

Kontakt:

ECC Köln
Christina Fingerhut
Leiterin Unternehmenskommunikation

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

Online-Shopper nutzen Zahlungsverfahren situationsbedingt

Je nach Situation präferieren Online-Shopper unterschiedliche Zahlungsverfahren. Das zeigt die aktuelle Payment-Studie des ECC Köln. Rechnung bei hoher Retourenwahrscheinlichkeit und Fashion-Käufen beliebt. Kreditkarte beim Dienstleistungskauf und PayPal bei Nutzung von mobilen Endgeräten vorn.

Köln, 16. April 2015 – PayPal, Rechnung, Lastschrift und Kreditkarte – diese Zahlungsverfahren werden von Konsumenten beim Online-Shopping aktuell am häufigsten eingesetzt. Welche Payment-Methode Online-Shopper letztendlich wählen, ist jedoch stark situationsabhängig. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie „Payment im E-Commerce Vol. 19 – Der Internetzahlungsverkehr aus Sicht der Händler und der Verbraucher“ des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Malte Krüger.

Rechnung bei hoher Retourenwahrscheinlichkeit

So entscheiden sich rund 46 Prozent der Konsumenten, die bereits bei der Bestellung eine Retoure in Betracht ziehen, für den Rechnungskauf. Ist die Retoure sogar fest eingeplant wird in 41 Prozent der Fälle per Rechnung gezahlt – und damit doppelt so häufig als ohne geplante Retoure. Das zeigt sich auch beim Blick auf die Branchenebene. Insbesondere in der retourenintensiven Kategorie Fashion & Accessoires – wo Konsumenten i. d. R. erst prüfen möchten, ob der bestellte Artikel passt – ist der Rechnungskauf beliebt: Knapp 42 Prozent der befragten Fashion-Shopper haben ihren letzten Online-Kauf per Rechnung beglichen.

Werden Dienstleistungen – wie Reisen oder Tickets – im Netz bestellt, entscheiden sich Konsumenten dagegen eher für die Zahlung mit Kreditkarte: Rund 45 Prozent der Befragten nutzten für ihren letzten Online-Kauf in dieser Kategorie Visa, MasterCard und Co. Zum Vergleich: Im Branchendurchschnitt wird in knapp 17 Prozent der Internet-Käufe mit Kreditkarte bezahlt. „Gerade bei solchen oft hochpreisigen Leistungen, die in der Regel im Voraus bezahlt werden müssen, schätzen die Konsumenten besonders die Rückabwicklungsmöglichkeit der Kreditkartenzahlung. Denn bei diesen Transaktionen besteht das Risiko, dass Anbieter nicht liefern können (etwa bei einem Konkurs). Auch die Teilzahlungsoption wird von einigen Konsumenten gerne genutzt“, so Prof. Dr. Malte Krüger.

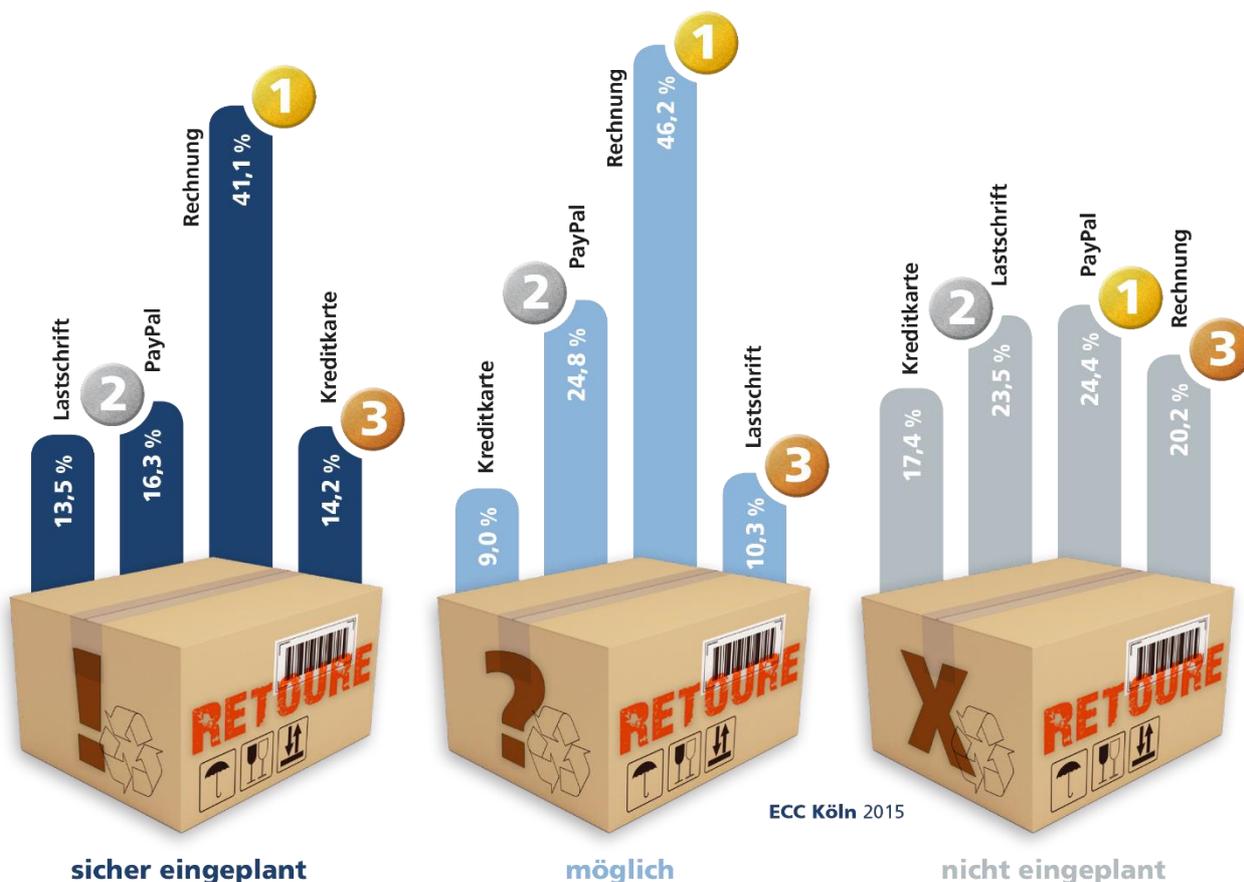
PayPal bei mobilen Endgeräten vorn

Wie häufig Payment-Optionen beim Online-Shopping gewählt werden, ist auch vom genutzten Endgerät abhängig. So ist PayPal bei Einkäufen mit dem Smartphone (34 %) beliebter als beim Online-Shopping via PC oder Laptop (24 %). „Gerade beim Mobile-Kauf steht die Usability eindeutig im Vordergrund. Bankdaten oder Rechnungsadressen einzugeben ist häufig recht umständlich“, so Dr. Kai Hudetz. „Bevor Online-Händler sich für einen Payment-Mix entscheiden, lohnt daher u. a. auch ein Blick darauf, wie viele Bestellungen über mobile Endgeräte getätigt werden.“



Eingesetzte Zahlungsverfahren nach Retourenabsicht

Fragetext: „Welches Zahlungsverfahren haben Sie bei Ihrem letzten Online-Kauf eingesetzt?“ i. V. m. „War bei der Bestellung bereits eine Retoure eingeplant?“, $141 \leq n \leq 1.754$.



Wörter der Meldung: 378

Zeichen der Meldung (inkl. Leerzeichen): 2.850

Über die Studie

Für die Studie „Payment im E-Commerce Vol. 19 – Der Internetzahlungsverkehr aus Sicht der Händler und der Verbraucher“ wurden insgesamt 2.040 deutsche Online-Shopper sowie 562 Online-Händler befragt. Auf Konsumentenseite stehen die Bekanntheit, aktuelle Nutzung und Beurteilung von Zahlungsverfahren sowie der Einfluss der Kaufsituation und zielgruppenspezifischer Besonderheiten auf die Wahl des Zahlungsverfahrens im Fokus. Die Händler wurden zu Angebot und Bewertung verschiedener Zahlungsverfahren, dem Einfluss der Zahlungsverfahren auf die Shop-Kennzahlen (z. B. Zahlungsstörungen und Retourenquote) sowie zu aktuellen Trends und Entwicklungen im Online-Payment befragt.

[Die Studie kann über den Online-Shop des IFH Köln bestellt werden.](#)

Die Studie wurde von folgenden Unternehmen unterstützt: Deutsche Telekom AG, EXPERCASH GmbH, Klarna GmbH, PayPal Deutschland GmbH, Skrill Ltd., SOFORT AG und Wirecard AG.

Über das ECC Köln

Das ECC Köln ist Experte für den Handel im digitalen Zeitalter. Eingebunden in das renommierte IFH Köln und sein großes Netzwerk begleiten die Experten des ECC Köln den E-Commerce bereits seit 1999. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, den umfangreichen Marktdaten und dem strategischen Know-how des engagierten Teams. Das ECC Köln erstellt Forschungsarbeiten und Studien zu wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In unternehmensspezifischen Projekten werden Kunden bei konkreten strategischen Fragen rund

um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter www.ecckoeln.de

Prof. Dr. Malte Krüger lehrt an der Hochschule Aschaffenburg und ist Consultant bei der PaySys Consultancy GmbH (Frankfurt). Er hat zahlreiche Projekte zu den Themen „Kartenzahlungen“, „Mobile Zahlungen“ und „Kosten des Zahlungsverkehrs“ durchgeführt. Frühere Tätigkeiten umfassen Besuche als Gastwissenschaftler bei der Banco de España, der University of Western Ontario (Kanada) und dem Institute of Prospective Technological Studies. Weiterhin war Prof. Krüger als Lecturer an der University of Durham (UK) tätig. Von 2004 bis Anfang 2009 hatte er die Vertretung des Lehrstuhls „Geld und Währung“ an der Universität Karlsruhe inne.