

Datum: 28.03.2022

Redakteurin: Ricarda Müller

[PAYMENT]

► **MOB: Herr Gladis, durch die Corona-Krise steigen immer mehr Menschen auf kontaktloses Bezahlen um – inwiefern spiegelt sich das auch im Bezahverhalten der Generation Z wider?**

RALF GLADIS: Die Pandemie hat gerade die Generation Z stark beeinflusst. Da das Smartphone der ständige Begleiter der Digital Natives ist, ist es auch beim kontaktlosen Bezahlen ihre erste Wahl. Immerhin zahlten 2021 im Vergleich zum Vorjahr deutlich mehr der 16- bis 29-Jährigen mit ihrem Smartphone. Dies zeigen die von

DIGITAL NATIVES

AUS DER KRISE AUF DIE KARTE

WAS BEWEGT DIE GENERATION Z?

Wie zahlt sie? Und welche Erwartungen hat sie an das Bezahlen, damit das Shopping-Erlebnis perfekt wird? **RALF GLADIS**, CEO und Gründer des Payment-Service-Providers Computop, kennt die Antworten und erklärt, wie die Digital Natives ticken.



024 MOBILE BUSINESS 1-2.22

der Initiative Deutsche Zahlungssysteme in Auftrag gegebenen Allensbach-Studien zum Bezahverhalten in Deutschland: 2019 hatten nur 15,5 Prozent schon mal mit ihrer Girocard via Smartphone bezahlt. 2020 waren es 26,9 Prozent und 2021 30 Prozent – an diesem Anstieg ist die Pandemie nicht unschuldig. Schließlich gaben mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer dieser Altersgruppe an, dass kontaktloses Bezahlen hygienischer ist als das Bezahlen mit Bargeld.

► **MOB: Wie ist das Verhältnis der Gen Z zu Debit- und Kreditkarten?**

GLADIS: Die Debitkarten stehen besonders hoch im Kurs. In der Allensbach-Studie 2020 gaben 34 Prozent der 16- bis 29-Jährigen an, dass sie während der Pandemie bewusst häufiger mit einer Girocard bezahlt haben – entweder digital oder mit der physischen Karte. Und laut der Studie von 2021 bezahlen 70 Prozent grundsätzlich am liebsten mit einer Girocard. Die Kreditkarte liegt mit nur etwa 12,5 Prozent weit dahinter. Dass die Generation Z unabhängig von der Pandemie beim Einkaufen gerne Debitkarten verwendet, geht in Teilen auf ein anderes Ereignis zurück: **Während der Finanzkrise 2007 haben viele der Digital Natives erfahren, dass es in ihrem Umfeld starke finanzielle Einbußen gab. Kein Wunder also, dass sie mehr als andere Generationen sparen und Schulden möglichst vermeiden.** Was passt da besser als eine Debitkarte? Denn anders als bei einer Kreditkarte, mit der ein Kunde mehr Geld ausgeben kann, als er zur Verfügung hat, ist das bei einer Debitkarte nicht möglich: Nur

das Geld, das auf dem hinterlegten Konto vorhanden ist, kann verwendet werden.

Mit zunehmendem Alter gewinnen auch die Kreditkarten bei den Digital Natives an Beliebtheit. Allerdings wird etwa in den USA fast jeder Dritte der Gen Z bei der Erstantrag einer Kreditkarte abgelehnt. Und das, obwohl sie heute über eine Kaufkraft von 143 Mrd. Dollar verfügen.

► **MOB: Inwiefern lässt sich aus dem Bezahverhalten von heute jenes der Zukunft ableiten?**

GLADIS: Die Generation Z zeigt uns nicht nur, wie das Bezahlen von morgen aussehen wird, sondern vielmehr, was es bereits heute geben muss, damit Händler die Digital Natives für sich gewinnen können. Besonders wichtig ist den Youngstern, dass alle verfügbaren Kanäle miteinander verbunden sind – offline, online und mobil. Sie möchten den Laden um die Ecke besuchen, sich aber das neue Lieblingsstück schnell und bequem nach Hause liefern lassen. Oder wenn der im Online-Shop bestellte Pullover doch nicht passt, ihn in einem Store am Ort umtauschen können.

Das Smartphone als ständiger Begleiter der Generation Z muss außerdem selbstverständlich Teil des Bezahlprozesses sein, z.B. mithilfe der Near-Field-Communication-Technologie (NFC). Ähnlich wie bei QR-Codes muss der Kunde sein Smartphone lediglich in die Nähe des Senders bringen und eine Bezahlseite wird aufgerufen. Hier können schließlich die aus dem E-Commerce bekannten und beliebten Zahlarten ausgewählt werden.

Anders als das NFC-Signal können QR-Codes einfach überklebt werden. Das NFC-Signal ist hingegen nicht überschreibbar und damit betrugssicher. Für die Generation Z ein entscheidender Vorteil, denn mehr als ihren Eltern oder Großeltern ist ihnen beim Bezahlen Sicherheit wichtig – das gilt auch für den E-Commerce. Die Digital Natives shoppen und bezahlen also online wie offline am liebsten kanalübergreifend, schnell, einfach und sicher – und bei all dem darf das Smartphone nicht fehlen. ☑

RICARDA MÜLLER

„Die Generation Z zeigt uns nicht nur, wie das Bezahlen von morgen aussehen wird, sondern vielmehr, was es bereits heute geben muss, damit Händler die Digital Natives für sich gewinnen können“, betont **Ralf Gladis**.