

PRESSEMITTEILUNG

DIGITALISIERUNGSSCHUB FÜR DEUTSCHE LADENKASSEN

Neue ECC Paymentstudie zeigt: Coronapandemie sorgt für Durchbruch der digitalisierten Zahlung am POS. Insbesondere bargeld- und kontaktloses Bezahlen immer häufiger möglich und von Konsument:innen genutzt.

Köln, 05. Mai 2021 — Noch sind Schein und Münze die Lieblinge deutscher Konsument:innen an der Ladenkasse. Aber: Schon heute zahlt jede:r dritte Konsument:in kontaktlos, auch andere bargeldlose Zahlungsverfahren gewinnen an Bedeutung. Die neue „ECC Paymentstudie Vol. 25“ von ECC KÖLN und Prof. Dr. Malte Krüger untersucht unter anderem den Aufschwung des kontaktlosen Bezahlers und die damit verbundene Digitalisierung am Point-of-Sale (POS) und zeigt, wie Händler auf das veränderte Konsumentenverhalten reagieren.

Digitale Zahlungsmittel nicht nur bei Smart Natives beliebt

68 Prozent der Konsument:innen haben infolge der Coronapandemie ihr Bezahlverhalten am POS verändert. Dabei gewinnen insbesondere bargeldlose Verfahren zunehmend an Bedeutung und werden nicht mehr nur von smartphone- und onlineaffinen Kund:innen genutzt. So geben 71 Prozent der Befragten an, mittlerweile häufiger kontaktlos mit Karte zu bezahlen. Die Bonhöhe scheint dabei irrelevant: Die Spanne reicht von Kleinstbeträgen bis hin zu Zahlungen von über 500 Euro. Kontaktloses Bezahlen am POS wird damit für jede:n zweiten Konsument:in zur Selbstverständlichkeit.

Handel baut Zahlungsangebot weiter aus

Wie reagiert der Handel auf die veränderten Kundenanforderungen? 74 Prozent der Händler nehmen die Veränderungen im Bezahlverhalten ihrer Kundschaft wahr. Zwar ist der Großteil der stationären Händler bereits heute mit einem breiten Payment-Mix aufgestellt, jeder zweite Händler rüstet basierend auf den Entwicklungen dennoch noch einmal nach. Dabei wird vor allem die Zahlung per Girocard bzw. EC-Karte (50 %), kontaktlose Zahlung per NFC oder QR-Code (46 %) und die Zahlung mit Kreditkarte (42 %) möglich gemacht. Mit gutem Grund: Rund ein Drittel der Konsument:innen präferiert heute Geschäfte, die digitales Bezahlen ermöglichen. 17 Prozent der Konsument:innen meiden sogar Geschäfte, die nur Bargeld akzeptieren.

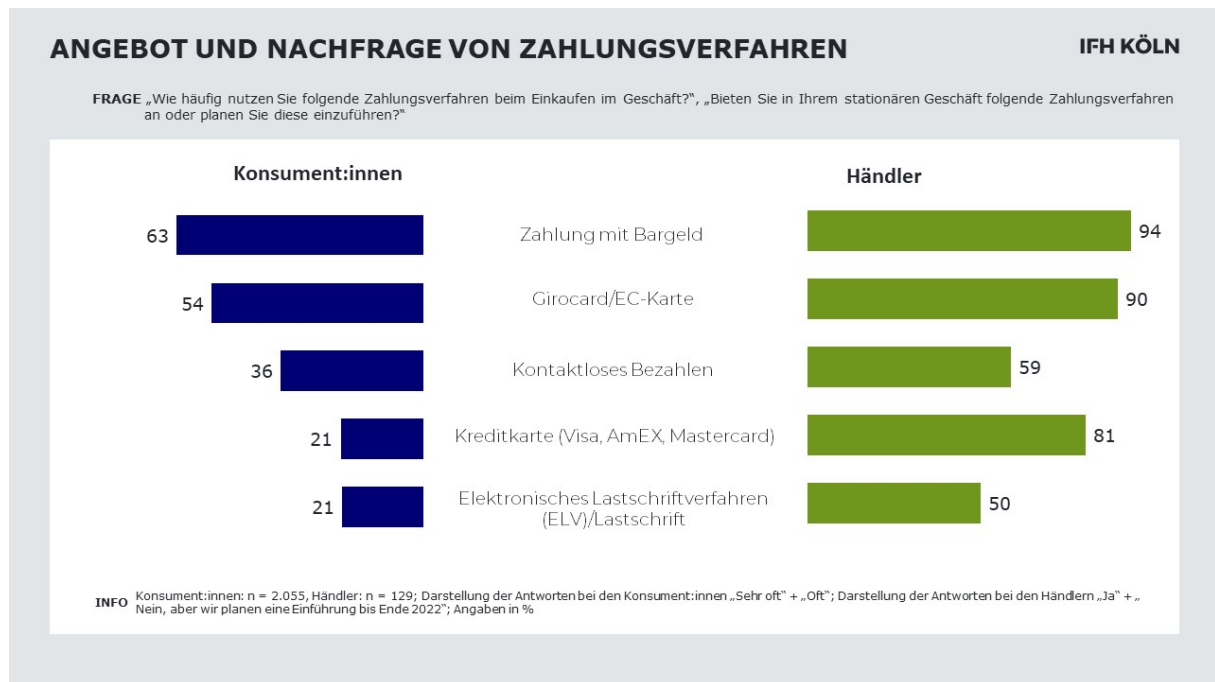
Zukunft des Bargelds ungewiss

Noch immer zahlen 63 Prozent der Konsument:innen (sehr) oft mit Bargeld. Gleichzeitig sinkt die Bedeutung des Zahlungsmittels seit Jahren – das merkt auch der Handel. Nur ein kleiner Teil der Händler kann sich aber vorstellen, gänzlich darauf zu verzichten, Barzahlung anzubieten. Hat sich die Kundschaft jedoch einmal an die Vorteile bargeldlosen Bezahlers wie Bequemlichkeit, Schnelligkeit und Hygiene gewöhnt, werden es Schein und Münze in Zukunft schwer haben.

„Kontaktloses Bezahlen ist durch die Coronapandemie und den Wunsch vieler Konsument:innen nach sicherem und hygienischem Einkaufen zur Selbstverständlichkeit geworden. Der Großteil der kontaktlosen Zahlungen wird dabei per Karte abgewickelt, jede siebte Zahlung aber bereits heute mit dem Smartphone getätigt. Durch den hohen Stellenwert des Smartphones beim (Online)Shopping ist zu erwarten, dass Mobile Payment zukünftig weiter an Relevanz gewinnt“, so Mailin Schmelter, stellvertretende Bereichsleitung am ECC KÖLN, zu den Ergebnissen der Studie.

Wörter der Meldung: 430

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.186



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 ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Für die „ECC Paymentstudie Vol. 25“ hat das ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Malte Krüger 2.055 deutsche Konsument:innen im Januar 2021 befragt. Darüber hinaus wurde zeitgleich eine Umfrage unter 242 überwiegend kleinen und mittelständischen Händlern durchgeführt. Die ECC Paymentstudie untersucht bereits zum 25. Mal Angebot und Nachfrage von Zahlungsverfahren (online und stationär), hinterlegte Zahlungsverfahren bei digitalen Wallets wie PayPal und Google Pay sowie Betrugsrelevanz und -prävention aus Händlersicht. In diesem Jahr werden zudem die Auswirkungen der Coronapandemie auf Zahlungsgewohnheiten und -angebot sowie die Entwicklung des kontaktlosen Bezahlers am POS unter die Lupe genommen.

Die ECC Paymentstudie wurde unterstützt von folgenden Unternehmen: Klarna, Lowell Financial Services GmbH, VR Payment GmbH, Unzer GmbH.

Die komplette Studie ist im [IFH Shop](#) verfügbar.

Im Rahmen der Expertenvorträge der [ECC WEB TALKS](#) präsentieren Cassandra Bolz und Dr. Kai Hudetz vom ECC KÖLN exklusive Ergebnisse der Studie. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „Payment online und am POS – Was Kund:innen wünschen und Händler bieten müssen“ [anmelden](#).

Die letzten drei ECC WEB TALKS können Sie eine Woche lang auf der Website der [ECC WEB TALKS](#) bequem noch einmal anschauen.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: www.ecckoeln.de