

PRESSEMITTEILUNG

Bargeldlose Bezahlverfahren ermöglichen kleinen und mittleren Unternehmen höhere Umsätze und Effizienzgewinne

- *Studie von ECC Köln und Concardis: 53 Prozent der KMU verzeichnen positiven Einfluss von bargeldlosem Bezahlen auf den Umsatz*
- *Zeitaufwand für Bargeldabwicklung im Backoffice 45 Prozent höher als bei bargeldlosen Zahlverfahren*
- *Kontaktloses Bezahlen mit Karte in Deutschland auf dem Vormarsch, Mobile Payment noch in den Startlöchern*
- *Mehr als die Hälfte der Kunden bevorzugt ausschließlich bargeldloses Bezahlen – bei Smart Consumern sogar 70 Prozent*

Köln und Eschborn, 03. Juni 2019 – Der Trend zur Kartenzahlung am Point of Sale (PoS) in Deutschland setzt sich weiter fort: Mehr als die Hälfte (52 Prozent) der Kunden bevorzugt schon heute, nur bargeldlos zu bezahlen. Diese Entwicklung hin zum digitalen Bezahlen bietet deutliche Potenziale für Umsatzsteigerungen, Effizienzgewinne und Kostensenkungen in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Das zeigt die neue Studie „Besser bargeldlos als Bargeld los – Potenziale digitaler Zahlungsverfahren im Mittelstand“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Concardis. In einer Doppelbefragung wurden sowohl Händler, Gastronomen und Hoteliers aus dem KMU-Segment als auch Kunden befragt, um einen Rund-um-Blick auf Verbraucherpräferenzen beim Bezahlen und Geschäftspotenziale für KMU in Deutschland zu erhalten.

Umsatz- und Kosteneinsparpotenziale für KMU

Die Studie belegt den positiven Einfluss bargeldloser Zahlungen auf wichtige Unternehmenskennzahlen: Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen gibt an, durch bargeldlose Zahlungen einen positiven Effekt auf Umsatz (53 Prozent) und Neukundenanteil (51 Prozent) zu erzielen. Etwa die Hälfte der Kunden (49 Prozent) achtet mehr auf die Preise, wenn nur mit Bargeld bezahlt werden kann – die Tendenz geht zu höheren Bons, wenn Kartenzahlungen akzeptiert werden: 43 Prozent der befragten Unternehmen verzeichnen durch bargeldlose Zahlungen einen Anstieg bei Bon- und Warenkorbhöhen.

Die Akzeptanz bargeldloser Zahlungen bietet zudem erhebliche Effizienzgewinne für Unternehmen: Die Abrechnung von Bargeldzahlungen im Backoffice nimmt mit durchschnittlich 29 Minuten rund 45 Prozent mehr Zeit in Anspruch als das Handling bargeldloser Zahlungen. Dreiviertel der KMU benötigen für die Abwicklung digitaler Zahlungen weniger als 20 Minuten pro Tag. Durch die Zeitersparnis bei nachgelagerten Prozessen ergeben sich weitere Einsparungspotenziale für Händler, Gastronomen und Hoteliers. Auch beim Kassiervorgang bietet insbesondere das kontaktlose Bezahlen eine schnelle Abwicklung: Mehr als die Hälfte der Befragten KMU (52 Prozent) geben an, dass kontaktlose Zahlungen weniger Zeit in Anspruch nehmen als Bargeldzahlungen.

„Die Ergebnisse unserer Studie belegen den positiven Einfluss bargeldloser Zahlungsakzeptanz auf den Umsatz und die Effizienz – gerade für kleine und mittelgroße Unternehmen eine wichtige Erkenntnis“, sagt Robert Hoffmann, CEO von Concardis. „Mit einfachen, innovativen Payment-Lösungen und ohne große Investitionen können Händler und Dienstleister Geschäftspotenziale heben und ihr Unternehmen fit für die Zukunft machen. Kartenzahlungsakzeptanz mit Kontaktlosfähigkeit ist eine Mindestvoraussetzung dafür. Insbesondere das Potenzial von Mobile Payment wird sich in den

kommenden Jahren erst noch entfalten. Unternehmen sollten sich frühzeitig vorbereiten, um von diesen Entwicklungen zu profitieren.“

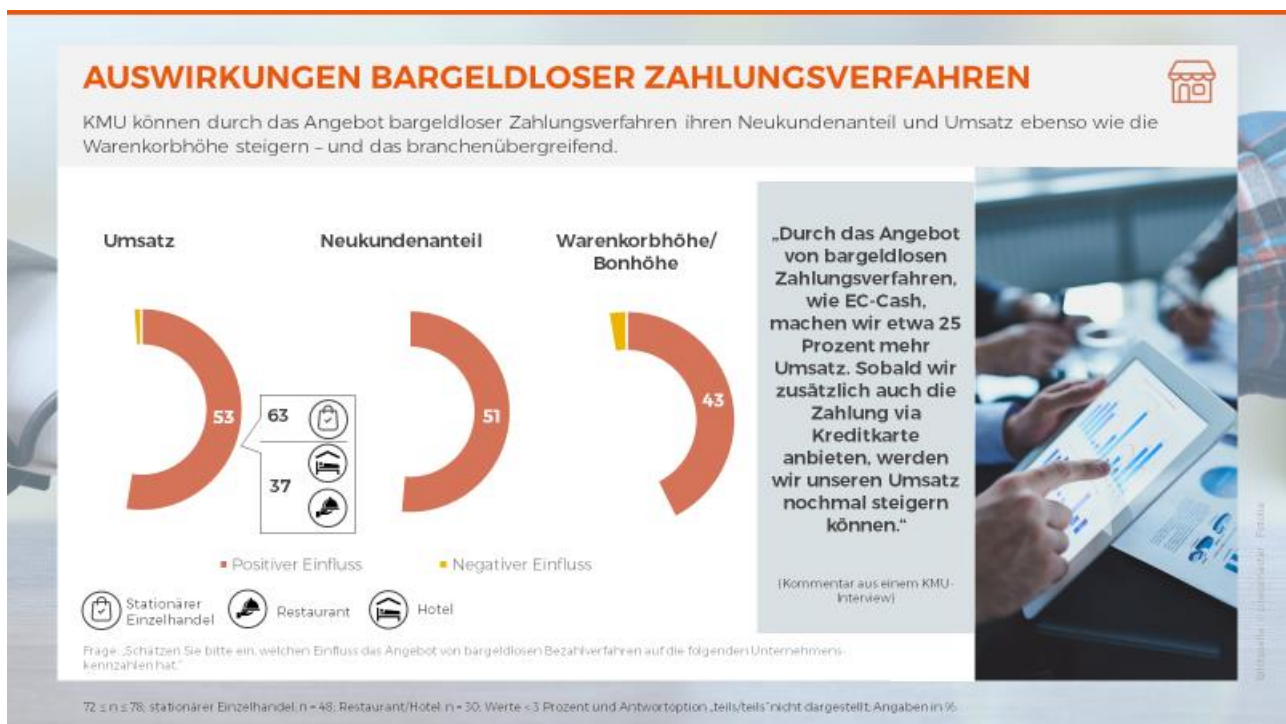
Kontaktloses Bezahlen auf dem Vormarsch – Mobile Payment noch weniger relevant

Kontaktlose Zahlungen unterstützen den Trend zum bargeldlosen Bezahlen und etablieren sich zunehmend am PoS im Mittelstand: Knapp ein Drittel (30 Prozent) der befragten Kunden zahlen bereits regelmäßig kontaktlos mit Karte – unter den Smart Consumern, besonders technik- und smartphoneaffine Nutzer, ist der Anteil mit 41 Prozent noch höher. Zwar ist Bargeld bei Beträgen unter 50 Euro nach wie vor beliebt, doch die Bereitschaft kontaktlos zu bezahlen, ist groß – unabhängig von der Bonnhöhe. Mobile Payment schließt im Vergleich langsamer auf: Erst fünf Prozent der Kunden nutzen regelmäßig smartphonebasierte Zahlungen am PoS. Bei den Smart Consumern sind es bereits zehn Prozent. Insgesamt verschiebt sich das Bezahlverhalten der Kunden allerdings deutlich in Richtung Kartenzahlung. Jeder zweite Befragte (49 Prozent) gibt an, künftig (viel) häufiger bargeldlos zu bezahlen. Unter den Smart Consumern bevorzugen bereits heute 70 Prozent ausschließlich bargeldlose Zahlungen.

„Smart Consumer sind die zukunftsrelevante Zielgruppe für Händler, Gastronomen und Hoteliers. Sie zeigen, welche Zahlungsverfahren im Einzelhandel künftig verstärkt Beachtung finden werden. Wer sie bedienen will, muss sich auf ihr Einkaufs- und Zahlungsverhalten einstellen und moderne bargeldlose Bezahlmöglichkeiten anbieten“, so Mailin Schmelter, stellvertretende Bereichsleiterin Customer Insights am ECC Köln.

Wörter der Meldung: 642

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.907



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Quelle: ECC Köln/ Concardis, 2019

Über die Studie

Für die Studie „Besser bargeldlos als Bargeld los – Potenziale digitaler Zahlungsverfahren im Mittelstand“ hat das ECC Köln gemeinsam mit Concardis 300 deutsche Anbieter aus Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie von Februar bis März 2019 befragt. Zudem wurde eine Umfrage unter 1.000 Kunden im März und April 2019 durchgeführt. Es handelt sich dabei um eine repräsentative Studie, die den Status Quo des Bezahlverhaltens der Verbraucher am PoS und die Auswirkungen digitaler Bezahlverfahren bei KMU in Deutschland untersucht und in diesem Zusammenhang Potenziale aufzeigt, die sich für die Unternehmen ergeben.

Die vollständige Studie steht für Medienvertreter auf Anfrage zur Verfügung.

Über das ECC Köln

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigem Market und Customer Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. *Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln.*

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Pressekontakt ECC Köln:

Melanie Günther
Unternehmenskommunikation
+49 (0) 221 943607-23
m.guenther@ifhkoeln.de

Über Concardis

Concardis ist ein führender Anbieter digitaler Bezahlösungen mit 1.100 Mitarbeitern und mehr als 116.000 Kunden in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südosteuropa. Als Teil der Nets Group, einem führenden Zahlungsdienstleister in Nordeuropa, arbeiten wir an der Zukunft des Zahlungsverkehrs. Wir ermöglichen es Händlern, Dienstleistern und Finanzinstituten, von der Digitalisierung der Bezahl- und Geschäftsprozesse zu profitieren. Ob reibungsloses Payment am stationären Point of Sale, flexibel anpassbare Lösungen für den E- und M-Commerce oder Zusatzleistungen mit echtem Mehrwert: Unsere innovativen Produkte und Services verringern Komplexität, machen das Bezahlen einfach und verbessern so das Kundenerlebnis

Pressekontakt Concardis:

Christian Drixler
Head of Corporate Communications
Pressesprecher
Tel.: +49 69 7922-4681
E-Mail: presse@concardis.com
Web: www.concardis.com

BCC für Concardis

Jasmin Schwarz
Tel.: +49 69 900 2 888-38
E-Mail: concardis@bcc-ffm.de