



© Christian Köpke

Payone-Studie

Die Bezahlung via Smartphone (NFC), Smartwatches und Wearables gewinnt an Beliebtheit und wird von immer mehr Kunden vorausgesetzt.

Wer nicht alles nimmt, kriegt nix

Fast 50 Prozent der Verbraucher kaufen nur in Shops, die es ihnen ermöglichen, so zu bezahlen, wie sie wollen.

FRANKFURT/WIEN. Von der Pandemie befeuert, ist der technische und auch der damit verbundene tiefgreifende gesellschaftliche Umbruch in Bezug auf Akzeptanz digitaler Zahlungsmethoden im Handel nicht mehr umzukehren. Payone, ein Joint Venture von Worldline, dem europäischen Marktführer im Bereich Zahlungsverkehrs- und Transaktionsdienstleistungen, sowie der DSV-Gruppe, Kompetenzzentrum Payment der Sparkassen-Finanzgruppe, hat im Rahmen einer Verbrauchermumfrage (n=1.501) ermittelt, wie es konkret um die Zahlgewohnheiten und Erwartungen an Bezahlmöglichkeiten steht.

Das Fazit: Es gibt mittlerweile eine ausgeprägte Erwartungshaltung gegenüber Händlern, was die angebotenen Zahlungsmittel betrifft – vorwiegend, aber bei weitem nicht ausschließlich bei den jungen Konsumenten. So geben neben 24% der 18- bis 29-Jährigen auch

21% der 30- bis 39-Jährigen und 16% der 40- bis 49-Jährigen an, dass reine Bargeldakzeptanz ein Ausschlusskriterium für das Aufsuchen eines Geschäfts bzw. eines dortigen Kaufs ist; in Deutschland ist der Anteil je nach Altersgruppe noch einmal deutlich höher (36% der 30- bis 39-Jährigen).

Ignoranz wird gestraft

In der Tat geben sechs Prozent der befragten Österreicher an, einmal pro Woche oder gar häufiger ein Geschäft zu verlassen, weil ein Händler nicht die von ihnen gewünschte Bezahlmethode im Angebot hat bzw. sie mangels genügend Bargeld nicht auf eine andere digitale Zahlungsart ausweichen konnten; eine solche Erfahrung zumindest einmal im Monat machen sogar 11% der Österreicher (Deutschland: 15%).

Da überrascht es nicht, dass 48% der befragten österreichischen und 49% der deutschen Verbraucher nach eigenem Be-

kunden nur in den Geschäften kaufen, die es ihnen ermöglichen, so zu bezahlen, wie sie es möchten – und das über alle Altersgruppen hinweg.

Trotz dem Wunsch nach vielfältigen Bezahlmöglichkeiten bleibt in Österreich das Bargeld

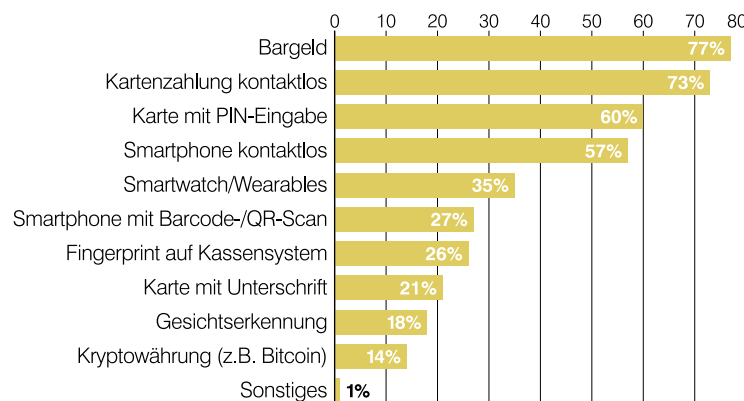
mit 77% auch in der Fünf-Jahres-Perspektive das Zahlungsmittel Nummer 1 im Geschäft; in Deutschland hat die kontaktlose Kartenzahlung die Nase vorn.

Aufwind für Smartwatch & Co
Gemeinsam ist beiden befragten Vergleichsgruppen, dass der Wunsch nach Bezahlmöglichkeiten wie Smartwatches und Wearables sowie biometrische Verfahren – wie Fingerprint und Gesichtserkennung – zunimmt; auch die Möglichkeit des Zahlens mit Kryptowährungen wünschen sich mit Blick auf 2028 immerhin 14%. Weiter an Bedeutung verliert indes zunehmend das nicht mehr als zeitgemäß erachtete Zahlen mit Karte plus Unterschrift. (red)

Zahlgewohnheiten im Wandel

Cash bleibt King – zumindest aus heutiger Sicht

„Wie sollte die Bezahlung im stationären Geschäft in fünf Jahren möglich sein?“



Mehrfachnennungen möglich; Quelle: Payone