

01

15. Februar 2020
Fritz Knapp Verlag
31. Jahrgang
ISSN 0937-597 X
D 25079



KARTEN

cards | cartes

ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Digitaler
Sonderdruck



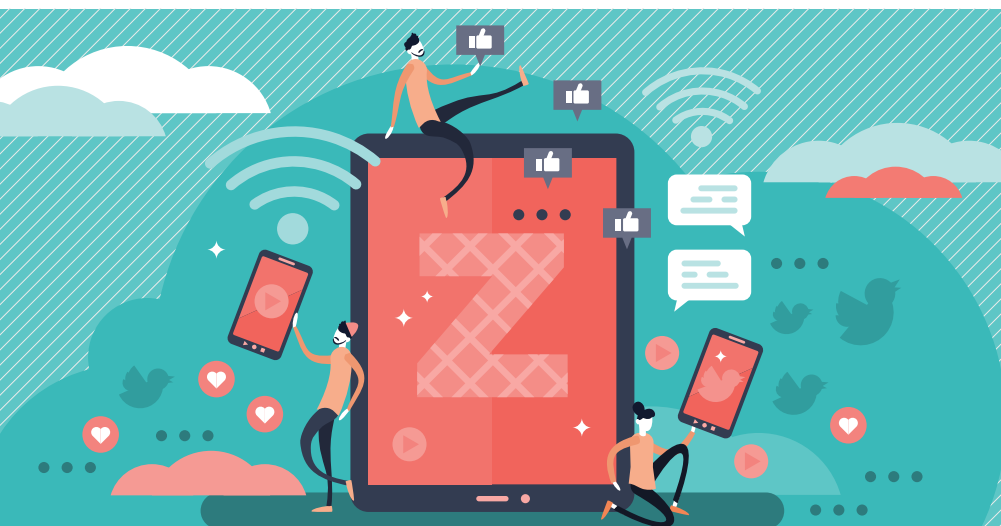
Payment-Trends 2020 –
was wollen die Digital Natives?

Von Claire Gates

DAS NEUE JAHRZEHNT –
WIE WIRD BEZAHLT?

Payment-Trends 2020 – was wollen die Digital Natives?

Von Claire Gates



Auch für die unter 40-Jährigen ist Bargeld nicht out. Das hat die Studie *Lost in Transaction* von Paysafe gezeigt. Dennoch verändert die Technikaffinität der Generation Z das Einkaufs- und Bezahlverhalten. Für 2020 macht Claire Gates eine Reihe von Trends aus. Omnichannel-Shopping und in der Folge auch Omnichannel-Payment, häufigeres Bezahlen ohne Kasse am physischen PoS oder auch das Einkaufen oder Bezahlen per Sprachtechnologie werden an Bedeutung gewinnen. Im Sinne der finanziellen Inklusion dürften auch Barzahlungslösungen für digitale Kanäle weiter zulegen

Wie wird die junge Generation 2020 und in Zukunft bezahlen? Wie werden neue Technologien wie Künstliche Intelligenz und 5G den Bezahlvorgang verändern und was sind eigentlich unsichtbare Zahlungen? Die Prognose: Im Jahr 2020 wird sich auf jeden Fall einiges im Umbruch befinden, und für unsere (digitalen) Geldbeutel werden sich ganz neue Möglichkeiten auftun.

Junge Digital Natives unter 40 sind nicht nur bei gesellschaftlich relevanten Diskussionen wie Klimawandel und Nachhaltigkeit ganz vorne mit dabei. Auch als Kunden haben sie großen Einfluss – sie sind inzwischen die größte und relevanteste Konsumentengruppe. Auch beim Einkaufen und der Bezahlung möchte die Generation Z neue Wege gehen und innovative Technologien nutzen. Sie erwartet, dass ihre Wünsche bei Händlern, Shop-Betrei-

bern und Zahlungsdienstleistern Gehör finden.

Für die Generation Z bedeutet „shoppen“ dabei meist nicht: Schaufensterbummel in der Stadt. Sondern: Handy raus, das Wunschprodukt aussuchen und den Kaufvorgang mit einigen Klicks abschließen. Laut der aktuellen Studie „Lost in Transaction“ von Paysafe kaufen 45 Prozent der deutschen Generation Z öfter über das Smartphone ein als auf anderen Geräten. In der Generation X (40 bis 54 Jahre) shoppen dagegen nur 21 Prozent mobil.

Online- und Offline-Transaktionen: Grenzen verschwinden

Das Smartphone ist bei jungen Kunden ein beliebtes Shopping-Tool – wie sie am liebsten bezahlen, ist jedoch so in-

dividuell wie die Kunden selbst. Mobile Wallets, Online-Prepaid, Online-Cash-Systeme – viele junge Deutsche sind der Studie zufolge experimentierfreudig beim Bezahlen.

Aber auch das gute alte Bargeld steht bei jungen Käufern noch überraschend hoch im Kurs: 81 Prozent der deutschen Generation Z bezahlen laut der Studie von Paysafe auch regelmäßig bar, wenn sie in stationären Geschäften einkaufen. Dies sind sehr viel mehr junge Bargeldfreunde, als in anderen Ländern.

Auch beim Bezahlen in Geschäften wünschen sich junge Kunden mehr Auswahlmöglichkeiten als: „Bar oder mit Karte“? Mehr als die Hälfte der deutschen 16- bis 24-Jährigen kauft lieber in Geschäften ein, die kontaktloses Bezahlen anbieten.

Nach Omnichannel-Shopping ist deshalb Omnichannel-Payment ein wichtiger Trend für 2020. Sowohl für Online-Händler wie auch stationäre Händler gilt dabei: Kunden erwarten heutzutage individuelle Bezahloptionen und vor allem reibungslose Bezahlvorgänge – sowohl online als auch am PoS.

Gerade für junge Käufer ist online und offline heutzutage sowieso kein Gegensatz mehr – vielmehr möchten sie beide



Claire Gates, CEO Paysafe Pay Later, Paysafe Group, London

Komponenten in einem Kaufvorgang verbinden. Beispielsweise informieren sie sich in einem Geschäft und schließen den Kauf dann online im Web-Shop ab, oder auch umgekehrt.

Während dieses Verhalten früher im stationären Handel oft geradezu als Bedrohung gesehen wurde, werden heute zunehmend auch die Chancen erkannt. Schließlich muss es ja kein „fremder“ Online-Shop, sondern kann durchaus auch das Online-Angebot des jeweiligen Händlers sein. Und auch bei Omnichannel-Payment gibt es keine klaren Grenzen mehr:

Online-, digitale und „vor Ort“-Bezahlung werden immer mehr verschmelzen, auch ermöglicht durch moderne technische Möglichkeiten am PoS und die Verbreitung von Mobile Payment. Diese neuen Möglichkeiten machen auch bewährte und gerade in Deutschland sehr beliebte Bezahloptionen wie Ratenzahlung sehr viel einfacher: In der DACH-Region können Kreditchecks für Ratenzahlungen seit kurzem auch online und damit viel schneller und einfacher als früher durchgeführt werden. Früher mussten Kunden noch seitenweise Formulare ausfüllen – heute ist ein solcher Antrag in einigen Minuten erledigt, beispielsweise mit der neuen Instore-Bezahlung von Paysafe.

Bezahlen ohne Kasse wird weiter zunehmen

Einfach den Laden verlassen, ohne davor an die Kasse zu gehen? Früher war das nicht zu empfehlen und hieß Ladendiebstahl – heute dagegen spricht man von unsichtbarem Bezahlen. Gerade für junge Kunden ist das inzwischen ein ganz selbstverständlicher Vorgang in vielen Bereichen, beispielsweise bei Uber. Nach der Fahrt steigt man einfach aus dem Auto aus, ohne sich über passendes Kleingeld oder Quittungen Gedanken zu machen.

Auch Amazon ist Vorreiter bei diesem Prinzip: In den US-Filialen von Amazon Go gibt es gleich gar keine Kassen mehr – und dieses Geschäftsmodell boomt: mittlerweile gibt es 16 Filialen, und 2020 werden es noch deutlich mehr werden – auch einige Start-ups bieten dieses Konzept an. Bezahlen ohne Kasse wird 2020 also weiter zunehmen und

die Nachfrage der Kunden nach diesem Modell wird wachsen.

Auch für Händler ist es eine verlockende Vorstellung, sich nicht mehr im Detail mit allen Aspekten des Bezahlvorgangs beschäftigen zu müssen – besonders da dieser immer komplexer wird. Deshalb sollten sich Händler zunehmend überlegen, mit einem Partner zusammenzuarbeiten, der sich in der komplexen Welt des Bezahlers bestens auskennt und deren Verwaltung für den Händler übernimmt.

Künstliche Intelligenz bringt persönliche Ansprache zurück

Die jüngere Generation ist erfahrungsgemäß seit jeher besonders an neuen Technologien und technischem Fortschritt interessiert. Eine bahnbrechende Technologie unserer Zeit ist Künstliche Intelligenz (KI).

Interessanterweise birgt gerade diese neue Technologie die spannende Möglichkeit, eine schöne Erfahrung aus der alten Offline-Welt in die neue Online-Welt zu retten: Während wir früher als Kunden die persönliche Beziehung zu den Verkäufern im Geschäft um die Ecke wertgeschätzt haben, geht dies im Zeitalter der globalen Handelsketten zunehmend verloren. KI kann und soll zwar nicht den Kontakt mit echten Menschen ersetzen, hat aber durchaus das Potenzial, den Kunden wieder die persönliche Ansprache zurückzugeben, die verloren gegangen ist. KI ermöglicht Personalisierung zum Beispiel auch bei der gesammelten Kundenansprache, sodass sich Kunden wieder einzigartig fühlen und beispielsweise auch individuelle Angebote und Sonderangebote erhalten. Bei diesem Trend werden auch Bezahldienstleister eine immer wichtigere Rolle spielen, da sie es sind, die relevanten Daten und Insights liefern, auf deren Basis eine persönliche, automatisierte Ansprache erst möglich wird.

Sprachtechnologie beim Shoppen und Payment im Kommen

Eine Ansprache ganz anderer Art, aber auch ein Trend, der besonders die junge Generation sehr interessieren dürfte: Bezahlung mit Sprachaktivierung. Weltweit nutzen bereits 100 Millionen Nutzer irgendeine Art von Technologie,

die auf Stimmaktivierung basiert, wie Google Home oder Alexa. Das bedeutet auch: Viele Menschen besitzen entsprechende Geräte, mit denen sie auch online shoppen, Rechnungen bezahlen oder Transaktionen mit Freunden durchführen können. Und das Interesse wächst, genau das zu tun: In der internationalen Paysafe-Studie konnten sich 32 Prozent der deutschen Befragten vorstellen, über ein Smart-Home-Gerät einzukaufen. Diese Bereitschaft zeigt, dass Händler die Möglichkeiten dieser neuen Plattform ausloten sollten.

Allerdings gibt es davor noch einige Sicherheitsbedenken auszuräumen: Während sich zwar 73 Prozent der deutschen Befragten vorstellen können, bei einem Online-Kauf ihre Identität mit ihrer Stimme, Fingerabdruck oder Gesichtserkennung zu bestätigen, fürchten gleichzeitig 60 Prozent der Deutschen, dass ihre Bankdaten bei der Verwendung von stimmungsgesteuerter Technologie wie Alexa oder Google Home nicht sicher sind. Deshalb sollten Händler 2020 den Fokus darauf legen, ihre Kunden über die Sicherheit solcher Anwendungen zu informieren, falls sie diese anbieten wollen.

Die Generation Z ist auch fürs Bezahlen mit Sprachaktivierung aufgeschlossen: Fast die Hälfte der 16 bis 24-Jährigen in Deutschland würde Sprachtechnologie nutzen, um sich bei einem Abonnement-Dienst wie Netflix anzumelden. 46 Prozent der jungen Deutschen würden einen einmaligen Einkauf im Entertainmentbereich mit dieser Technologie tätigen.

Immer vielfältigere Authentifizierungsmethoden

Stimmaktivierung ist nicht nur sicher, sondern macht Online-Anwendungen und Bezahlvorgänge sogar noch sicherer: Immer mehr Nutzer verwenden biometrische Authentifizierungsverfahren im Zuge der 2-Faktor-Authentifizierung. 73 Prozent der Deutschen fühlen sich wohl damit, ein Element zu nutzen, das einzigartig für ihre Person ist, beispielsweise Fingerabdruck, Gesicht oder Stimme. Das Passwort liegt allerdings noch auf Platz eins.

In Zukunft sind für die Authentifizierung beim Bezahlen auch weitere Optionen denkbar, die eine hohe Sicherheit und

praktische Anwendung garantieren, etwa der Standort des Nutzers, die Zeit, zu der die Transaktion vorgenommen wird, und sogar übliche Verhaltensmuster.

Online-Cash-Lösungen gewinnen weiter an Bedeutung

Schüler und Studenten sind meist knapp bei Kasse, und gerade Minderjährige haben oft noch kein Konto. Aber auch altersunabhängig wird die Umsetzung von „finanzieller Inklusion“ für Finanzdienstleister immer wichtiger. Auch Menschen ohne Konto oder Kreditkarte sollen am gesellschaftlichen Leben und auch am Konsum teilhaben können.

Im Zuge der Digitalisierung zeigt sich, dass alternative Bezahlmethoden hier

ein sehr guter Weg sein können, beispielsweise e-Cash. Dies verbindet die gewohnte Barzahlung, mit der die Verbraucher vertraut sind, mit der digitalen Welt, sodass an dieser nun auch Menschen mit schwierigerem finanziellem Background teilhaben können. Deshalb werden Online-Cash-Lösungen 2020 eine noch größere Rolle spielen.

2020 wird also auf jeden Fall ein bewegtes Jahr mit vielen neuen Chancen für Händler und Finanzdienstleister – und innovative Technologie spielt dabei eine große Rolle

Neue Einkaufswelten mit 5G

Die Kommunikation wird in Zukunft an Geschwindigkeit aufnehmen – 5G

macht es möglich. Momentan ist die kommerzielle Anwendung noch teuer und nicht sehr weit verbreitet, aber das wird sich ändern. Das schnelle und leistungsstarke 5G wird auch anderen Technologien wie dem Internet der Dinge oder Virtueller und Augmented Reality Realität einen Geschwindigkeits-Boost verpassen.

Das ist nicht nur für die technikaffine Generation Z, sondern auch für den Handel spannend: Mit 5G eröffnet sich eine ganz neue Welt des Einkaufens. Beispielsweise könnten Kunden mit Augmented Reality in einem virtuellen Spiegel Kleidung „anprobieren“, ohne sie wirklich zu probieren. Die schnelle Verbindung bietet Händlern viele Möglichkeiten, das Kundenerlebnis beim Einkaufen auf eine ganz neue Stufe zu heben. ■