

Pressemitteilung

E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung, Köln

4. März 2008

The more things change, the more they stay the same: Nur wenig wirkliche Neuerungen bei Internet-Zahlungsverfahren

Studie IZH4 zeigt: Traditionelle Zahlungsverfahren dominieren nach wie vor im E-Commerce, Paypal befindet sich weiter auf dem Vormarsch

Köln, 4. März. Je mehr sich ändert, desto mehr bleibt doch gleich – genauer kann man den Zustand im Internet-Zahlungsverkehr fast nicht beschreiben. Der Markt bleibt in Bewegung, neue Verfahren und Anbieter treten hinzu, andere verschwinden. Zurzeit sind es einmal wieder die mobilen Zahlungsverfahren, die die Fantasie der Experten beflügeln. Die Banken sind mit Giropay an den Markt gegangen und auch die Geldkarte soll für die Online-Shopper benutzerfreundlicher werden. Schließlich gibt es noch den Bereich Kreditkarten, wo zurzeit das Thema Prepaid hoch gehandelt wird. Trotz all dieser Neuerungen bleiben wesentliche Strukturmerkmale des Markts jedoch fast unverändert. Dies gilt insbesondere für die Dominanz herkömmlicher Verfahren wie Vorkasse und Zahlung nach Rechnungsstellung, Nachnahme und Lastschrift.

Dies ist eine Quintessenz der aktuellen Studie „Der Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Händler 4“. Im Fokus der Studie steht die Sichtweise der Anbieter von Waren und Dienstleistungen im Internet: Welche Zahlungsverfahren setzen diese Anbieter ein? Welche Anforderungen haben sie an den Zahlungsverkehr? Wie bewerten sie Instrumente zur Senkung des Risikos von Zahlungsausfällen? Die Studie wurde gemeinsam vom E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, der fiveforces GmbH für Unternehmensberatung und der Sektion Geld und Währung des Instituts für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung der Universität Karlsruhe (TH) durchgeführt.

„Internet-Zahlungsverfahren sind nach wie vor ein Bereich, in dem viele Unternehmen und Unternehmensgründer Chancen wittern“, so Sebastian van Baal, Projektleiter am E-Commerce-Center Handel. „Das ist erfreulich, denn die Suche nach optimalen E-Commerce-Zahlungsverfahren ist keineswegs abgeschlossen. Andererseits erhöht die Vielfalt der verfügbaren Verfahren die Unsicherheit der Händler und der Konsumenten, was ein mögliches Hindernis für die volle Entfaltung des E-Commerce-Umsatzpotenzials ist. Hinzu kommen Berichte über Betrugsfälle, die zwar nicht von

der Hand zu weisen sind, die jedoch nicht dem Normalfall entsprechen: Die meisten Online-Käufe gehen ohne Probleme vonstatten. Obwohl man als Konsument und als Händler auf seine Sicherheit bedacht sein sollte, sollte man sich dem Online-Handel nicht aufgrund einer überhöhten Risikoaversion verschließen.“

Dr. Malte Krueger vom IWW der Universität Karlsruhe verweist in diesem Zusammenhang auf die Verteilung der Risiken: „Man sollte auch nicht übersehen, dass meist die Händler das größere Risiko bei einer Online-Transaktion tragen, da sie den Kunden im Durchschnitt 3,9 Zahlungsverfahren anbieten. Dies ermöglicht es den Kunden, ein für sie sicheres Zahlungsverfahren auszuwählen. Daher erstaunt es, dass nach wie vor viele Händler allenfalls ein rudimentäres Risikomanagement betreiben. Im Vergleich zur Vorgängerstudie IZH3 hat sich aber der Einsatz von Maßnahmen des Risikomanagements deutlich erhöht. Dies spricht dafür, dass die Abwicklung des E-Commerce professioneller geworden ist.“

Einige zentrale Ergebnisse der Studie lauten wie folgt:

- Traditionelle Zahlungsverfahren, die nicht speziell für das Internet konzipiert sind, dominieren auch weiterhin den Online-Zahlungsverkehr. So bieten über 80 Prozent der befragten Händler die Zahlung per Vorkasse, über 50 Prozent die Zahlung nach Rechnungsstellung oder per Nachnahme an. Die Zahlung per Lastschrift, Kreditkarte und Paypal werden jeweils von mehr als einem Drittel der Händler angeboten.
- Im Vergleich zu 2005 kann insbesondere Paypal ein großes Wachstum verzeichnen: Bei der Studie IZH3 boten knapp 30 Prozent der befragten Händler dieses Zahlungsverfahren an, bei IZH4 sind es knapp 45 Prozent. Obwohl Paypal zu Ebay gehört, ist dieses Verfahren auch außerhalb des Marktplatzes sehr verbreitet.
- Durchschnittlich bieten die Händler 3,9 Zahlungsverfahren an. Dennoch ist weder eine Sättigung noch eine weitere Konsolidierung absehbar: Die befragten Händler planen, bis Ende 2008 im Durchschnitt 1,5 neue Zahlungsverfahren einzuführen. Dabei profitieren vor allem die speziellen Internet-Zahlungsverfahren.
- Der hohe Anteil herkömmlicher Zahlungsverfahren spiegelt sich auch in einer relativ niedrigen Outsourcing-Quote wider: Über 60 Prozent der Händler wickeln ihren Zahlungsverkehr komplett intern ab.
- Bei der Beurteilung der einzelnen Zahlungsverfahren aus Händlersicht liegt die Vorkasse weit vorn. Dahinter folgt ein Mittelfeld, das aus Kreditkarte, Lastschrift und Paypal gebildet wird. Eher schlecht werden derzeit insbesondere das Bezahlen per Handy oder PDA („Mobile Payment“) sowie der Kauf auf Raten

bewertet.

- Die Händler sind davon überzeugt, dass sich der Umsatz durch das zusätzliche Angebot von Verfahren wie Clickandbuy, Giropay und Paypal erhöhen lässt. Dabei wird die Umsatzerhöhung – je nach Verfahren – auf circa 2,5 bis 13 Prozent geschätzt.
- Viele Händler betreiben kein oder nur ein oberflächliches Risikomanagement. Dennoch halten sich die Zahlungsausfälle in Grenzen: Bei 62 Prozent der befragten Händler betragen die Ausfälle bis zu einem Prozent des Umsatzes.
- Mit der Entwicklung zu einem europäischen Zahlungsraum (Stichwort „SEPA“) hatten sich die meisten Online-Händler zum Umfragezeitpunkt noch nicht befasst.

Die Studie IZH4 kann zum Preis von 49 Euro unter www.ecc-handel.de bestellt werden (ISBN: 978-3-935546-37-9, 90 Seiten).

Zum Untersuchungsdesign und -hintergrund: Die Studie basiert auf einer Befragung von 435 Unternehmen, die ihre Produkte über das Internet vertreiben. Die Befragung wurde online durchgeführt und fand zwischen Juli und September 2007 statt. IZH4 stellt ein gemeinschaftliches Projekt dar, an dem das E-Commerce-Center Handel am Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, die fiveforces GmbH für Unternehmensberatung und die Sektion Geld und Währung des Instituts für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung der Universität Karlsruhe (TH) beteiligt sind. Die Studie wurde darüber hinaus insbesondere von den folgenden Unternehmen und Institutionen unterstützt: ClickandBuy International AG, EURO Kartensysteme GmbH, InterCard AG, Pago eTransaction Services GmbH, PayPal Deutschland GmbH, Steria Mummert Consulting AG und Wissenschaftsförderung der Sparkassen-Finanzgruppe e. V.

Kontakt:

E-Commerce-Center Handel
am Institut für Handelsforschung
an der Universität zu Köln
Sebastian van Baal, Projektleiter
Dürener Straße 401b, 50858 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 94 36 07 70
Fax: +49 (0) 221 / 94 36 07 59
E-Mail s.vanbaal@ecc-handel.de
Internet: www.ecc-handel.de

Auszüge aus drei Beispieltabellen:

Angebotene Internet-Zahlungsverfahren

Fragetext: „Bietet Ihr Unternehmen die folgenden Zahlungsverfahren bei Verkäufen über das Internet an?“

Angaben in Prozent. n = 435.

Zahlungsverfahren	Ja	Nein, jedoch geplant bis Ende 2008	Nein, und auch nicht geplant bis Ende 2008
Vorkasse	84,1	2,3	13,6
Nachnahme	58,4	4,6	37,0
Rechnung (Zahlung nach Erhalt der Ware)	54,5	6,2	39,3
Lastschrift	45,5	14,5	40,0
Paypal	43,9	14,0	42,1
Kreditkarte	41,1	19,1	39,8
Giropay	7,6	16,3	76,1
Finanz-/Ratenkauf	6,4	8,5	85,1
Clickandbuy (Firstgate)	5,3	7,8	86,9
Geldkarte	2,3	5,5	92,2
T-Pay	2,1	6,0	92,0
Paysafecard	1,6	3,7	94,7
Mobiles Bezahlen per Handy/PDA etc.	1,1	10,1	88,7

Umsatz mit Internet-Zahlungsverfahren

Fragetext: „Welchen Anteil des Online-Umsatzes wickelt Ihr Unternehmen mit den einzelnen Zahlungsverfahren ab?“ Angaben außer n in Prozent. Anteile bezogen auf die Unternehmen, die das jeweilige Verfahren anbieten.

Werte für Zahlungsverfahren, für die nicht mehr als zehn Beobachtungen vorliegen, werden aufgrund ihrer mangelnden Aussagekraft nicht ausgewiesen.

Zahlungsverfahren	Arithmetischer Mittelwert	n
Vorkasse	43,5	349
Rechnung (Zahlung nach Erhalt der Ware)	41,9	225
Lastschrift	24,6	182
Kreditkarte	22,8	166
Paypal	18,4	180
Clickandbuy (Firstgate)	16,3	20
Nachnahme	14,0	235
Finanz-/Ratenkauf	5,4	26
Giropay	4,9	28

Generelle Bewertung von Internet-Zahlungsverfahren

Fragetext: „Wie bewerten Sie die folgenden Zahlungsverfahren aus Sicht Ihres Unternehmens?“ Skala von 1 = „Sehr gut“ bis 5 = „Sehr schlecht“ mit der Ausweichoption „Weiß nicht“.

Zahlungsverfahren	Arithmetischer Mittelwert	Anteil Ausweichoption („Weiß nicht“) an n	n
Vorkasse	1,6	2,7%	366
Kreditkarte	2,6	14,8%	364
Lastschrift	2,7	9,5%	367
Paypal	2,8	18,4%	369
Nachnahme	3,0	6,3%	363
Rechnung (Zahlung nach Erhalt der Ware)	3,3	2,2%	369
Giropay	3,3	48,2%	363
Clickandbuy (Firstgate)	3,5	50,4%	363
Geldkarte	3,8	53,0%	362
T-Pay	3,9	61,4%	365
Paysafecard	3,9	62,0%	361
Mobiles Bezahlen per Handy/PDA etc.	4,0	53,5%	361
Finanz-/Ratenkauf	4,1	38,1%	360