergesellschaft mBank S.A. ist eine innovative Digitalbank und betreut knapp 5,9 Millionen Privat- und Firmenkunden überwiegend in Polen sowie in der Tschechischen Republik und der Slowakei.

Verantwortlich:

Commerzbank Aktiengesellschaft
Group Communications

60261 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9353-10055

newsroom@commerzbank.com
www.commerzbank.de/konzern