

Neu bei Lidl und Kaufland: Schneller Bezahlen mit Click to Pay

Lidl und Kaufland führen „Click to Pay“ im Onlineshop ein. Neuartige Bezahlungsmöglichkeit für Kunden ab sofort verfügbar.

Die Digitalisierung hält immer mehr Einzug in den Einzelhandel, und damit auch neue Bezahlungsmethoden, die den Einkauf für die Kunden erleichtern sollen. Insbesondere die Supermarktketten Lidl und Kaufland haben eine bemerkenswerte Neuerung eingeführt, die bald das Online-Shopping revolutionieren könnte. Diese neue Zahlungsmethode namens „Click to Pay“ wird auf den Websites beider Einzelhändler verfügbar sein.

Im Fokus stehen die Online-Plattformen von Lidl sowie der Online-Marktplatz von Kaufland, wo „Click to Pay“ ab sofort genutzt werden kann. Dies stellt eine wichtige Entwicklung dar, insbesondere nach der Integration der Kundenkarten in den Kaufland-Online-Marktplatz Ende 2023. Kunden, die regelmäßig online bei diesen Einzelhändlern einkaufen, werden von dieser neuen Funktion besonders profitieren. Die Möglichkeit, bequem online zu bezahlen, birgt zahlreiche Vorteile.

Die Funktionsweise von „Click to Pay“

Die Neuerung kommt mit einem klaren Nutzen für die Kunden: Um die Zahlung so einfach wie möglich zu gestalten, müssen die Kartendaten nur einmal an einem zentralen Ort hinterlegt werden. Das bedeutet, dass registrierte Benutzer beim nächsten Einkauf automatisch erkannt werden. Diese Methode macht es überflüssig, die Daten bei jedem einzelnen Kauf erneut

einzugeben, was bereits vielen Kunden als zeitraubend erschienen ist. Mastercard erklärt, dass die einmalige Eingabe der Kartendaten in den Online-Shop den Einkauf erheblich beschleunigt.

Die Sicherheit der Zahlungsdaten hat dabei höchste Priorität. Alle für „Click to Pay“ registrierten Kredit- und Debitkarten von Mastercard sind mit einem so genannten Token versehen, der einen zusätzlichen Schutz bietet. Visa folgt einem ähnlichen Konzept, indem es eine Token-Technologie nutzt, um die Zahlungsdaten zu sichern. Diese Sicherheitsmaßnahmen tragen dazu bei, die Bedenken der Verbraucher hinsichtlich der Datensicherheit beim Online-Shopping zu verringern.

Die Bedeutung für die Kunden

Diese Einführung könnte für viele Kunden von Lidl und Kaufland von großem Vorteil sein, besonders im Hinblick auf die Bequemlichkeit und Geschwindigkeit des online Einkaufens. Die Möglichkeit, ohne Bargeld und ohne Bankkarte zu bezahlen, ermöglicht ein rasches und effizientes Einkaufserlebnis. Für technikaffine Kunden, die oft in Online-Shops bestellen, wird „Click to Pay“ zweifellos ein gewisses Maß an zeitlichen Ersparnissen mit sich bringen, da die ständige Eingabe von Zahlungsinformationen nun entfällt.

Wer diesen neuen Dienst nicht nutzen möchte, hat allerdings auch die Option, weiterhin die gewohnten Zahlungsmethoden zu verwenden; es bleibt den Kunden überlassen, welche Bezahlform sie bevorzugen. Das Logo von „Click to Pay“ wird zukünftig sowohl im Lidl-Onlineshop als auch auf der Kaufland-Plattform sichtbar sein, sodass die Nutzer explizit darauf hingewiesen werden.

Insgesamt können wir beobachten, wie die Einzelhändler innovative Technologien einführen, um die Kundenerfahrung zu verbessern und den Online-Einkauf effizienter zu gestalten. Während „Click to Pay“ lediglich eine weitere Option darstellt,

spiegelt es dennoch den Trend wider, den digitalen Einkauf ständig zu optimieren und den Bedürfnissen der Verbraucher gerecht zu werden.

Ein Blick in die Zukunft des Online-Shoppings

Die Einführung von „Click to Pay“ könnte nur der Anfang einer umfangreicheren digitalen Transformation im Einzelhandel sein. Es bleibt abzuwarten, wie andere Händlerin auf diese Neuerung reagieren werden und ob weitere Unternehmen ähnliche Zahlungsmethoden implementieren. In einer Zeit, in der Verbraucher nach schnellen und unkomplizierten Einkaufserlebnissen streben, müssen Einzelhändler möglicherweise weiterhin innovativ bleiben, um wettbewerbsfähig zu sein.

Die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs hat in den letzten Jahren erheblich an Dynamik gewonnen. Besonders während der COVID-19-Pandemie sind viele Einzelhändler und Kunden auf kontaktlose Zahlungsmethoden umgestiegen. Laut einer Studie von **Bitkom** nutzen mittlerweile 71 Prozent der Deutschen digitale Zahlungsmethoden. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in der Einführung von „Click to Pay“ bei Lidl und Kaufland wider, die den Trend in Richtung einer schnelleren und sichereren Zahlungsabwicklung verstärken.

Nutzererfahrungen und Akzeptanz

Eine Umfrage des Marktforschungsunternehmens **Statista** zeigt, dass 54 Prozent der Verbraucher in Deutschland digitale Zahlungsmethoden als praktisch empfinden. Die Einführung von „Click to Pay“ könnte diese Akzeptanz weiter erhöhen, da die Nutzung von Debit- und Kreditkarten im Online-Einkauf damit einfacher gestaltet wird.

Das Feedback zu bisherigen Anwendungen, die ähnliche

Funktionen wie „Click to Pay“ bieten, ist überwiegend positiv. Viele Nutzer schätzen das Komfortniveau, insbesondere die Möglichkeit, ihre Zahlungsdaten nur einmal eingeben zu müssen. Die Sicherheit steht dabei an erster Stelle; Verbraucher sind oft besorgt über den Schutz ihrer Finanzdaten.

Im Kontext der kürzlich eingeführten Zahlungsmethoden ist es auch wichtig, die Marktanteile der Zahlungsanbieter zu berücksichtigen. Eine Analyse von **Ecommerce-News** gibt an, dass Mastercard und Visa in Europa führend sind, wobei Mastercard einen Marktanteil von etwa 30 Prozent im Bereich der Kreditkarten hat. Die Integration dieser Anbieter in das neue System von Lidl und Kaufland dürfte deren Nutzung weiter steigern.

Darüber hinaus weisen aktuelle Statistiken darauf hin, dass mehr als 40 Prozent der Online-Käufe in Deutschland über mobile Geräte getätigt werden. Diese Tatsache ist ein weiterer Grund, weshalb Unternehmen wie Lidl und Kaufland ihre Zahlungsoptionen an die Bedürfnisse der Verbraucher anpassen müssen.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de