

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

E-Commerce-Center
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-79
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de
www.ecc-handel.de

Online-Payment: Deutsche Online-Shopper wollen Sicherheit und Convenience - Early Adopter nutzen regelmäßig Lastschrift

Whitepaper des ECC am IFH Köln in Zusammenarbeit mit der Schufa zeigt: Sicherheit ist Online-Shoppern bei der Wahl des Zahlungsverfahrens besonders wichtig. Darüber hinaus sollen Zahlungen so einfach und bequem wie möglich abgewickelt werden. In Sachen Image können vor allem internetspezifische Zahlungsverfahren punkten.

Köln, Wiesbaden, 18. März 2013 – Das ECC-Whitepaper „Aktuelle Trends und Entwicklungen im Online-Payment aus Konsumentensicht“ in Zusammenarbeit mit der Schufa zeigt, dass das Thema Sicherheit für die Konsumenten naturgemäß besonders wichtig ist. Knapp 32 Prozent der Internetnutzer und knapp 30 Prozent der „Early Adopter“ nannten diese Eigenschaft an erster Stelle. Am zweit- und drittichtigsten ist den Konsumenten die Schnelligkeit der Zahlungsabwicklung und die Convenience. Vor allem die befragten „Early Adopter“ legen Wert auf die Bequemlichkeit und Benutzerfreundlichkeit eines Zahlungsverfahrens – knapp jeder Fünfte gab an, bei der Zahlung ebenfalls auf Convenience-Aspekte zu achten. Zudem wird gezeigt, wie die unterschiedlichen Online-Zahlungsverfahren hinsichtlich ihres Images von den Konsumenten wahrgenommen werden. Um Trendableitungen zum zukünftigen Zahlungsverhalten deutscher Online-Shopper anstellen zu können, wurden zusätzlich zu der internetrepräsentativen Stichprobe 492 Smartphone-Besitzer unter 30 Jahren (Early Adopter) befragt.

Lastschrift vor allem von Early Adoptern regelmäßig genutzt

Bei der regelmäßigen Nutzung von Zahlungsverfahren bei allen Befragten im Online-Handel liegen die Rechnung, PayPal sowie die Kreditkarte auf den ersten drei Rängen. Die Lastschrift – die insgesamt knapp auf dem vierten Platz landet – wird von den „Early Adoptern“ als zweitstärkste Zahlungsart genutzt. Knapp 53 Prozent der Internetnutzer, aber fast 68 Prozent der Smartphone-Nutzer bezahlen regelmäßig per Lastschrift. Dass die Lastschrift bei „Early Adoptern“ so beliebt ist, lässt sich auch durch die höheren Convenience-Anforderungen dieser Zielgruppe erklären. Während das Zahlen per Abbuchung einerseits sehr bequem ist, ist es über die Rückbuchungsmöglichkeit gleichzeitig auch sicher.

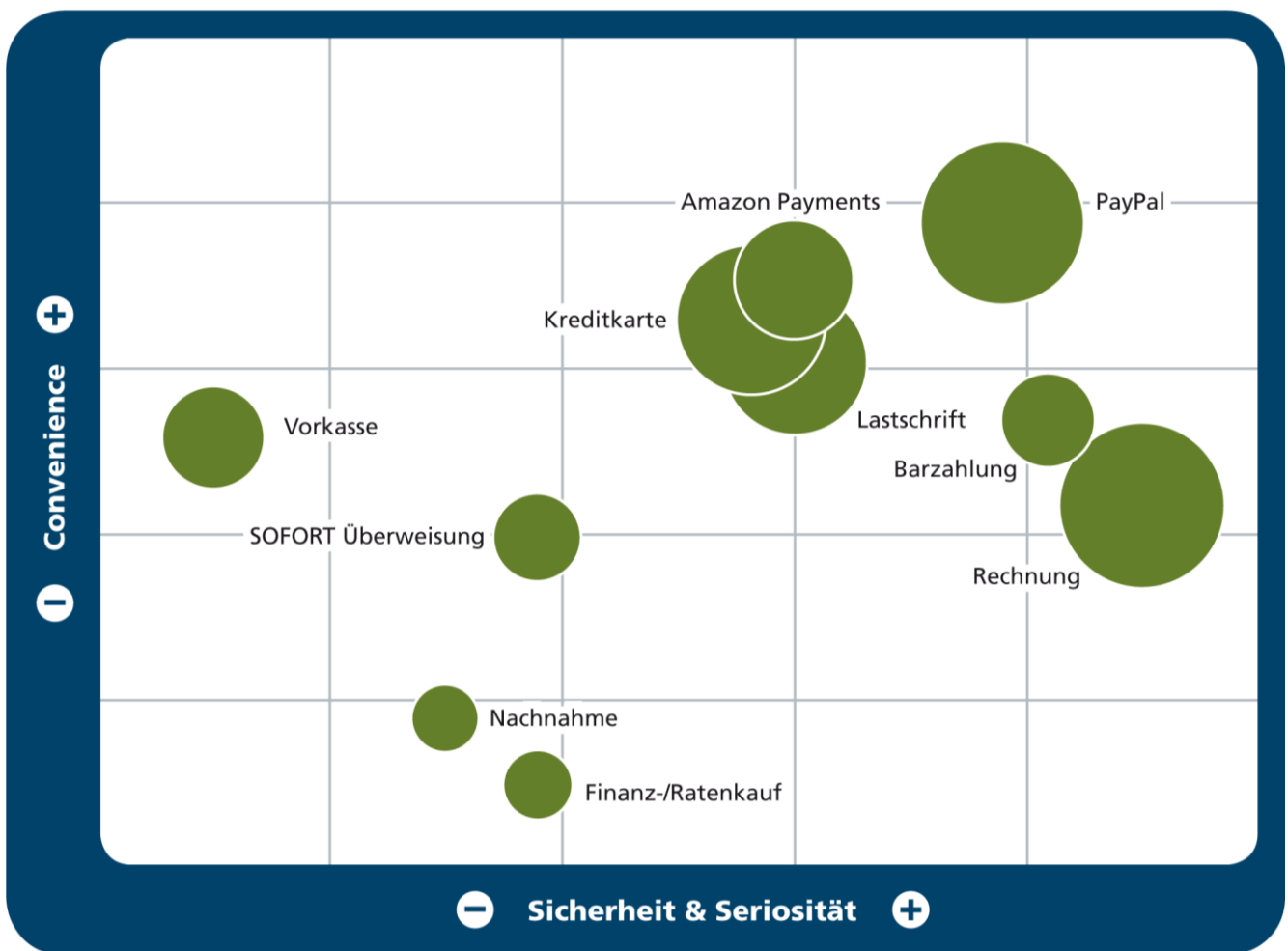
Rechnung ist glaubwürdig – PayPal gilt als innovativ

Neben „harten Faktoren“ wie Verbreitung oder Umsatzanteil, fragt die Studie auch nach „weichen Aspekten“, die das Image eines Zahlungsverfahrens bestimmen. Die Rechnung kann vor allem in Bezug auf die Eigenschaften „preisgünstig“, „kundenfreundlich“, „sicher“, „glaubwürdig“, „vertraut“ und „seriös“ punkten,

wird aber auch als eher „altmodisch“ und „langweilig“ eingeschätzt. Die internetspezifischen Zahlungsverfahren PayPal und Amazon Payments werden von den Konsumenten hingegen als „innovativ“, „einzigartig“ und „stark“ beschrieben, gelten dabei aber auch als „glaubwürdig“ und „kundenfreundlich“. „Unsere Studien zeigen, dass insbesondere internetspezifische Zahlungsverfahren in zunehmendem Maße von den Online-Shoppern verwendet werden und Marktanteile gewinnen. Dabei profitieren Verfahren wie PayPal oder Amazon Payments von einem starken Markenkern und können ebenfalls mit einem hohen Maß an Sicherheit und Convenience punkten, so dass hier auch zukünftig weiteres Wachstum zu erwarten ist“, so die Einschätzung von Maria Klees, Projektmanagerin am ECC, zu den Ergebnissen.

Grafik: Bewertung der Zahlungsverfahren hinsichtlich der Faktoren „Sicherheit & Seriösität“ und „Convenience“ aus Konsumentensicht; x-Achse Faktor „Sicherheit & Seriösität“ (Aggregation der Bewertung der dahinter liegenden Einzelkriterien, y-Achse analog Faktor „Convenience“; Position auf Basis der Mittelwerte auf einer Skala von 1 bis 5 (Zoom/Umrechnung auf größten und kleinsten Wert); Die Größe der Blasen entspricht der regelmäßigen Nutzung des Verfahrens durch die Konsumenten.

Fragetext (Konsumentensicht): „Wie bewerten Sie die Zahlung per [Verfahren] hinsichtlich der folgenden Kriterien?“



Wörter der Meldung: 432

Zeichenzahl der Meldung (inkl. Leerzeichen): 3.392

ECC 2013

Über die Studie

Das Whitepaper „Aktuelle Trends und Entwicklungen im Online-Payment aus Konsumentensicht“ beleuchtet das aktuelle Konsumentennutzungsverhalten von Zahlungsverfahren im Online-Handel und gibt Aufschluss darüber, welche Verfahren regelmäßig genutzt werden, nach welchen Kriterien die Konsumenten

Zahlungsverfahren auswählen, wie einzelne Zahlungsverfahren durch die Konsumenten bewertet werden und wie die zukünftige Nutzung der Zahlungsverfahren eingeschätzt wird. Mit einer Online-Konsumentenbefragung wurde von Dezember 2012 bis Januar 2013 die Nutzung und Bewertung der am Markt verfügbaren Zahlungsverfahren im Online-Handel auf Konsumentenseite erfasst. Neben 503 Internetnutzern (internetrepräsentative Gruppe), die schon einmal online eingekauft haben, wurden auch 492 Smartphone-Besitzer unter 30 Jahren (Early Adopter) befragt, um Aussagen über die zukünftige Entwicklung des Zahlungsverhaltens deutscher Online-Shopper ableiten zu können.

[Hier finden Sie das Whitepaper zum kostenfreien Download.](#)

Über 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. Das ECC liefert im Verbund mit den Branchenspezialisten des IFH Köln praxisrelevantes Wissen für die Vorbereitung und Absicherung von Unternehmensentscheidungen. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ecc-handel.de und www.ifhkoeln.de.

Über die Schufa

Die SCHUFA Holding AG ist der führende Informations- und Servicepartner für die Kredit gebende Wirtschaft. Das Unternehmen bietet seinen Kunden wie Banken, Sparkassen und Händlern mit kreditrelevanten Informationen eine Entscheidungshilfe bei der Kreditvergabe. Für Verbraucher wird dadurch modernes Kaufen einfach, schnell und unbürokratisch möglich. Informationen rund um Produkte und Services für Verbraucher sowie ein Online-Einblick in die eigenen Daten sind über das Internetportal www.meineSCHUFA.de erhältlich. Die SCHUFA erzielte im Jahr 2011 Umsatzerlöse in Höhe von rund 113 Millionen Euro und beschäftigte 750 Mitarbeiter.

Pressekontakt Schufa:

Andreas W. Lehmann

Schufa Holding AG

Tel.: 0611 / 9278-880

andreas.lehmann@schufa.de

www.schufa.de