

Visa Mobile Payment Monitor 2020: Kontaktloses und mobiles Bezahlen im Aufschwung

- *Drei Viertel aller Verbraucher:innen bezahlen nun kontaktlos mit der Karte, dem Smartphone oder Wearable*
- *Die Anzahl der Mobilzahler:innen verdoppelte sich innerhalb eines Jahres auf 12 %*
- *95 % der Mobilzahler:innen haben nun eine bessere Ausgabenübersicht als vor dem Umstieg auf Mobile Payment*

Frankfurt am Main, 3. August 2020 – Die COVID-19-Krise hat das gesellschaftliche Handeln im Alltag und insbesondere das Bezahlen stark beeinflusst. Das belegen die Ergebnisse der repräsentativen Online-Befragung „Mobile Payment Monitor 2020“ von Visa in Zusammenarbeit mit forsa, die nach 2019 nun zum zweiten Mal erhoben wurde. Mit Abstand das beliebteste Zahlungsmittel ist die Karte, mit der 56 % am liebsten bezahlen – das sind 3 Prozentpunkte mehr als 2019. Das Bargeld hingegen hat an Beliebtheit verloren, statt 38 % küren nur noch 32 % Cash zum persönlichen Liebling. Die Anzahl der Mobilzahler:innen konnte sich innerhalb eines Jahres auf 12 % verdoppeln. Zudem sind kontaktlose Kartenzahlungen überdurchschnittlich gestiegen und werden positiver bewertet – und das über alle Generationen hinweg.

Verbraucher:innen bevorzugen kontaktloses Bezahlen

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass sich das Zahlverhalten der Verbraucher:innen in Deutschland im Wandel befindet. Besonders deutlich wird dieser Wandel am raschen Anstieg des digitalen Bezahlers: Die Nutzung des mobilen Bezahlers verdoppelte sich innerhalb eines Jahres von 6 % auf 12 %. Bei der jüngeren Generation (18-35 Jahre) hat sogar jede:r Fünfte bereits mobil bezahlt. Drei von vier Befragten (75 %) haben schon kontaktlos bezahlt – im vergangenen Jahr war es nur jede:r Zweite (55 %). Dabei handelt es sich um eine Entwicklung, die generationenübergreifend stattfindet: Bei der Gruppe der über 61-Jährigen ist das kontaktlose Bezahlen ebenfalls um 20 Prozentpunkte auf insgesamt 68 % angestiegen, 8 % bezahlen nun mobil – das sind 6 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Diejenigen, die kontaktlos bezahlen, tun dies nun häufiger im Alltag: 64 % der Befragten bezahlen mindestens einmal pro Woche kontaktlos mit der Karte – letztes Jahr war es gerade mal die Hälfte aller Befragten (50 %).

Zu dieser Verhaltensänderung beigetragen haben unter anderem die neu aufgetretenen Hygienebedenken in der aktuellen COVID-19-Pandemie: 55 % der Befragten finden es vorteilhaft, dass sie beim kontaktlosen Bezahlen weder mit dem Kassenterminal noch mit Bargeld in Kontakt kommen. Bei einem Viertel der Befragten (25 %) hat sich die Einstellung zum kontaktlosen Bezahlen seit der Pandemie verbessert, jede:r Dritte (38 %) bezahlt nun öfter kontaktlos als vor der Krise. Auch das mobile Bezahlen überzeugt immer mehr Verbraucher:innen, da sie sich an

ihrem eigenen Smartphone authentifizieren können und somit auch bei höheren Beträgen nicht mit dem Bezahlterminal in Berührung kommen. Zusätzlich dazu bieten immer mehr Banken mobiles Bezahlen an, wodurch Verbraucher:innen zunehmend Zugang zu mobilen Bezahlösungen erhalten.

Albrecht Kiel, Regional Managing Director Central Europe bei Visa, kommentiert den Umbruch beim Bezahlen in Deutschland: „Bargeld verliert zunehmend an Beliebtheit – stattdessen wünschen sich Menschen digitale Zahlungsmittel, die ihren Bedürfnissen entsprechen. Bei allen Generationen sehen wir den Wunsch nach schnelleren Bezahlvorgängen und einer sofortigen elektronischen Übersicht der Ausgaben. Deswegen sind wir überzeugt, dass sich das Bezahlverhalten in Deutschland derzeit signifikant und nachhaltig wandelt.“

Mobilzahler:innen haben den vollen Überblick

Im Vergleich zum Vorjahr hat auch das mobile Bezahlen an Beliebtheit gewonnen. Die Mobilzahler:innen sind begeistert, 84 % wollen nicht mehr darauf verzichten. Gerade beim Thema Ausgabenübersicht kann die Bezahlform über alle Generationen hinweg überzeugen: Nahezu alle Mobilzahler:innen (95 %) geben an, dass sie nun einen besseren Überblick über ihre Ausgaben haben als vor dem Umstieg auf mobiles Bezahlen. Das ist eine enorme Verbesserung im Vergleich zum vergangenen Jahr, als nur vier von zehn Nutzer:innen (41 %) dies angaben. Auch sehen sie deutlich mehr Vorteile der Bezahlmethode wie die Unabhängigkeit von Bargeldabhebungen und die Zeitersparnis als die Nichtnutzer:innen. Das zeigt: Von den Vorteilen überzeugt man sich am besten selbst.

„Das digitale Bezahlen boomt – das sehen wir gerade im Vergleich zum letzten Jahr sehr deutlich“, sagt Volker Koppe, Head of Digital Central Europe bei Visa. „Mehr als 70 % der Visa-Zahlungen in Europa sind jetzt kontaktlos¹. In Deutschland hat sich der Anteil der kontaktlosen Visa Transaktionen im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt². Sobald sie diese Lösungen ausprobiert haben, merken Verbraucher:innen, wie praktisch sie wirklich sind. Das sehen wir vor allem an der Resonanz der befragten Mobilzahler:innen.“

Verbraucher:innen wünschen sich nahtloses Bezahlerlebnis

Die mit der COVID-19-Pandemie einhergehenden Hygienebedenken sind jedoch nicht der einzige Grund für das Umdenken der Verbraucher:innen. Tatsächlich spielen Convenience-Aspekte bei den Konsumenten sogar eine wichtigere Rolle als die Hygiene. Am wichtigsten ist es den Befragten, den Überblick über ihre Ausgaben zu behalten – darauf legen neun von zehn Konsument:innen (90 %) Wert. Sechs von zehn (61 %) möchten sofort sehen, wie viel Geld sie wo ausgegeben haben. Fast genauso viele (59 %) legen Wert darauf, vor einem Kauf nicht mehr zum Geldautomaten zu müssen und jede:r Zweite (51 %) erwartet einen schnellen Bezahlvorgang. Das

¹ Stand: April 2020 (Visa Daten)

² Stand: April 2020 (Visa Daten)

Bezahlen soll immer weniger Zeit kosten, einfach funktionieren und ohne großen Aufwand einen Überblick über die Ausgaben bieten.

Zudem wird deutlich, dass Verbraucher:innen nun flächendeckend digitale Bezahlmöglichkeiten erwarten – auch bei kleinen Händlern, die traditionell eher auf Bargeld setzen. Knapp die Hälfte der Befragten, die kontaktlos zahlen (48 %), möchte gerne auch beim Bäcker kontaktlos zahlen können, 42 % wünschen sich diese Bezahlmöglichkeit ebenso in anderen kleinen Geschäften. 15 % gaben sogar an, bestimmte Geschäfte zu meiden, weil sie nur Bargeldzahlungen annehmen. 85 % der Mobilzahler:innen würden häufiger mobil bezahlen, wenn es flächendeckend an allen Kassen in Deutschland möglich wäre. Das digitale Bezahlen wird also zunehmend zu einer Selbstverständlichkeit, die häufig und gerne von den Konsument:innen genutzt wird.

Über den Visa Mobile Payment Monitor

In Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa hat Visa im Mai-Juni 2020 mit einer repräsentativen Online-Befragung rund 1.800 Verbraucher:innen in Deutschland über 18 Jahre zu ihrer Einstellung zum kontaktlosen, mobilen und digitalen Bezahlen befragt und das Nutzungsverhalten von Mobilzahler:innen untersucht.

Notification

Case studies, comparisons, statistics, research and recommendations are provided "AS IS" and intended for informational purposes only and should not be relied upon for operational, marketing, legal, technical, tax, financial or other advice. Visa Inc. neither makes any warranty or representation as to the completeness or accuracy of the information within this document, nor assumes any liability or responsibility that may result from reliance on such information. The Information contained herein is not intended as investment or legal advice, and readers are encouraged to seek the advice of a competent professional where such advice is required.

Hinweis an die Redaktion

Bei Interesse an weiteren Ergebnissen aus dem Visa Mobile Payment Monitor wenden Sie sich bitte an visa@adellink.de

Über Visa

Visa Inc. (NYSE:V) ist weltweit führend beim digitalen Bezahlen. Unser Ziel ist es, die Welt mithilfe des innovativsten, zuverlässigsten und sichersten Bezahlnetzwerks zu verbinden. Damit wollen wir Verbraucher:innen, Unternehmen und Volkswirtschaften Wachstum ermöglichen. VisaNet, unser fortschrittliches globales Netzwerk für Transaktionsabwicklung, bietet weltweit sicheres und zuverlässiges Bezahlen. Es ermöglicht die Abwicklung von 65.000 Transaktionen pro Sekunde. Visa legt seinen Fokus auf Innovationen und treibt damit das rasche Wachstum des vernetzten Handels auf jedem Gerät voran. Visa will es Verbraucher:innen ermöglichen, an jedem Ort und zu jeder Zeit bargeldlos zu bezahlen. Während sich die Welt von einer analogen hin zu einer digitalen bewegt, setzt Visa seine Marke, Produkte und Mitarbeiter:innen sowie sein Netzwerk ein, um die Zukunft des Handels mitzugestalten. Mehr Informationen finden Sie auf unserer Webseite (www.visaeurope.com), dem Visa Blog und [@VisaNewsEurope](https://twitter.com/VisaNewsEurope).



Kontakt

Doreen Zöllner / Melissa Walker

Adel & Link Public Relations

Tel.: +49 69 153 40 45 35

visa@adellink.de

Website: www.visa.de

Facebook: [@VisaDeutschland](https://www.facebook.com/VisaDeutschland)

Twitter: [@Visa_DE](https://twitter.com/Visa_DE)

Instagram: [@Visa_de](https://www.instagram.com/Visa_de)