

LAYAWAY RESET

Layaway ähnelt der Ratenzahlung für hochpreisige Konsumgüter. Es wurde in den USA in den 1930er Jahren populär und verschwand weitgehend mit dem Aufkommen der Kreditkarten. Durch die neuen digitalen Technologien erfahren Buy-now-pay-later-Services jetzt eine Neuinterpretation. Sie werden nun auch für „kleine“ Einkäufe genutzt, z. B. von Sneakern, Jeans und Beauty-Produkten.

PudelsKern.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Junge, mit dem Internet großgewordene Konsumenten sind quasi darauf konditioniert, dass sie in vielen Bereichen ihres Lebens, z. B. auf Streaming- und Sharing-Plattformen, das, was sie wollen, sofort bekommen.
- Gewöhnt an die sofortige Befriedigung ihrer Bedürfnisse nutzen sie die neuen Buy-now-pay-later-Services für den Kauf von Alltagsprodukten, ohne dass sie über die nötigen finanziellen Mittel verfügen müssen.
- Buy-now-pay-later beseitigt die Kaufbarrieren von Shoppern, die zwar über begrenzte finanzielle Budgets verfügen, aber dennoch nicht über ihre Verhältnisse leben oder sich mit Kreditkarten verschulden wollen.

WARUM ER RELEVANT IST

- Buy-now-buy-later-Services von Unternehmen wie Afterpay, Sezzle und Klarna tauchen immer häufiger an den Kassen von Online-Shops und im stationären Handel auf und werden von zahlreichen angesagten Marken wie Urban Outfitters, Ugg, Warby Parker und Sephora genutzt.
- Allein der Service von Afterpay, das in Australien, Neuseeland, den USA und UK agiert, wurde in FY 2019 von 4,6 Mio. Usern genutzt und machte einen Jahresumsatz von 251,5 Mio. AU-Dollar.
- Buy-now-buy-later-Services sind für Händler und Marken attraktiv, weil sie dazu beitragen, die Conversation Rate zu erhöhen und den Umsatz um 20-30 % zu steigern.