

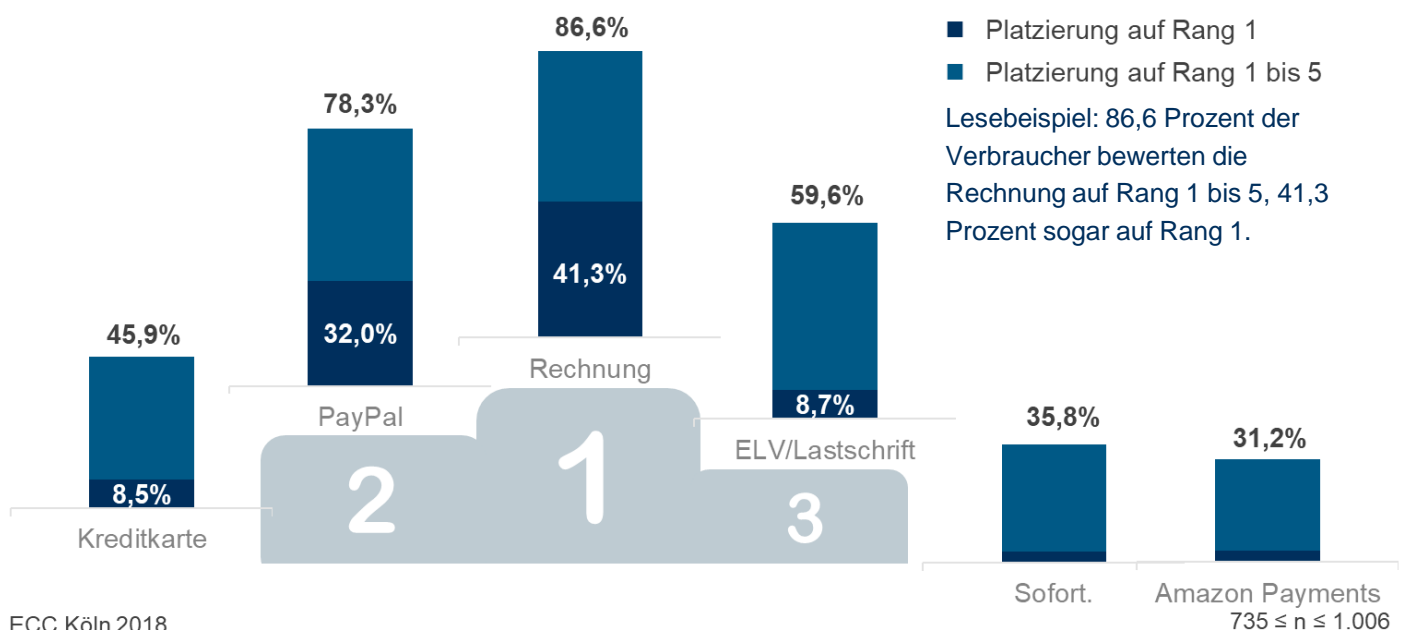


Onlinezahlungsverfahren im Fokus

Zahlungsverfahren sind entscheidend beim Onlinekauf

Die Bezahlung im Online-Shop ist der letzte Schritt, der über Kauf oder Nicht-Kauf entscheidet. Daher ist die Auswahl der angebotenen Zahlungsverfahren entscheidend: Werden die falschen Zahlungsverfahren angeboten, lassen Verbraucher den gefüllten Warenkorb nicht selten an der virtuellen Kasse stehen. Um also die Weichen für einen kundenzentrierten Zahlungsprozess legen zu können, gilt es, die Zahlungsvorlieben deutscher Verbraucher genauer zu beleuchten und in der Gestaltung des Payment-Mix zu berücksichtigen.

Die Lieblingszahlungsverfahren der deutschen Verbraucher



Die Top-3-Zahlungsverfahren deutscher Verbraucher sind auch in 2017 Rechnung, PayPal und Lastschriftverfahren – das zeigen die Ergebnisse der ECC-Payment-Studie Vol. 22. Dabei platzieren rund vier von zehn Verbrauchern den Rechnungskauf auf dem ersten Rang, was bereits zum fünften Mal in Folge den Titel als beliebtestes Onlinezahlungsverfahrens bedeutet. Mit geringem Abstand folgt PayPal auf dem zweiten Platz. Etwas weiter in der Bewertung zurück bleibt das Lastschriftverfahren weiterhin auf dem dritten Rang. In den letzten Jahren entfallen die Plätze auf dem Treppchen unverändert auf diese drei Zahlungsverfahren. Die allgemeinen Präferenzen der Verbraucher scheinen sich also weiter zu festigen.

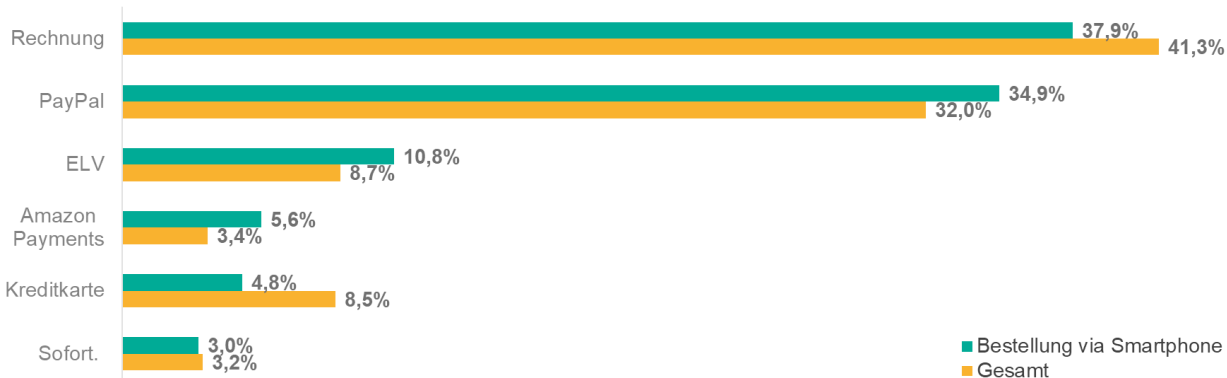
Präferenzen bei der Onlinezahlung via Smartphone

Bereits im November 2017 verdeutlichte der HDE Online-Monitor Newsletter die steigende Bedeutung des Smartphones im Onlinekaufprozess. Dabei greifen beim Onlinekauf mit mobilen Endgeräten in vielerlei Hinsicht andere Voraussetzungen: So wird beispielsweise durch das kleine Display und die somit verkleinerte Ansicht des Online-Shops auch die Eingabe von Daten erschwert. Dies gilt es auch im Zahlungsprozess zu berücksichtigen. Denn die veränderten Rahmenbedingungen spiegeln sich auch in den Vorlieben der Verbraucher wider.



Lieblingszahlungsverfahren auf dem Smartphone im Vergleich zur Gesamtwertung

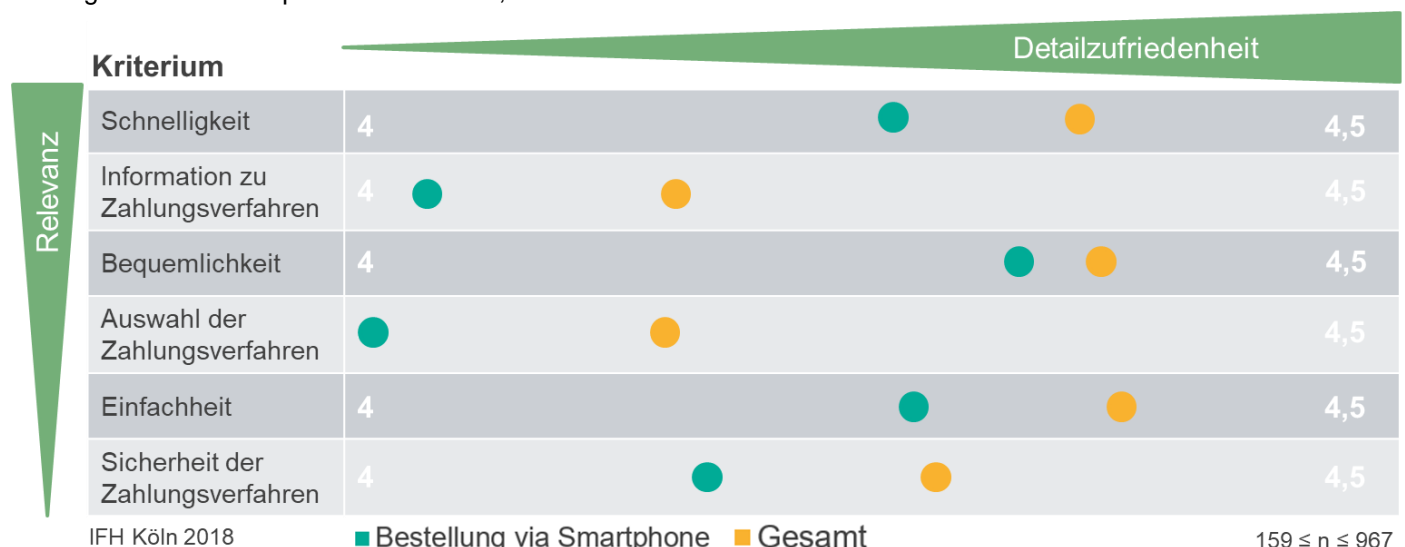
Auch beim Onlinekauf via Smartphone bleibt die Rechnung der Spitzenreiter im Ranking – ist jedoch nicht so beliebt wie in der Gesamtwertung. PayPal hingegen ist auf dem Smartphone begehrt als bei der übergreifenden Betrachtung und auch Amazon Payments, der Bezahlendienst von Amazon, punktet stärker. Dies unterstreicht die steigende Bedeutung von Convenience – also der Einfachheit und Schnelligkeit, die insbesondere auf dem Smartphone entscheidend ist. Denn die Bezahlung ist für viele Verbraucher nur das nötige Übel im Kaufprozess, wobei keine Zeit durch die auf dem Smartphone eher mühselige Eingabe von Kontodaten und Co. verloren gehen sollte. Offensichtlich sind sowohl PayPal als auch Amazon Payments bei der Convenience überzeugender, denn oftmals sind die notwendigen Daten durch Schnittstellen des Online-Shops oder die Installation entsprechender Apps auf dem Smartphone bereits hinterlegt. Der Verbraucher kann den Kauf somit mit nur wenigen Klicks abschließen.



Frage: „Welche der folgenden Zahlungsverfahren verwenden Sie am liebsten bzw. würden Sie am liebsten für Ihre Onlinebestellung verwenden (unabhängig davon ob sie angeboten werden oder nicht)?“ (Ausgewiesen sind nur Platzierungen auf Rang 1)
IFH Köln 2018 126 ≤ n ≤ 1.006

Verbesserungsansätze im mobilen Bezahlprozess

Wie wichtig Schnelligkeit, Bequemlichkeit und Einfachheit im Bezahlprozess beim Mobile Shopping wirklich sind, wird durch die enorme Relevanz für die Gesamtzufriedenheit nochmals unterstrichen. Die deutschen Verbraucher sind mit der aktuellen Umsetzung auf dem Smartphone jedoch durchweg weniger zufrieden als in der Gesamtwertung. Dies sind zugleich die Ansatzpunkte für Händler, die Zufriedenheit ihrer Kunden zu verbessern.



Wie zufrieden waren Sie bei Ihrer letzten Onlinebestellung hinsichtlich der folgenden Kriterien?
Bewertung auf einer Skala von 1 = sehr unzufrieden bis 5 = sehr zufrieden)

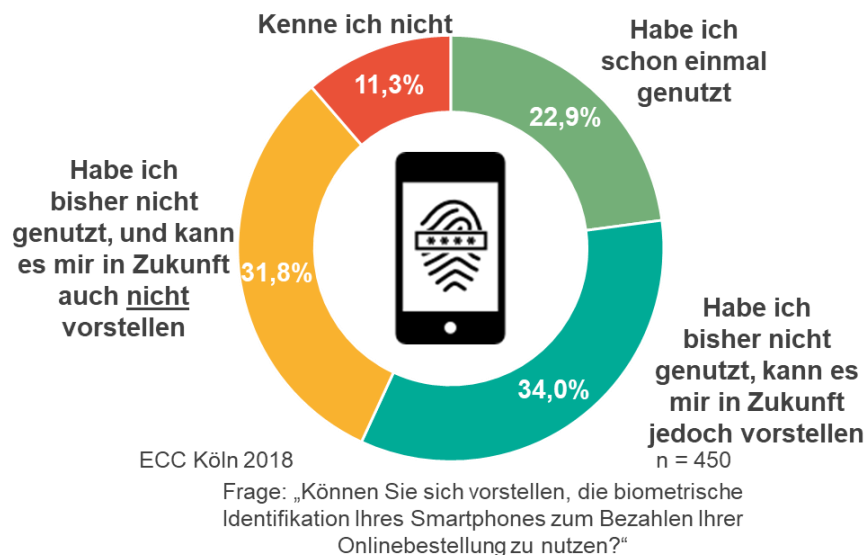


Biometrische Identifikation erhöht Schnelligkeit und Einfachheit

So steigt auch für Händler die Bedeutung biometrischer Identifikation wie der Einsatz von Fingerabdruck, Iris-Scan oder Stimmerkennung, um die Einfachheit und Schnelligkeit beim Bezahlen weiter zu erhöhen. Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Implementierung stehen durch die Verbreitung der Technologie ebenfalls gut: Rund 63 Prozent der Verbraucher besitzen bereits ein Smartphone mit integrierten biometrischen Funktionen. So zählt zum Beispiel das Entsperren des Smartphones mit Hilfe von Fingerabdruck und Co. bei den meisten Verbrauchern bereits zum gelebten Alltag. Und auch ein Blick in die Zukunft verheißt steigende Nutzerzahlen. Dabei schätzen Verbraucher neben der Einfachheit von biometrischer Identifikation insbesondere, dass sie sich keine Passwörter mehr merken müssen. Zweifel bleiben schlussendlich nur bei wenigen: Nur einer von zehn Verbrauchern schließt eine Nutzung biometrischer Funktionen zum Entsperren des Smartphones gänzlich aus.

Biometrische Funktionen im Onlinezahlungsprozess

Auch in Bezug auf die Bezahlungen im Online-Shop gewinnt die Identifikation mittels biometrischer Merkmale an Bedeutung. Generell stecken Verbreitung und Nutzung hierbei jedoch noch in den Kinderschuhen. So haben heute erst etwas mehr als 20 Prozent der Verbraucher bereits eine Bezahlung im Internet per biometrischer Identifikation ausgelöst. Die Zukunft prognostiziert jedoch steigende Nutzerzahlen: Mehr als ein Drittel der Verbraucher kann sich die Nutzung von Biometrie zum Auslösen von Zahlungen zukünftig vorstellen.



Über die Studie: Die ECC-Payment-Studie bietet bereits seit 2001 das Standardwerk im Payment-Sektor und erscheint in diesem Jahr bereits in ihrer 22. Ausgabe – finanziert durch verschiedene Sponsoren aus der Payment-Branche. Die Studie basiert auf einer ganzheitlichen Betrachtung des Payment-Marktes aus Händler- und Verbraucherperspektive. Somit fußt die Erhebung auf einer qualitativen Befragung von 247 deutschen Händlern und 2.018 Verbrauchern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sie möchten mehr erfahren: www.ifhshop.de/ecc-payment-studie.

Quelle Grafiken: ECC Köln: ECC-Payment-Studie Vol. 22, Köln, 2018.

Kontakt:

Handelsverband Deutschland (HDE)
Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
Tel. 030/72 62 50-0 | Fax 030/72 62 50-99
hde@einzelhandel.de | www.einzelhandel.de