

Medienmitteilung

Zürich, 16. November 2017

Bezahlen im Supermarkt: Mobile Payment wird immer beliebter und Kunden scannen Produkte gerne selbst

Das Bezahlen mit dem Smartphone kommt im Schweizer Detailhandel langsam in Mode: 17% der Kundschaft verwenden dies bereits, beinahe noch einmal so viele wollen es bald ausprobieren. Allerdings sind die mit Twint oder Apple Pay erzielten Umsätze nach wie vor sehr niedrig. Weiter zeigt die neue Studie [„Smartphone statt Portemonnaie?“](#) des Beratungsunternehmens Deloitte, dass die Schweizer beim Einkauf ihre Produkte gerne selbst scannen und am Automaten bezahlen. Über zwei Drittel nutzen dies, über ein Fünftel sogar bei jedem Einkauf.

Neue digitale Technologien haben dazu geführt, dass sich die Kundschaft von Migros, Coop, Ikea und Co. heute anders verhält also noch vor zehn Jahren. So wird immer mehr im Netz eingekauft: Seit 2010 ist der Online-Umsatz im Schweizer Detailhandel um beinahe die Hälfte gestiegen. Zudem kauft fast niemand mehr ohne Online-Unterstützung: Gemäss einer [Deloitte-Befragung vom Sommer](#) benützen 83% der Verbraucher in der Schweiz das Smartphone oder den Laptop für ihre Einkäufe, und zwar vor, während oder nach dem Ladenbesuch. Die Grenze zwischen Online- und Offline-Kunden verschwimmt.

Die Digitalisierung hat auch den Einsatz der Zahlungsmittel verändert: Im Jahr 2000 gingen rund drei Viertel des Umsatzes an stationären Verkaufspunkten auf Bargeld zurück, 2016 lag dieser Wert noch bei knapp der Hälfte. Obwohl in der Schweiz immer noch viel häufiger Noten und Münzen an der Kasse zum Einsatz kommen als in den USA oder auch in Schweden – wo man bereits die bargeldlose Wirtschaft anpeilt – zeigt der Trend in dieselbe Richtung: weg vom Bargeld und hin zu Karten und neuen digitalen Zahlungsmitteln.

Bezahlen mit der App

Seit einigen Jahren kann in der Schweiz an immer mehr Verkaufsstellen über eine App direkt mit dem Smartphone bezahlt werden. Gemäss der aktuellen Umfrage bei 1000 Konsumenten in der Schweiz machen 17% der Konsumenten dies zumindest gelegentlich. „Die Nutzungsquote erscheint sehr hoch, vor allem wenn man bedenkt, dass der Anteil von Mobile Payment am Transaktionsvolumen in der Schweiz noch bei unter einem Prozent liegt. Ein beachtlicher Teil der Schweizer Konsumenten scheint Mobile-Payment-Applikationen installiert zu haben – rege benutzt werden sie aber erst von einem sehr viel kleineren Teil“, erklärt Konstantin von Radowitz, Leiter Consumer & Industrial Products bei Deloitte Schweiz.

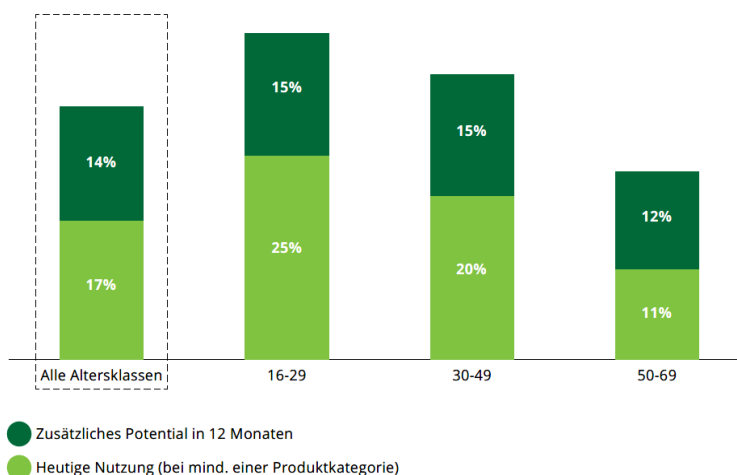


Abb. 1 – Heutige und zukünftige Smartphone-Nutzung für die Bezahlung von Waren und Dienstleistungen im stationären Handel und online (N=1000)

Verdoppelung der Nutzung erwartet bei Twint, Apple Pay und Co.

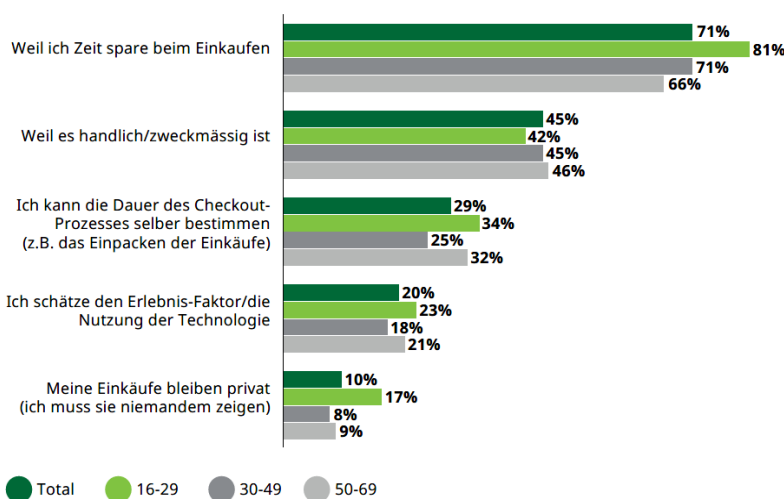
Neben den 17%, die bereits mit dem Smartphone bezahlen, geben 14% der Befragten an, dies in den kommenden zwölf Monaten tun zu wollen. Knapp drei Viertel (73%) der Smartphone-Zahler benutzen Apps von Drittanbietern wie Twint, Apple oder Samsung. Zudem haben immer mehr Ladenketten in ihre eigenen

Apps eine Bezahlungsfunktion eingebaut und kombinieren diese mit Bonusprogrammen und Spezialangeboten: Bereits fast die Hälfte der Verbraucher (46%) verwendet solche Bezahl-Apps von spezifischen Marken.

Bei den Drittanbietern hat zurzeit Twint (40% der Nutzer) gegenüber Apple Pay (33%) die Nase knapp vorne. Während Apple Pay und Samsung Pay einer virtuellen Kreditkarte entsprechen und die Daten über die sogenannte Near-Field-Communication-Technologie (NFC) übermittelt werden, benötigt Twint keine Kreditkarte, sondern nur ein Bankkonto. „Die direkte Anbindung ohne Kreditkarte sowie die Funktion zum Bezahlen und Einfordern von Geldbeträgen von privaten Kontakten ist ein eindeutiges Plus für Twint. Auf der anderen Seite hat Apple durch die NFC-Technik einen klaren Convenience-Vorteil, auch sind Apple Pay und Samsung Pay international anwendbar“, erläutert von Radowitz.

Kunde wird zum Kassierer

Digitale Technologie verändert auch das Bezahlen der im Laden ausgewählten Produkte: Die Kundschaft bezahlt diese selbst am Ladenausgang an einem Automaten. Durch dieses Self-Checkout wird die Kundin



sozusagen zur Kassiererin und der Supermarkt hat den Bezahlprozess ausgelagert.

Der Mehrheit der Schweizer scheint dies zu gefallen: Erst vor wenigen Jahren eingeführt, sind Self-Checkout-Kassen heute kaum mehr aus dem Schweizer Detailhandel wegzudenken. Das liegt vor allem an Migros und Coop, die ihre Filialen breitflächig mit den automatisierten Kassensystemen ausgestattet haben. Es kommt deshalb nicht von ungefähr, dass bereits eine grosse Mehrheit (69%) der Schweizer Konsumenten die Bezahlung ihrer Einkäufe gerne selbst abwickeln.

Abb. 2 – Motivation zur Nutzung automatisierter Kassensysteme (N=701)

Selbständige Kunden fühlen sich gut

„Diese Zahlen sind sehr hoch und zeigen ganz klar, dass die automatisierten Kassen gut ankommen“, sagt Karine Szegedi, Partnerin Consumer and Industrial Products bei Deloitte Schweiz. „Die Kunden haben beim Einkaufen ein gutes Gefühl, wenn sie selbst bestimmen können, wie die Bezahlung abläuft. Zudem haben sie den Eindruck, Zeit zu sparen – was in der Realität aber nicht immer der Fall ist.“

Für die Detailhändler führen solche Kassensysteme zu einer grösseren Kundenzufriedenheit, einer besseren Nutzung der Fläche und Kosteneinsparungen. „Es besteht aber noch Verbesserungspotenzial bei der Bedienungsfreundlichkeit, der Sicherheit und der Umschulung der Mitarbeitenden, die vermehrt in der Beratung und beim Kundendienst eingesetzt werden“, so Szegedi weiter.

Supermarkt ohne Kasse wird Realität

Letztlich dürfte aus Kundensicht entscheidend sein, wie benutzerfreundlich, sicher und effizient der gesamte Scann- und Bezahlprozess abgewickelt werden kann. Auf längere Sicht könnten bei der Bezahlung sogar die Banken umgangen werden, wenn die grossen Tech-Unternehmen eigene Bankkonten anbieten. Zudem hat Amazon in den USA bereits Läden eröffnet, in denen keine Bezahl-Infrastruktur vorhanden ist. Der Kunde scannt und bezahlt die Ware mit seinem eigenen Smartphone über die App des Ladens.

„In China ist der Detailhändler Alibaba schon viel weiter und testet die Bezahlung mittels Gesichtserkennung. Der [Laden von morgen](#) wird Kunden, Mitarbeitende und Angebot auf verschiedenen Ebenen mittels kombinierter Technologien miteinander verbinden“, wagt von Radowitz einen Blick in die Zukunft des Detailhandels.

– ENDE –

➔ Unsere Studie [„Smartphone statt Portemonnaie?“](#) finden Sie auf unserer Webseite. Schauen Sie sich auch das [Video](#) (in Englisch) dazu an, welches die wichtigsten Ergebnisse zusammenfasst.

Kontakt: Konstantin von Radowitz
Titel: Leiter Consumer & Industrial
Products
Tel: +41 58 279 64 57
E-Mail: kvonradowitz@deloitte.ch

Kontakt: Karine Szegedi
Titel: Partner Consumer and
Industrial Products
Tel: +41 58 279 82 58
E-Mail: kszegedi@deloitte.ch

Kontakt: Michael Wiget
Titel: Media Relations Manager
Tel: +41 58 279 70 50
E-Mail: mwiget@deloitte.ch

Über diese Studie

Die vorliegende Studie „Smartphone statt Portemonnaie?“ untersucht die Verbreitung und das Potenzial digitaler Bezahlsysteme im Schweizer Detailhandel. Hierzu wurden persönliche Expertengespräche mit Vertretern verschiedener Detailhändler durchgeführt. Darüber hinaus wurde mit dem Marktforschungsinstitut Research Now im August 2017 eine nach Alter, Geschlecht und Region repräsentative Onlinebefragung von 1'000 in der Schweiz wohnhaften Personen durchgeführt.

Über Deloitte Schweiz

Deloitte ist ein führendes Prüfungs- und Beratungsunternehmen in der Schweiz und bietet branchenspezifische Dienstleistungen in den Bereichen Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory sowie Tax & Legal. Mit über 1'800 Mitarbeitenden an den sechs Standorten Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano und Zürich (Hauptsitz) betreut Deloitte Unternehmen und Organisationen jeder Rechtsform und Grösse aus allen Wirtschaftszweigen.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte North West Europe, einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) mit über 263'900 Mitarbeitenden in mehr als 150 Ländern.

Anmerkung für die Redaktion

In dieser Medienmitteilung bezieht sich Deloitte auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“) eine "UK private company limited by guarantee" (eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht) und ihren Mitgliedsunternehmen, die rechtlich selbstständig und unabhängig sind.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte NWE LLP, einem Mitgliedsunternehmen von DTTL. DTTL und Deloitte NWE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Deloitte AG ist eine von der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde (RAB) und der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA zugelassene und beaufsichtigte Revisionsgesellschaft.

Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie auf unserer Webseite unter www.deloitte.com/ch/about

© 2017 Deloitte AG. Alle Rechte vorbehalten.