

PAYONE-HÄNDLERBEFRAGUNG: ZAHLUNGSSYSTEME UND DEREN RELEVANZ FÜR UMSATZGENERIERUNG – KÖNIGSMACHER PAYMENT-MIX

Frankfurt am Main, 08.02.2022

PAYONE, Joint Venture von Worldline, dem europäischen Marktführer im Bereich Zahlungsverkehrs- und Transaktionsdienstleistungen, sowie der DSV-Gruppe, Kompetenzcenter Payment der Sparkassen-Finanzgruppe, hat eine Händlerbefragung zum Thema „Umgang mit Zahlungssystemen heute und in der Zukunft“ durchgeführt. Im Mittelpunkt standen die Fragestellungen, wie der Handel im Zuge der Digitalisierung, hybrider Off- und Online-Verkaufs-Choreographie mit der gleichzeitig immer schnelleren Entwicklung neuer Zahlverfahren umgeht, wie er mögliche Potenziale für den eigenen Umsatz erkennt sowie und ob sich Trends im jeweiligen Zahlungsmix widerspiegeln. Befragt wurden 340 PAYONE-Händler in Deutschland, über alle Branchen und Unternehmensgrößen hinweg. Der Fokus der Erhebung lag auf dem stationären Handel.

Die rasant voranschreitende digitale Transformation bei zugleich immer höheren Erwartungen an Multi- und Omnichannel-Services seitens der Endkonsumenten verändert den stationären Handel tiefgreifend. Synchron lässt sich diese Entwicklung auch beim Thema Bezahlen ablesen: Die Bandbreite der Zahlungsverfahren im Markt ist in den vergangenen Jahren sprunghaft gestiegen; sie haben zum Teil Trends gesetzt. Diese Vielfalt macht die Auseinandersetzung des Händlers mit den diversen Bezahlmethoden unumgänglich, will er auch morgen noch die Kunden von gestern zu seiner Klientel zählen sowie den eigenen Umsatz nicht nur stabil halten, sondern möglichst steigern. Dazu sieht sich der Händler oftmals dem Dilemma gegenüber, sich zwischen den diversen Bezahl-Optionen entscheiden zu müssen und sein Zahlungskonzept im Hinblick auf Neuentwicklungen – unter Einbeziehung des eigenen Waren- und Dienstleistungsportfolios sowie seiner Kundenstruktur – kontinuierlich im Auge zu behalten. In diesem Kontext ist PAYONE in ihrer Erhebung unter anderem folgenden Fragen nachgegangen:

Welche Bedeutung kommt dem richtigen Zahlungsmix als Umsatztreiber zu?

Mit 48 Prozent schätzen knapp die Hälfte der befragten PAYONE-Händler die richtige Zusammensetzung des Zahlartenportfolios für wichtig¹, davon 27 Prozent als sehr wichtig, ein. Knapp 31 Prozent der befragten Händler stufen den richtigen Zahlungsmix als „vergleichsweise wichtig“ ein und erfassen dessen direkten Einfluss auf mögliche Umsatzpotenziale, allerdings ohne Konsequenzen daraus abzuleiten. 21 Prozent der Händler erachten eine ausgewogene Mischung von Zahlarten und deren

¹ Sie bieten Ihren Kunden verschiedene Zahlungsarten an. Wie wichtig ist der richtige Zahlungsartenmix für den Umsatz? (Antwortskala: 1 unwichtig bis 10 sehr wichtig). Werte 8-10 als „wichtig“ zusammengefasst.

kontinuierliche Aktualisierung für ihr Geschäft als unwichtig² und geben an, den jeweiligen Status quo an derzeitigen Bezahlarten beibehalten zu wollen.

Brachliegendes Potenzial

Obwohl die Bedeutung des Payment-Mixes und dessen unmittelbarer Zusammenhang in Bezug auf den Umsatz dem Gros der Umfrageteilnehmer bewusst ist, lassen viele Händler enormes Potenzial brachliegen: Allein über 23 Prozent der Unternehmen schätzen, dass zwischen ein und zehn Prozent der Käufe nicht zustande kommen, weil sie nicht die vom Kunden präferierte Zahlungsart anbieten. Vier Prozent der Befragten nehmen sogar Kaufabbrüche von über zehn Prozent hin, weil Kunden nicht gewillt sind, alternativ auf vorgehaltene Bezahlarten auszuweichen. Diese Ergebnisse werden von den Antworten auf folgende Fragestellung untermauert:

Wie regelmäßig setzen Sie sich mit der Optimierung Ihrer aktuellen Zahlungspalette sowie Innovationen auseinander?

Der rasche technologische Wandel hat in den letzten Jahren eine Vielfalt digitaler und mobiler Zahlungsarten hervorgebracht – ein Ende dieser Entwicklung ist nicht abzusehen. Obwohl sich das “Payment-Rad” immer schneller dreht, beschäftigen sich 15 Prozent der Unternehmen nach eigenen Angaben „nie“ und weitere 18 Prozent der Händler nur „einmal im Jahr oder seltener“ mit dem Thema. Fast 20 Prozent der befragten Teilnehmer setzen sich mit der Überprüfung ihres Zahlungsartenkonzeptes erst dann auseinander, wenn eine fehlende Bezahlart zu möglichen Umsatzeinbußen und unzufriedenen Konsumenten führt bzw. sie vom betroffenen Endkunden aktiv darauf angesprochen werden. Etwas mehr als ein Drittel der Händler geben an, auf Medien als Hauptinformationsquelle zu vertrauen und sich je nach Nachrichtenlage sporadisch mit Marktentwicklungen sowie technischen Neuerungen zu befassen.

Der Blick der PAYONE-Händler auf die aktuelle und mittelfristige Zukunft der Zahlungssysteme – heute und in fünf Jahren – wurde ebenfalls abgefragt:

Wie sollten sich Ihrer Meinung nach die Zahlungsarten aktuell und in den kommenden fünf Jahren idealerweise zusammensetzen?

„Cash is still king“: Aktuell ist Bargeld bei 87 Prozent der befragten Händler noch das beliebteste Zahlungsmittel, allerdings übernimmt nach Einschätzung von 86,5 Prozent der Befragten in fünf Jahren die kontaktlose Kartenzahlung die Führung. Die Bedeutung von Smartphone-Zahlungen via NFC oder Barcode wird derzeit noch als relativ gering eingestuft, wird aber nach Auffassung von knapp 60 Prozent der Händler in den nächsten fünf Jahren an Bedeutung gewinnen. Die Etablierung biometrischer Verfahren wird mittelfristig nur von wenigen Händlern als konkurrenzfähige Bezahlart im Zahlungsmix gesehen. Der Einsatz von Kryptowährungen als gängiges Zahlungsmittel wird von der Mehrzahl der

² Sie bieten Ihren Kunden verschiedene Zahlungsarten an. Wie wichtig ist der richtige Zahlungsartenmix für den Umsatz? (Antwortskala 1 unwichtig bis 10 sehr wichtig). Werte 1-4 als „unwichtig“ zusammengefasst.

Händler mit Skepsis bewertet und hat auch künftig nur für neun Prozent der teilnehmenden Unternehmen Relevanz.

Niklaus Santschi, CEO PAYONE, leitet aus den Umfrage-Ergebnissen einen klaren Beratungsauftrag ab: „Als Händlerdienstleister sehen wir uns in der Verantwortung, unsere Kunden zu begleiten und bestmöglich in ihrem Business zu unterstützen. Wir sind uns bewusst, wie schwer es ist, sich als Laie im „Payment-Dschungel“ zurecht zu finden sowie in Bezug auf Innovationen up-to-date zu sein. Dementsprechend beschäftigen sich die allermeisten Händler, entgegen besseren Wissens, eher ungern mit dem Thema. In diesem häufig von Unsicherheit und Unlust geprägten Umfeld ist es unsere vorrangige Aufgabe, unseren Kunden die notwendige Orientierungshilfe zu geben, Wissenslücken zu schließen, gemeinsam Auswahlkriterien festzulegen bzw. fehlende Bezahlverfahren zu identifizieren und auszubauen. So können wir als Partner an der Seite unserer Kunden den häufig als ‚low investment‘ betrachteten Zahlungsmix zum entscheidenden Erfolgsfaktor und ‚Königsmacher‘ in Bezug auf individuelle Umsatzgenerierung und -wachstum werden lassen. Wir bedanken uns ausdrücklich bei allen unseren Händlern, die uns durch ihre Teilnahme wertvolle Einblicke in den Umgang mit bargeldlosen Zahlungsarten gegeben haben und uns helfen, in unserer Beratung und unseren Services noch besser zu werden.“

Über PAYONE

PAYONE ist ein führender Payment-Anbieter in Deutschland und Österreich. Im stationären Handel, mobil oder online – PAYONE hilft Händlern und Dienstleistern bei den Herausforderungen rund um das bargeldlose Bezahlen. Als Full Service-Zahlungsdienstleister sorgt PAYONE für digitale Bezahlprozesse, die schnell, einfach und zuverlässig funktionieren. PAYONE entwickelt individuelle Lösungen für alle Branchen und Unternehmensgrößen nach höchsten Sicherheitsstandards. Die zukunftsweisenden Omnichannel-Konzepte aus dem Hause PAYONE helfen Händlern dabei, ihren Kunden kanalübergreifende Einkaufserlebnisse zu bieten. Dabei verfolgt PAYONE das Ziel, integriertes Payment über alle Touchpoints hinweg zu ermöglichen. PAYONE verarbeitet für über 260.000 Kunden mehr als 3,8 Milliarden Transaktionen pro Jahr. Darüber hinaus hält das Unternehmen mit seinen über 1.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an sechs Standorten zahlreiche Mehrwert-Services bereit, die weit über das klassische Payment-Geschäft hinausgehen. PAYONE ist ein Gemeinschaftsunternehmen von Worldline und der DSV-Gruppe. PAYONE arbeitet europaweit für namhafte globale Marken ebenso wie für kleine und mittelgroße Unternehmen. Dazu zählen beispielsweise die Deutsche Bahn, Rossmann, PUMA, home24 und Sansibar.

www.payone.com

Über Worldline

Worldline [Euronext: WLN] ist der europäische Marktführer und weltweit die Nummer 4 im Bereich Zahlungsverkehrs- und Transaktionsdienstleistungen. Mit seiner globalen Reichweite und seinem Engagement für innovative Lösungen ist Worldline

der Technologiepartner der Wahl für Händler, Banken und Acquirer ebenso wie für Betreiber öffentlicher Verkehrsmittel, Regierungsbehörden und Industrieunternehmen aller Branchen. Mit über 20.000 Mitarbeitenden in mehr als 50 Ländern bietet Worldline nachhaltige, vertrauenswürdige und sichere Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Zahlungsverkehrs und fördert somit das Geschäftswachstum seiner Kunden in aller Welt. Zu den von Worldline angebotenen Dienstleistungen in den Bereichen Merchant Services, Terminals, Solutions & Services; Financial Services und Mobility & e-Transactional Services zählen das nationale und internationale Commercial Acquiring sowohl für den stationären Handel als auch im Online-Geschäft, die hochsichere Abwicklung von Zahlungstransaktionen, ein umfassendes Portfolio an Zahlterminals sowie e-Ticketing und digitale Dienstleistungen im industriellen Umfeld. Der Pro-forma-Umsatz von Worldline betrug 2020 rund 4,8 Milliarden Euro.

www.worldline.com

Pressekontakt PAYONE:

Susanne Grupp
Lyoner Straße 9 | 60528 Frankfurt/Main
Telefon: +49 69 6630-5132
susanne.grupp@payone.com