

Kontakt:

Melanie Günther
Referentin Unternehmenskommunikation
+49 (0) 221 943607-23

m.guenther@ifhkoeln.de
www.eckkoeln.de

Bezahlen per Fingerabdruck: Biometrie-Lösungen auf dem Vormarsch ECC-Payment-Studie zeigt: Die Mehrheit der Konsumenten kann sich eine Nutzung biometrischer Authentifizierungsverfahren zum Bezahlen vorstellen

Köln, 10. Juli 2018 – Das Smartphone mit dem Fingerabdruck zu entsperren, ist für viele Konsumenten heute bereits gelebter Alltag. Die ECC-Payment-Studie Vol. 22, für die das ECC Köln und Prof. Dr. Malte Krüger je eine Befragung unter Online-Shoppern und Shop-Betreibern durchführten, zeigt: Mehr als die Hälfte der befragten Konsumenten könnte sich vorstellen, eine Onlinebestellung mittels biometrischer Authentifizierung zu bezahlen.

„Rund 23 Prozent der Konsumenten haben bereits über ihr Smartphone mit ihrem Fingerabdruck bezahlt und weitere 34 Prozent können sich dies in der Zukunft vorstellen. Die deutliche Mehrheit der Konsumenten findet es besonders praktisch, dass sie sich in der Passwortflut der heutigen Zeit dadurch mindestens einen Zugangscodes weniger merken müssen“, erklärt Mailin Schmelter, Teamleiterin am ECC Köln.

Auch in puncto Sicherheit empfindet mehr als die Hälfte diese Art der Identifikation als sicherer als das Passwort. Denn biometrische Daten machen jeden Menschen einzigartig und das Bezahlverfahren somit grundsätzlich hochsicher. Neben dem bekanntesten biometrischen Verfahren, dem Fingerabdruck, können auch ein Iris-Scan sowie eine Stimm- oder Gesichtserkennung zur Identifizierung einer Person verwendet werden.

Mehrheit der Händler kann sich biometrische Authentifizierung im Online-Shop vorstellen

Die Akzeptanz der Technologie ist durch die weite Verbreitung unter Konsumenten bereits vorhanden. Fast jedes moderne Smartphone verfügt beispielsweise über einen Fingerscanner. Daher bietet die Integration der biometriebasierten Bezahlung für deutsche Shop-Betreiber Potenzial. Demnach kann sich nur etwas mehr als ein Drittel der Händler das Angebot einer biometrischen Identifikation im Payment-Prozess nicht vorstellen.

„Insbesondere die Schnelligkeit und Einfachheit des Zahlungsverfahrens helfen Händlern dabei, die Zufriedenheit mit der Onlinebestellung zu erhöhen. Biometrische Identifikation kann hierbei ein weiterer Schritt in Richtung Geschwindigkeit und Convenience sein und dabei helfen den Bezahlprozess zu beschleunigen“, bestätigt Prof. Malte Krüger.

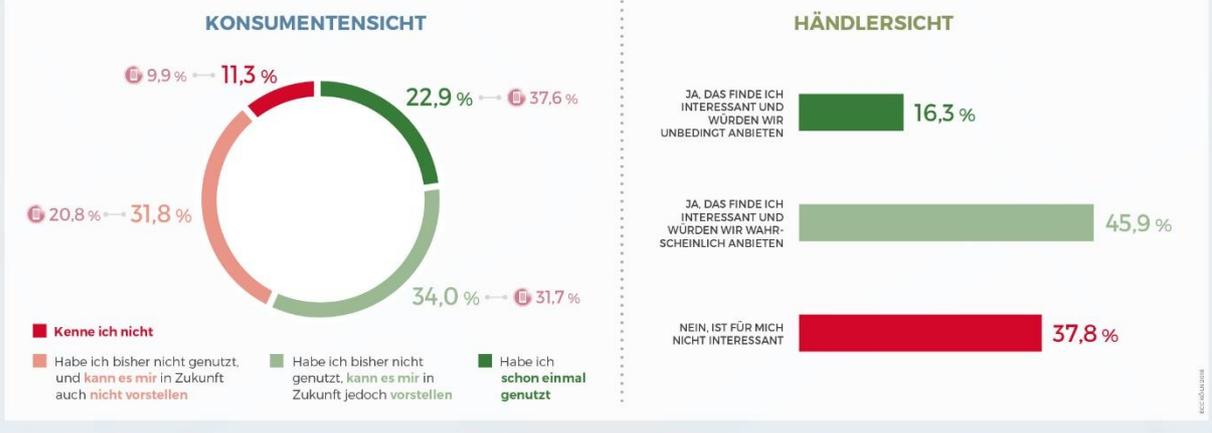
NUTZUNG BIOMETRISCHE AUTHENTIFIZIERUNG

Mehr als die Hälfte der Konsumenten kann sich vorstellen, eine Onlinebestellung mittels biometrischer Authentifizierung zu bezahlen. Die Mehrheit der Händler würde diesem Wunsch nachkommen.



FRAGE „Können Sie sich vorstellen, die biometrische Identifikation Ihres Smartphones zum Bezahlen Ihrer Onlinebestellung zu nutzen?“ bzw. „Wäre es für Ihr Unternehmen interessant, biometrische Identifikation in Ihrem Online-Shop anzubieten?“

Smart Consumer



Konsumenten: n = 450, Smart Consumer: n = 101, Händler: n = 172

Die wichtigsten Zahlen im Überblick:

- 22,9 Prozent der befragten Konsumenten haben schon einmal ihre Onlinebestellung mittels biometrischer Authentifizierung bezahlt; 34 Prozent könnten sich dies in Zukunft vorstellen
- 45,9 Prozent der Händler finden die Technologie interessant und würde diese wahrscheinlich in ihrem Online-Shop nutzen; 16,3 Prozent würden die biometrische Identifikation sogar unbedingt anbieten
- 71,6 Prozent der Konsumenten finden die biometrische Identifikation praktisch, da sie sich dadurch weniger Passwörter merken müssen
- Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (54 Prozent) empfindet biometrische Authentifizierungsverfahren sicherer als die Eingabe von Passwörtern.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Für die „ECC-Payment-Studie Vol. 22 – Der Payment-Markt aus Sicht der Händler und Konsumenten“ hat das ECC Köln in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Malte Krüger im Oktober 2017 2.018 Konsumenten befragt, davon 1.011 aus Deutschland, 502 aus Österreich und 505 aus der Schweiz. Darüber hinaus wurde im Oktober und November 2017 eine Umfrage unter 247 deutschen Onlinehändlern durchgeführt. Experteninterviews ergänzen die Befragung. Die ECC-Payment-Studie nimmt bereits zum 22. Mal die Bekanntheit, Nutzung und Bewertung von Zahlungsverfahren sowie Trendthemen im Payment-Markt aus Sicht von Online-Shoppern und Shop-Betreibern unter die Lupe.

Die ECC-Payment-Studie wurde unterstützt von folgenden Unternehmen: PayPal Deutschland GmbH, Computop GmbH, SCHUFA Holding AG, Klarna GmbH, UNIVERSUM Group, Arvato Financial Solutions.

Die Studie kann online bestellt werden: www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie

ECC Köln – Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie – rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen

Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln, wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen.

www.ecckoeln.de