



Pressemitteilung:

Hat COVID-19 die europäischen Einkaufsgewohnheiten beeinflusst?

Neue Studie von EVO Payments untersucht die Auswirkungen der Pandemie auf das Einkaufs- und Zahlungsverhalten der Europäer.

Köln, 07.09.2021. Die Europäer zahlen, nicht zuletzt aufgrund der COVID-19-Pandemie, zunehmend elektronisch. Dies bestätigen fast 80 % der Teilnehmer an der neuesten Studie „Hat COVID-19 die europäischen Einkaufsgewohnheiten beeinflusst?“, die von Unternehmen der EVO Group in Kooperation mit Visa in sieben europäischen Ländern, darunter Deutschland, Polen, Großbritannien, Irland, Slowakei, Ungarn und Tschechien, in Auftrag gegeben und vom in Polen ansässigen Forschungsinstitut ARC Rynek i Opinia durchgeführt wurde.

Die Situation in Deutschland

Eines der prägnantesten Hauptmerkmale, welches die Deutschen von den anderen untersuchten europäischen Ländern unterscheidet, ist die noch immer höchst konservative Haltung gegenüber elektronischen Zahlungsmethoden. Deutschland ist das einzige Land, in dem es mehr sogenannte „Bargeldorientierte Traditionalisten“ (27 Prozent) gibt, die am liebsten mit Bargeld bezahlen, als „Moderne kontaktlose Bezahler“ (24 Prozent), welche zeitgemäße elektronische Bezahlverfahren bevorzugen. Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass in der Gruppe der „Bargeldorientierten Traditionalisten“ bereits Veränderungen zu beobachten sind. Jeder Sechste gibt an, dass er während der Pandemie häufiger mit Karte bezahlt und zudem generell bereit ist, mehr Geld über bargeldlose Zahlungswege auszugeben.

Ein weiteres deutliches Unterscheidungsmerkmal für den deutschen Markt ist die Beliebtheit der Girocard, die von immerhin 93 Prozent der Befragten genutzt wird. Damit ist sie, nach dem Bargeld, das zweitbeliebteste Zahlungsmittel in Deutschland. Die Deutschen (91 Prozent der Befragten) sind deutlich häufiger als andere Europäer (63 Prozent) an Einkäufen nach dem Prinzip "Sofort kaufen, später bezahlen" interessiert.

Die Deutschen schätzen ihren Lebensstandard häufiger als andere Europäer als gut ein und blicken optimistisch in die nahe Zukunft, was dem europäischen Durchschnitt entspricht. Immerhin 62 Prozent sagen, dass die COVID-19-Pandemie ihre finanzielle Situation nicht verändert hat, und 26 Prozent erwarten, dass sich diese in den nächsten

12 Monaten sogar verbessern wird – vermutlich in der ersten Jahreshälfte 2022, so die am häufigsten zitierte Meinung.

„Unsere Studie zeigt, dass sich ein deutlicher Trend hin zu bargeldlosen Zahlungsmethoden abzeichnet – auch, wenn in Deutschland das Segment der Verbraucher am stärksten vertreten ist, welche nach wie vor die traditionelle Zahlung mit Bargeld bevorzugen. Hier gilt es anzusetzen und sowohl online für den E-Commerce-Handel, als auch offline für den Zahlungsverkehr am POS einfache, schnelle und sichere Payment-Lösungen anzubieten, die ein reibungsloses Erlebnis beim Checkout ermöglichen“, erklärte Anna Bejaoui, General Manager bei EVO Payments International.

Im Fokus: Drei große Verbrauchersegmente

Die neuen Gewohnheiten der Käufer sind auch in anderen europäischen Ländern zu beobachten: Was die vorherrschenden Zahlungspräferenzen und das Kaufverhalten angeht, so zeigt die Umfrage drei große Verbrauchersegmente. Neben den „Bargeldorientierten Traditionalisten“ und den „Modernen kontaktlosen Bezahler“ handelt es sich bei der größten Gruppe, d.h. fast die Hälfte der befragten Europäer, um sogenannte „Zahlungswechsler“ („Payment Switchers“). Sie zahlen sowohl bar als auch elektronisch und kaufen aufgrund der während der Pandemie gesammelten Erfahrungen häufiger online ein. Das zweite Segment (31 % der Befragten) sind die „Modernen kontaktlosen Bezahler“. Sie bevorzugen elektronische Bezahlmethoden und sind davon überzeugt, dass digitale Zahlungen in Zukunft dominieren werden. Das kleinste Segment (21 % der Befragten in Europa) sind die bargeldorientierten Traditionalisten.

„Die breite Verfügbarkeit moderner Zahlungsmittel durch die EVO Group ermöglichte es den Europäern, die Belastungen durch die Be- und Einschränkungen während der COVID-19-Pandemie besser zu bewältigen. Sie hatten das Gefühl, sicher einkaufen und bargeldlos bezahlen zu können und so das Risiko einer Ansteckung mit dem Virus zu verringern. Der Komfort und Sicherheit auf diese Weise einkaufen zu können, hat viele Menschen von der Notwendigkeit und Benutzerfreundlichkeit dieser Lösungen überzeugt. Ich glaube, dass die Veränderungen in unseren Einkaufsgewohnheiten unumkehrbar sind. Wir gewöhnen uns leicht an gute Dinge und deshalb arbeiten wir intensiv daran, moderne elektronische Zahlungsmittel noch zugänglicher zu machen“, so Darren Wilson, President International bei EVO Payments Inc. und zuständig für den europäischen Markt.

Über EVO Payments International:

EVO Payments International ist Teil der EVO Gruppe und ein Full-Service Zahlungsspezialist für Deutschland und Europa. EVO wurde 1989 gegründet, hat seinen Hauptsitz in Atlanta, U.S.A., und ist Principal Member von Visa und Mastercard. Die internationale Präsenz erstreckt sich über Nord- und Lateinamerika und Europa. Die in Köln ansässige EVO Payments International GmbH ist die europäische Tochter der EVO Unternehmensgruppe.

Das Angebot umfasst alle Leistungen des bargeldlosen Zahlungsverkehrs im stationären Handel und im E-Commerce – von Acquiring (Kartenakzeptanz), über Netzbetrieb und POS-Terminals bis hin zu Payment Service Providing und Kartenakzeptanz am ATM (Geldausgabeautomat).

<https://www.evopayments.eu>

Über EVO Payments, Inc.:

EVO Payments, Inc. (NASDAQ: EVOP) ist ein führender Anbieter von Zahlungstechnologien und -Dienstleistungen. EVO Payments bietet eine Reihe von innovativen, zuverlässigen und sicheren Zahlungslösungen für Händler, die von kleinen und mittleren Unternehmen bis hin zu multinationalen Unternehmen und Organisationen in Nordamerika und Europa reichen. Als voll integrierter Anbieter für Kartenacquiring und Zahlungsabwicklungen in über 50 Märkten und 150 Währungen weltweit, bietet EVO Payments wettbewerbsfähige Lösungen, die das Geschäftswachstum fördern, die Kundenbindung stärken und die Datensicherheit in den von ihr bedienten Märkten erhöhen.

<https://evopayments.com>

Mehr Infos und Download der Studie unter:

<https://www.evopayments.eu/insights/>

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung.

Pressekontakt:

Jan Eric Bollig

Head of Marketing & Communication

Director / EVO Payments International

T +49 221 99577 703 | M +49 174 9744 731

jan-eric.bollig@evopayments.com