

# Der Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Verbraucher in D-A-CH – Ergebnisse der Umfrage IZV11

Eine Zusammenfassung der Studie des ECC über den Online-Payment-Markt in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

















# Executive Summary

Nicht nur in Deutschland, auch in den Nachbarländern Österreich und Schweiz wächst der E-Commerce kontinuierlich. Der Einkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet gehört für die Verbraucher zunehmend zum Alltag. Der Online-Einkauf beschränkt sich dabei nicht auf die eigenen Landesgrenzen und auch die Online-Händler sind häufig grenzüberschreitend tätig. Für Letztere gilt es, sich entsprechend der Kundenanforderungen in den unterschiedlichen Ländern zu positionieren und ihr Geschäftsmodell fundiert und zielorientiert auf das Internet auszurichten. Länderübergreifend gehört der Einsatz von kundenfreundlichen Zahlungsverfahren zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren eines Online-Shops. Aus diesem Grund beschäftigt sich das ECC in der IZ-Studienreihe seit mehreren Jahren mit dem Internet-Zahlungsverkehr aus Verbrauchersicht (IZV) und aus Händlersicht (IZH), die mit der vorliegenden Studie fortgesetzt und auf die D-A-CH-Region ausgeweitet wird. Im Fokus der Studie „Der Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Verbraucher in D-A-CH“ (IZV11) stehen die folgenden Fragestellungen:

- Welche Zahlungsverfahren **kennen** die Konsumenten in Deutschland, Österreich und der Schweiz und welche haben sie schon **genutzt**?
- Welchen **Anteil** haben die einzelnen am Markt verfügbaren Verfahren **an den B2C-Transaktionen** im Online-Handel?
- Welche Erfahrungen haben die Konsumenten bereits mit dem mobilen Online-Einkauf und verschiedenen Ansätzen von **mobilen Zahlungssystemen** gemacht?
- Welche **Kriterien** sind für die Auswahl eines Zahlungsverfahrens aus Konsumentensicht relevant und wie werden die einzelnen Verfahren **bewertet**?
- Welche **länder- und zielgruppenspezifischen Besonderheiten** zeigen sich bezüglich der Präferenzen und Zahlungsgewohnheiten?

Die Studie basiert auf einer anonymen Online-Befragung von insgesamt 1.978 Internetnutzern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, die im Dezember 2012 durchgeführt wurde. Die folgenden Zahlungsverfahren wurden in der Studie berücksichtigt:

Tab. 1: In der Studie berücksichtigte Zahlungsverfahren.

Zahlungsverfahren		Zahlungsverfahren	
Amazon Payments		Nachnahme	
Barzahlung bei Abholung der Ware in der Filiale		PayPal	
ClickandBuy		PostFinance E-Finance	
eps Online-Überweisung		Prepaid-Karten (z. B. Cash-Ticket, paysafecard, Geldkarte)	
Finanz-/Ratenkauf		Rechnung (Zahlung nach Lieferung)	
Giropay		Skrill (Moneybookers)	
Google Checkout		SOFORT Überweisung	
Kreditkarte		Treuhandverfahren (z. B. iclear, S-ITT)	
Lastschrift		Vorkasse	
Mobiles Bezahlen (z. B. mpass)			

ECC 2013

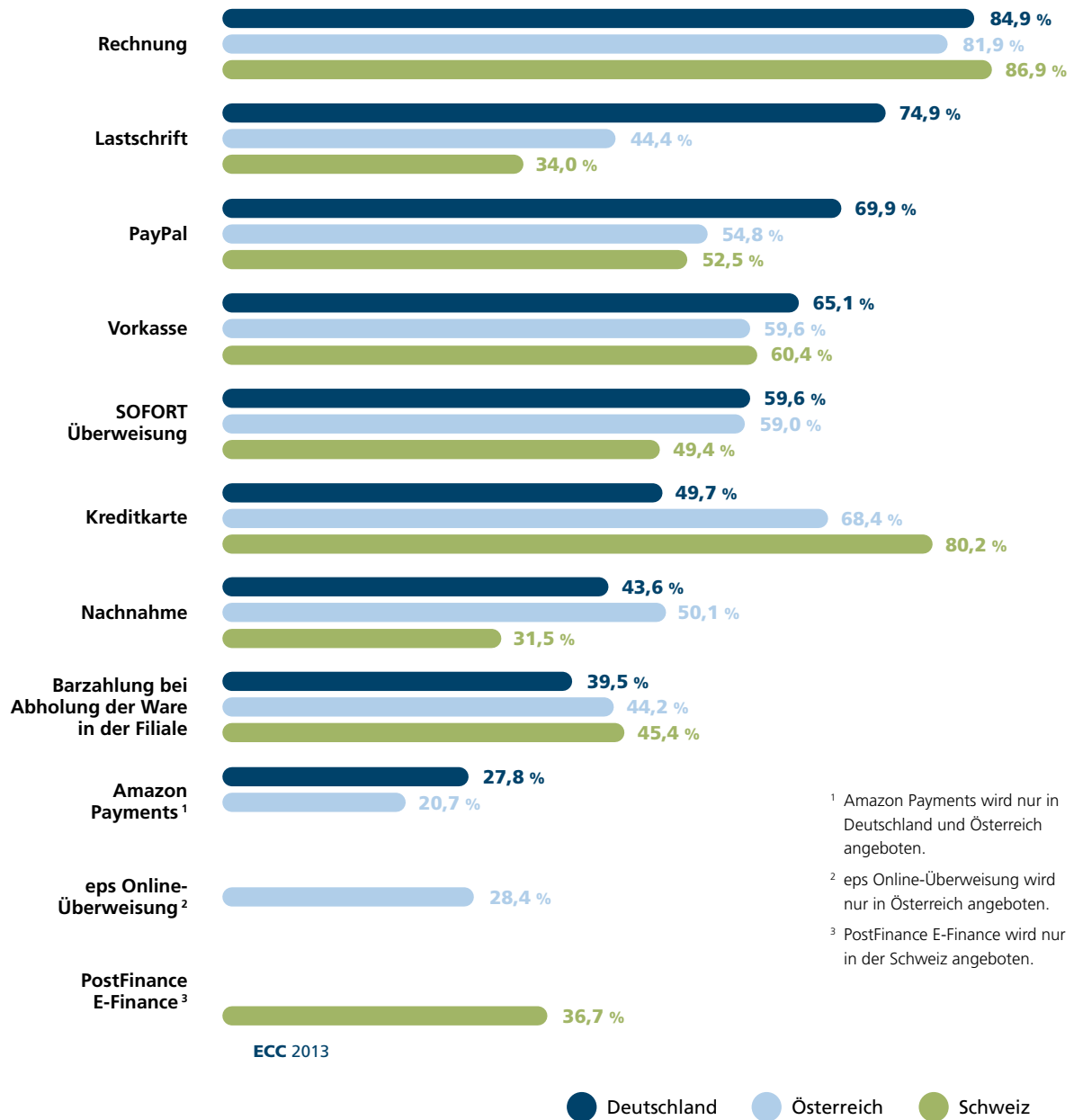
## Mehr als 80 Prozent der Internetnutzer in D-A-CH haben online schon einmal per Rechnung bezahlt

In der **gesamten D-A-CH-Region** steht die **Rechnung** auf Platz 1 der bereits genutzten Zahlungsverfahren. Auch darüber hinaus dominieren insgesamt die **traditionellen Zahlungsverfahren**, die bereits aus dem stationären und dem Versandhandel bekannt sind (*Rechnung, Nachnahme, Vorkasse, Kreditkarte, Lastschrift*).

Dennoch zeigen sich einige deutliche **Unterschiede zwischen Deutschland und den beiden Alpennationen**: So haben in Deutschland rund 70 Prozent der Internetnutzer schon einmal mit **PayPal** bezahlt, in Österreich und der Schweiz sind es nur 54,8 bzw. 52,2 Prozent. Ähnlich verhält es sich mit der **Lastschrift**: In Deutschland haben drei von vier Online-Shoppern schon einmal per Bankeinzug online bezahlt, in Österreich sind lediglich 44 Prozent und in der Schweiz nur 34 Prozent der Online-Shopper auch Lastschrift-Nutzer. Dafür erfreut sich in Österreich und der Schweiz die **Kreditkarte** einer deutlich größeren Beliebtheit als in Deutschland. Während zwei von drei Österreicher und acht von zehn Schweizer schon einmal mittels Kreditkarte online eingekauft haben, hat erst knapp die Hälfte der Deutschen die Kreditkarte schon einmal online genutzt.

**Abb. 1: Top 10 bereits genutzte Zahlungsverfahren in D-A-CH;** n<sub>D</sub> = 1.005; n<sub>A</sub> = 493; n<sub>CH</sub> = 480 (Darstellung der Antwortoption „Schon einmal benutzt“).

**Fragetext:** „Welche Zahlungsmethoden kennen Sie oder haben Sie schon beim Einkaufen oder Bestellen über das Internet benutzt?“





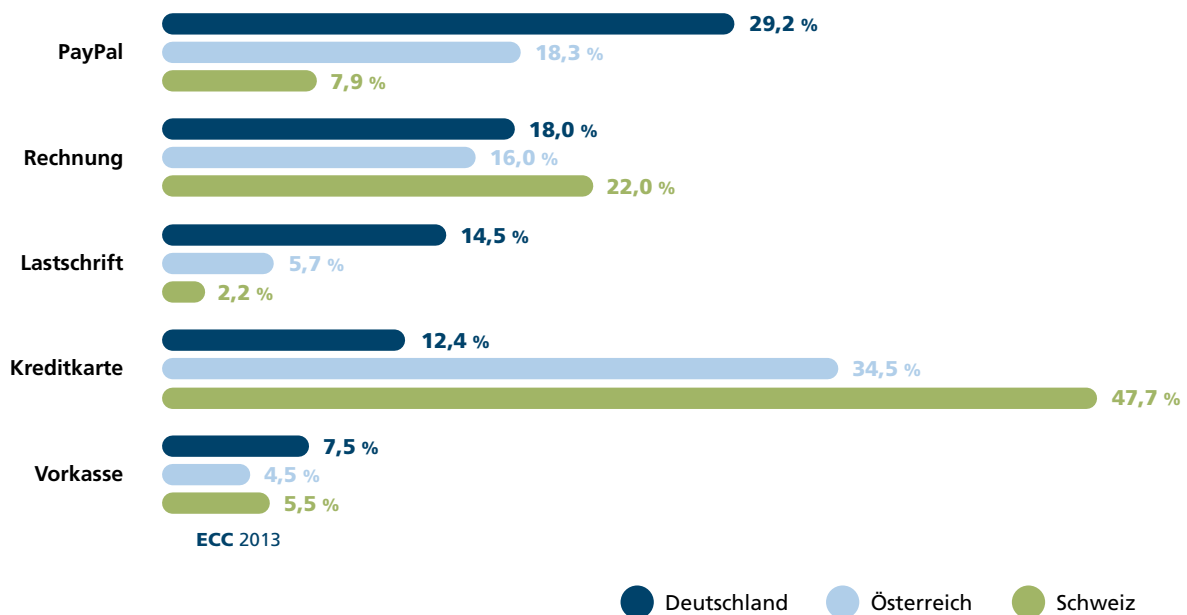
## Gemessen an der Anzahl der Transaktionen dominiert in Deutschland PayPal, in Österreich und der Schweiz die Kreditkarte

Die Teilnehmer der Umfrage haben angegeben, wie viele Online-Käufe für private Zwecke sie in den letzten drei Monaten durchgeführt haben und welche Zahlungsverfahren dabei genutzt wurden. Auf Basis dieser Angaben wurde ermittelt, welchen Anteil die einzelnen Zahlungsverfahren an allen Online-Zahlungstransaktionen im B2C-Segment ausmachen.

Bezogen auf alle **B2C-Transaktionen** ist *PayPal* in **Deutschland** mittlerweile Spitzenreiter: Im Durchschnitt werden rund 30 Prozent der Transaktionen hierzulande über *PayPal* abgewickelt, gefolgt von der Rechnung mit 18 Prozent, der *Lastschrift* mit rund 15 Prozent und der *Kreditkarte* mit circa 12,5 Prozent. In **Österreich** dominiert dagegen die *Kreditkarte* den Markt – rund 35 Prozent der Zahlungstransaktionen werden in Österreich über die *Kreditkarte* abgewickelt – gefolgt von *PayPal*, worauf rund 18 Prozent entfallen und der *Rechnung* mit 16 Prozent. In der **Schweiz** dominiert ebenfalls die *Kreditkarte* – mit knapp 48 Prozent der Transaktionen sogar noch deutlicher als in Österreich. Auf Platz zwei schafft es in der Schweiz die *Rechnung* mit 22 Prozent der Transaktionen, *PayPal* landet mit 7,9 Prozent auf dem dritten Platz.

**Abb. 2: Geschätzter Anteil der Top 5 Zahlungsverfahren an allen Kauftransaktionen in D-A-CH;**  $n_D = 7.958$  Transaktionen von 993 Internetnutzern;  $n_A = 4.375$  Transaktionen von 492 Internetnutzern;  $n_{CH} = 4.530$  Transaktionen von 479 Internetnutzern (Schätzung auf Basis der Angaben zur Anzahl der Kauftransaktionen und zum Einsatz von Zahlungsverfahren).

**Fragetext:** „Wie oft haben Sie in den letzten 3 Monaten die folgenden Waren oder Dienstleistungen **für private Zwecke** im Internet gekauft?“ in Verbindung mit „Wie häufig haben Sie dabei die folgenden Zahlungsverfahren eingesetzt?“



## Beim mobilen Einkauf liegen PayPal und die Kreditkarte vorn

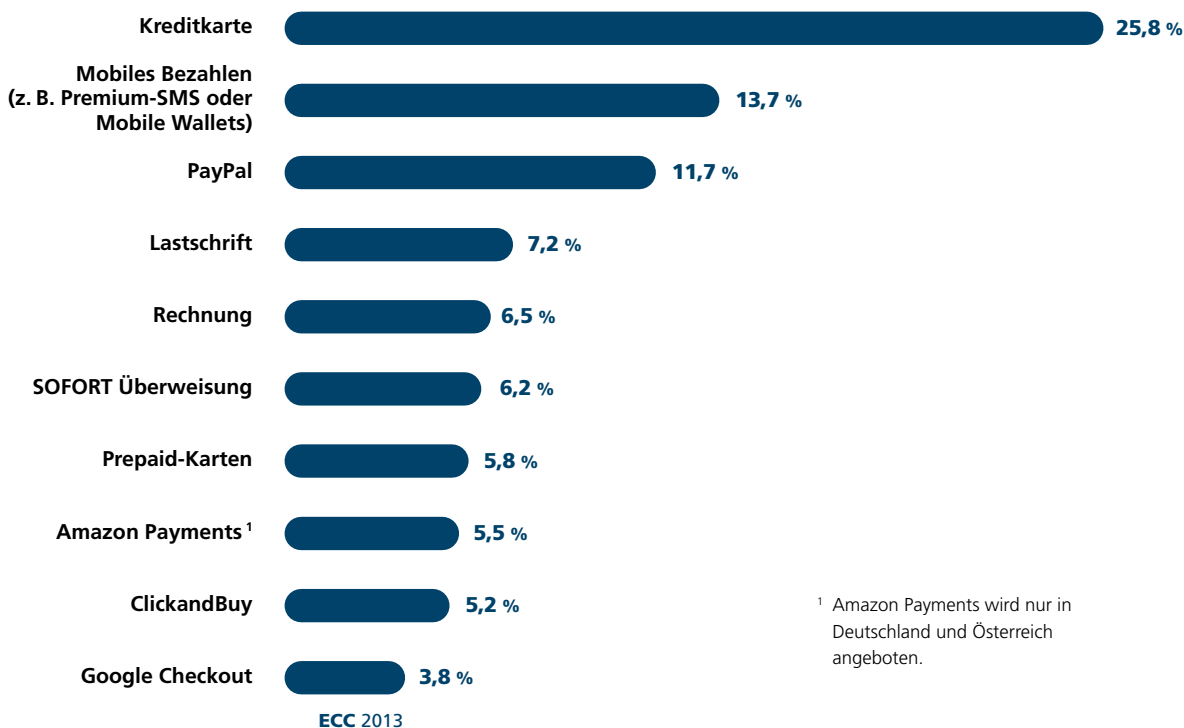
Beim **mobilen Online-Kauf** haben die Verbraucher bislang dagegen länderübergreifend in erster Linie internetsspezifische Verfahren und die Kreditkarte zur Bezahlung genutzt. Auch neuere Zahlungsverfahren wie Amazon Payments und das mobile Bezahlen – bspw. über eine App oder SMS – haben bereits mehr Mobile Shopper eingesetzt als die traditionellen Verfahren Vorkasse oder Nachnahme.

Die Nutzung von **mobilen Zahlungsmethoden im stationären Handel** steckt dagegen noch in den Kinderschuhen: 5,8 Prozent der Befragten geben an, schon einmal im stationären Handel mit Hilfe eines mobilen Geräts bezahlt zu haben und 6,8 Prozent haben schon einmal ein mobiles Gerät zur Bezahlung an einem Automaten eingesetzt. Gut die Hälfte der Nicht-Nutzer kann sich auch zukünftig nicht vorstellen, mobile Geräte zur Zahlung zu nutzen – unabhängig davon, ob es sich um das eigene Gerät oder das des Händlers handelt.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Studie auf der einen Seite ein großes Potenzial von neuen, speziell für mobile Geräte entwickelten Zahlungslösungen, machen aber gleichzeitig deutlich, dass hier noch ein hoher Informationsbedarf und eine gewisse Skepsis unter den Verbrauchern herrschen, die es zunächst zu beseitigen gilt.

**Abb. 3: Top 10 bereits genutzte Zahlungsverfahren beim mobilen Einkauf digitaler Güter in einem App-Store; n<sub>G</sub> = 291.**

**Fragetext:** „Welche Zahlungsmethoden haben Sie beim Einkaufen oder Bestellen digitaler Güter in einem App-Store über das Smartphone schon einmal benutzt?“



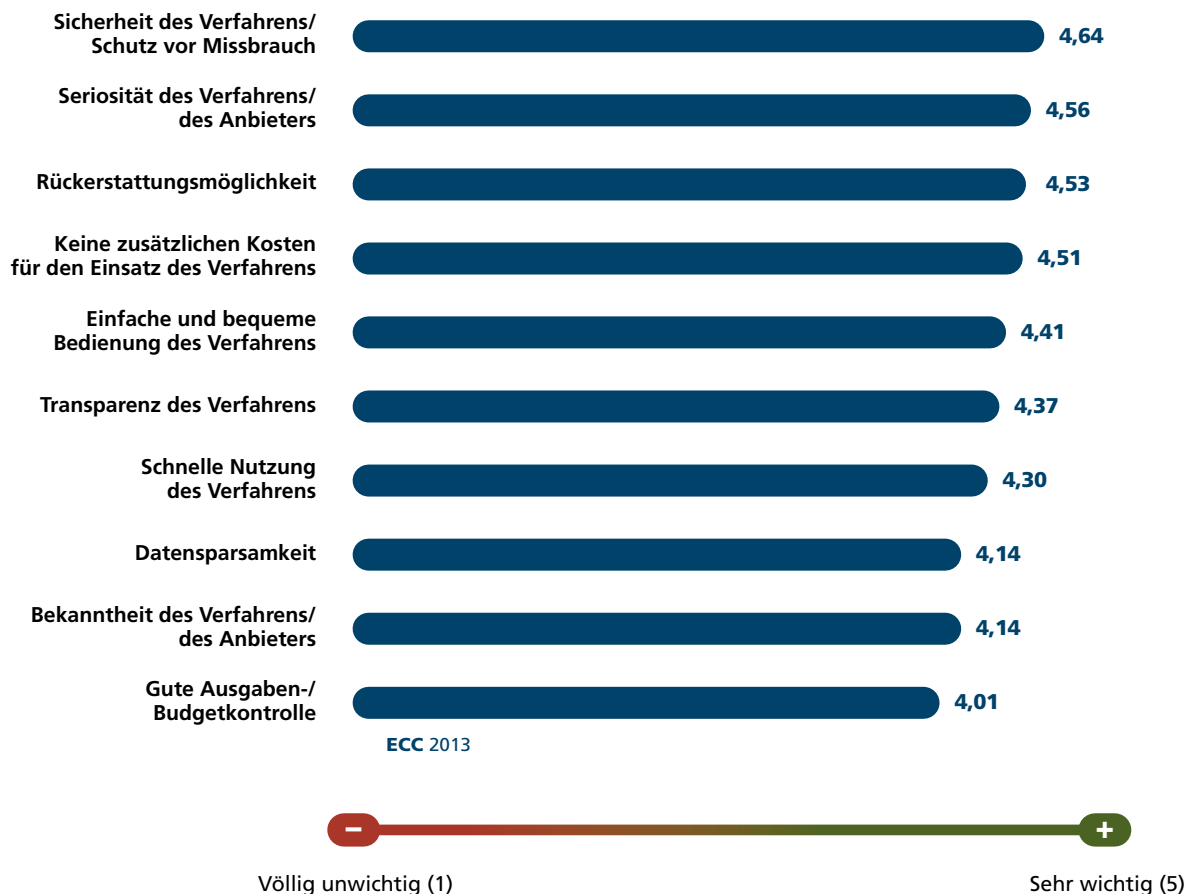
<sup>1</sup> Amazon Payments wird nur in Deutschland und Österreich angeboten.

## Kunden stellen hohe Anforderungen an Zahlungsverfahren

Die Frage, welches Zahlungsverfahren Konsumenten beim Online-Einkauf auswählen, ist von einer Vielzahl subjektiver Kriterien und Präferenzen abhängig. Abbildung 4 zeigt länderübergreifend die Top 10 Kriterien bei der Auswahl eines Zahlungsverfahrens. Alle betrachteten Kriterien weisen einen Mittelwert von mehr als 3 von 5 Punkten auf. Dies verdeutlicht den hohen Anspruch der Internetnutzer an Sicherheit, Kosten, Vertrauen, Verbreitung und Nutzerfreundlichkeit eines Verfahrens. Dabei wird vor allem der **Sicherheit des Verfahrens** bzw. dem **Schutz vor Missbrauch**, der **Seriosität des Anbieters**, der **Rückerstattungsmöglichkeit** sowie den **Kosten** die größte Bedeutung beigemessen.

**Abb. 4: Top 10 Kriterien für die Auswahl von Zahlungsverfahren;**  $1.834 \leq n_g \leq 1.908$ .

**Fragetext:** „Wie wichtig sind Ihnen während des Online-Einkaufs die folgenden Kriterien bei der Auswahl eines Zahlungsverfahrens?“

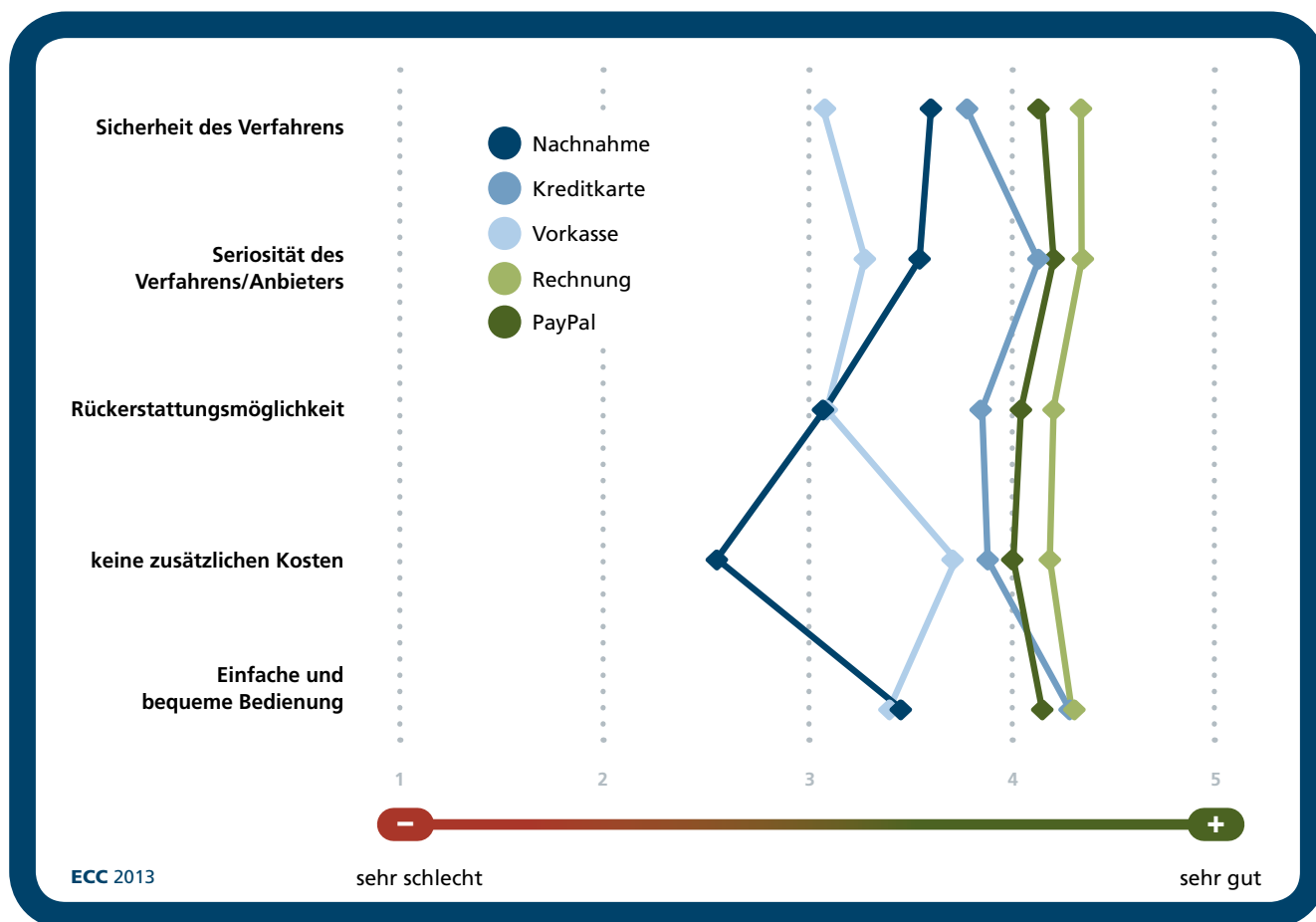




Bei der länderübergreifenden Bewertung der am weitest verbreiteten Verfahren nach den wichtigsten fünf Einzelkriterien fällt auf, dass insbesondere die bereits weit verbreiteten Verfahren PayPal und die Rechnung sehr ähnliche Bewertungsprofile aufweisen. Auch die Kreditkarte wird im Länderdurchschnitt ähnlich positiv wie PayPal und die Rechnung beurteilt, lediglich bezüglich der Sicherheit vergeben die Befragten hier etwas schlechtere Noten. Die Vorkasse kann zwar mit einer einfachen und bequemen Bedienung punkten, wird aber als vergleichsweise unsicher und unseriös wahrgenommen – kein Wunder, müssen die Konsumenten doch zunächst das Geld überweisen, bevor der Händler die Ware verschickt. Bei der Nachnahme werden dagegen vor allem die umständliche Nutzung und die mit der Nachnahme üblicherweise verbundenen zusätzlichen Kosten bemängelt.

**Abb. 5: Bewertung der fünf verbreitetsten Internet-Zahlungsverfahren nach den fünf wichtigsten Kriterien;**  $408 \leq n_g \leq 546$  (Ausweichoption „weiß nicht“ wird nicht dargestellt).

**Fragetext:** „Wie bewerten Sie die folgenden Zahlungsverfahren hinsichtlich [...]?“

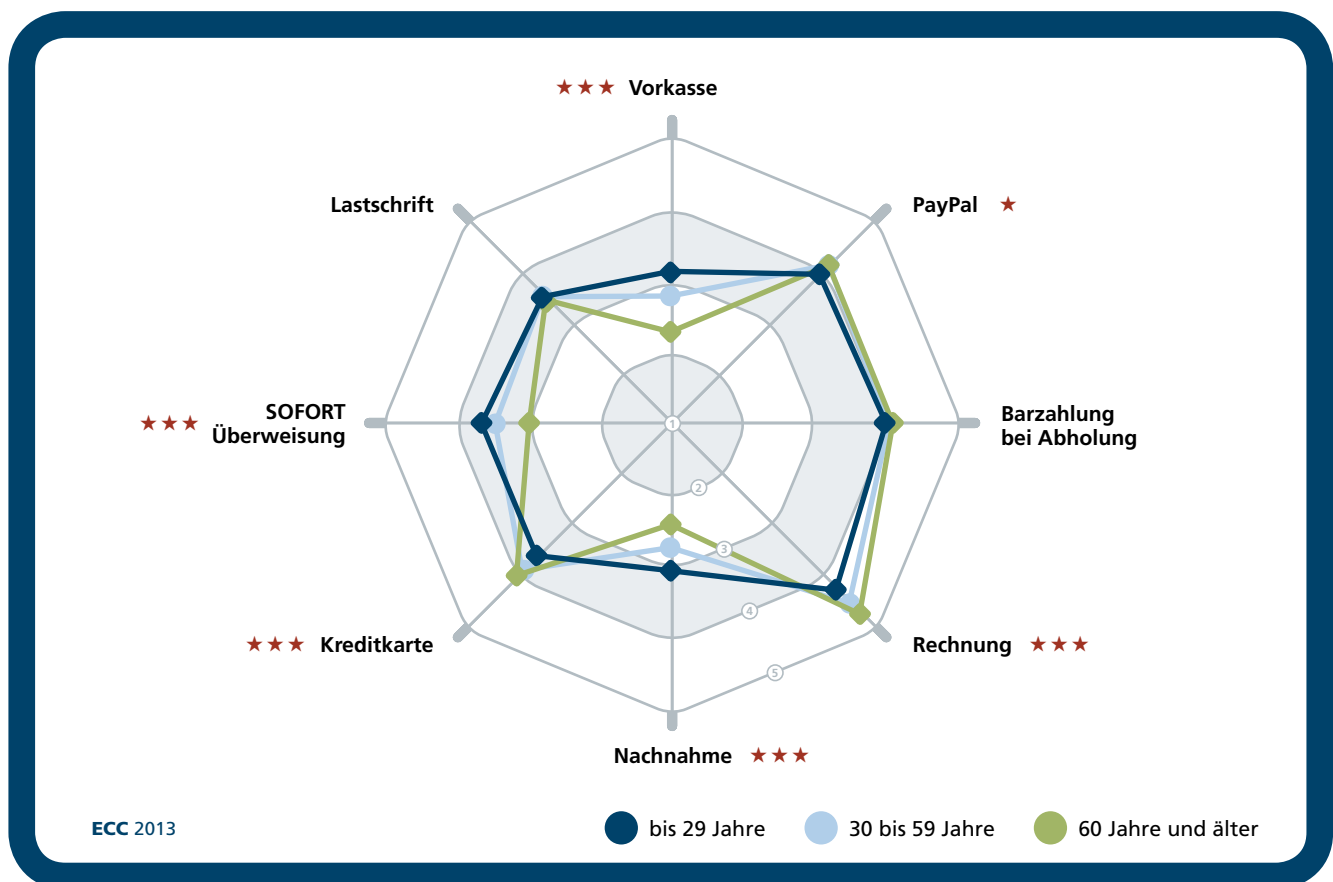


## Silver Surfer mit erhöhtem Sicherheitsbedürfnis

Unter den Silver Surfern erreicht die Rechnung insgesamt Spitzenbewertungen von 4,70 von 5 möglichen Skalenpunkten. PayPal und die Barzahlung bei Abholung der Ware in der Filiale erhalten ebenfalls sehr gute Bewertungen zwischen 3,94 und 4,14 Punkten, können vor allem bei den älteren Online-Shoppern aber (noch) nicht mit der Rechnung mithalten. Zudem wird deutlich, dass die älteren Online-Shopper den zwar weit verbreiteten, aber aus Konsumentensicht wenig beliebten Verfahren Nachnahme und Vorkasse deutlich ablehnender gegenüberstehen als die jüngeren Online-Shopper. Auch die SOFORT Überweisung wird von den Silver Surfern weniger positiv beurteilt als von den Digital Natives und Digital Immigrants, die bereits über eine höhere Erfahrung mit dem Online-Einkauf verfügen. Insgesamt zeugen die Bewertungen von einem erhöhten Sicherheitsbedürfnis der älteren Online-Shopper.

**Abb. 6: Generelles Bewertungsprofil der acht meist verbreiteten Verfahren nach Alter;**  $193 \leq n_g \leq 1.121$ ; ANOVA mit statistischer Signifikanz auf einem Niveau von ★★★  $p \leq 0,001$ , ★★  $p \leq 0,01$  und ★  $p \leq 0,05$  (Skala von 1 = „Sehr schlecht“ bis 5 = „Sehr gut“ (Darstellung der Bewertung der acht meist verbreiteten Verfahren in D-A-CH (nach Kenntnis und Nutzung)).

**Fragetext:** „Wie bewerten Sie die folgenden Zahlungsverfahren insgesamt?“



## Ihr Ansprechpartner

**Dipl.-Kff. Maria Klees** ist seit April 2011 Projektmanagerin am ECC an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH, an dem sie zuvor bereits seit dem Jahr 2007 als studentische Mitarbeiterin tätig war. Ihr betriebswirtschaftliches Studium mit den Schwerpunkten Marktforschung sowie Wirtschafts- und Sozialpsychologie absolvierte sie an der Universität zu Köln. Am ECC beschäftigt sie sich schwerpunktmäßig mit Fragen des E-Commerce, insbesondere Zielgruppen- und Konsumentenverhalten, Vertrauen im Online-Handel sowie E-Payment aus Händler- und Verbrauchersicht.

E-Mail: [info@ecc-handel.de](mailto:info@ecc-handel.de) | Tel: +49 (0)221 94 36 07 70



### ÜBER DIESE STUDIE

Die Studie „Der Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Verbraucher in D-A-CH“ (IZV11) ist ein gemeinschaftliches Projekt des E-Commerce-Center, der Hochschule Aschaffenburg und der PaySys Consultancy GmbH.

Darüber hinaus wird die Studie insbesondere von den folgenden Unternehmen und Institutionen unterstützt: BillSAFE und PayPal Deutschland GmbH, SOFORT AG, Wirecard AG, EXPERCASH GmbH, Klarna GmbH und PayUnity.





## Das E-Commerce-Center (ECC) am IFH Köln

Das E-Commerce-Center an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH beschäftigt sich seit dem Jahr 1999 mit dem Online-Handel. Die Online-Experten befassen sich in wissenschaftlichen Studien, Auftragsprojekten und Veranstaltungen mit Fragestellungen unter anderem zu den Themen Multi-Channel, Payment, Mobile und Online-Marketing. Zu den Kunden des ECC gehören sowohl Handelsunternehmen als auch Dienstleister und Hersteller, die von der empirisch basierten Forschung und der praxisrelevanten Beratung der Online-Experten profitieren.

Weitere Informationen: [www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)