



## Onlinezahlungsverfahren und mobile Zahlungsverfahren am PoS im Fokus

### Anzahl der angebotenen Zahlungsverfahren bleibt erstmals konstant

Der Bezahlprozess ist ein kritischer Bestandteil des Kaufprozesses und gehört heute mehr denn je zu den Hygienefaktoren beim Onlineshopping. Finden die durchaus anspruchsvollen Onlineshopper nicht ihr bevorzugtes Zahlungsverfahren, führt dies zu einem negativen Käuferlebnis und im schlimmsten Fall zum Kaufabbruch. Umso wichtiger wird es für Onlinehändler, Verbrauchern die präferierten Zahlungsverfahren im Check-out anzubieten.

Wie die Ergebnisse der ECC-Paymentstudie Vol. 23 zeigen, sind PayPal, Vorkasse und Kreditkarte mittlerweile in vielen Onlineshops Standard. Auch der Verbraucherliebling – die Rechnung – wird von mehr als zwei Dritteln der Onlinehändler angeboten. In 2019 ist erstmals seit fünf Jahren die Anzahl der Zahlungsverfahren nicht weiter gestiegen. Vielmehr optimieren die Onlinehändler das Zahlungsangebot bei sich verfestigenden Verbraucherpräferenzen:

### Angebot von Zahlungsverfahren im Onlineshop



82 % PayPal



77 % Vorkasse



70 % Kreditkarte

**SOFORT**  
ÜBERWEISUNG  
62 % Sofortüberweisung



65 % Rechnung  
28 % nicht abgesichert  
37 % abgesichert



58 % ELV/Lastschrift  
22 % nicht abgesichert  
36 % abgesichert

Weitere: Nachnahme: 39 %  
Finanz-/Ratenkauf: 33 %  
nicht abgesichert 12 %; abgesichert 21 %  
Amazon Payments: 32 %  
GiroPay: 32 %

Paydirekt: 30 %  
Bezahlung einer Onlinebestellung offline: 25 %  
Google Pay/Android Pay: 16 %  
Apple Pay: 15 %

ECC Köln 2018

Frage: „Bieten Sie in Ihrem Onlineshop die folgenden Zahlungsverfahren an oder planen Sie die Einführung?“; Onlinehändler:  
n = 398; Darstellung der Antwort „ja“

### Onlinehändler misten aus und optimieren weiter

Es kommt auch nicht auf Masse an, sondern auf den richtigen Mix. Das haben die Onlinehändler auch verstanden und betreiben eine Optimierung durch Hinzunahme neuer und Austausch „veralteter“ Zahlungsverfahren. Dabei misten Onlinehändler vor allem risikoreiche Zahlungsverfahren wie die nichtabgesicherte Rechnung oder die nichtabgesicherte Lastschrift aus. Aber auch Verfahren, die Verbraucher immer seltener nachfragen – wie die Nachnahme – werden aussortiert.



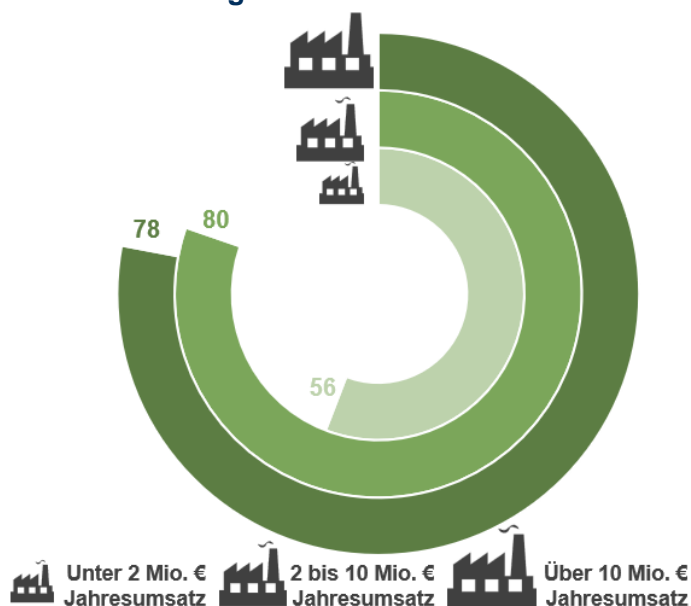
## Optimierung lohnt sich: PayPal, Sofortüberweisung und Co. beeinflussen wichtige Unternehmenskennzahlen positiv

Auf dem Weg zur Optimierung des Zahlungsangebotes haben in den letzten zwei Jahren zwei Drittel der Befragten Onlinehändler neue Zahlungsverfahren in ihr Payment-Portfolio aufgenommen. Bei den größeren Onlinehändlern waren es knapp 80 Prozent, bei den kleinen war es etwas über die Hälfte. Gleichzeitig haben sich 40 Prozent der Onlinehändler in den letzten zwei Jahren von Zahlungsverfahren getrennt.

Und die Überprüfung des Payment-Mix lohnt sich: Gerade die Integration von PayPal, (abgesicherter) Rechnung, Amazon Payments oder Sofortüberweisung hat einen positiven Einfluss auf wichtige Unternehmenskennzahlen wie Umsatz, Neukundenanteil, Warenkorbhöhe oder Conversion Rate. So lässt sich der Umsatz vor allem durch die Integration von PayPal, die Conversion Rate durch die Sofortüberweisung steigern.

Aber auch neue Verfahren etablieren sich weiter im Markt. Jeder fünfte Onlinehändler hat bereits einen der Newcomer Amazon Payments oder Paydirekt in den letzten zwei Jahren in seinem Shop integriert und reagiert damit bereits auf die Anforderungen der Heavy-Onlineshopper, die diese Verfahren häufiger nutzen.

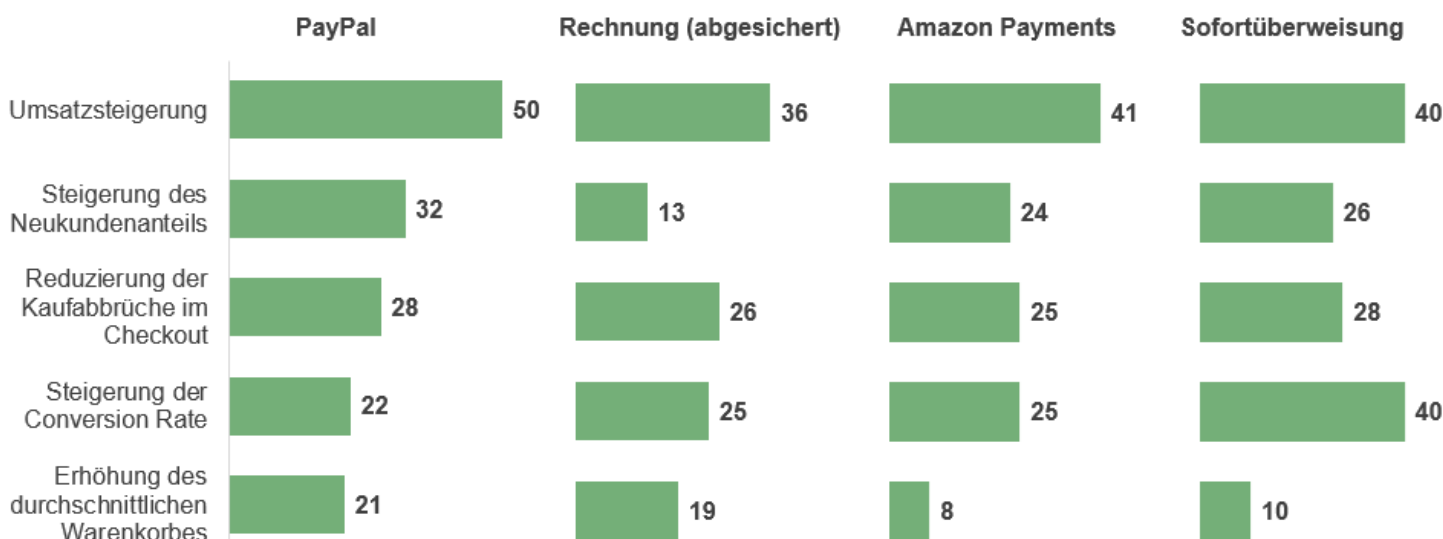
## Neuintegration von Zahlungsverfahren nach Unternehmensgröße



IFH Köln 2018

Frage: „Haben Sie in den letzten 24 Monaten neue Zahlungsverfahren in Ihrem Onlineshop aufgenommen?“; kleine Onlinehändler: n = 175; mittlere Onlinehändler: n = 71; große Onlinehändler: n = 118; Angaben in Prozent

## Einfluss neuer Zahlungsverfahren auf wichtige Unternehmenskennzahlen



Frage: „Kam es durch die Einführung der genannten Zahlungsverfahren in Ihrem Onlineshop zu folgenden Veränderungen?“; Onlinehändler: 50 ≤ n ≤ 90; Angaben in Prozent

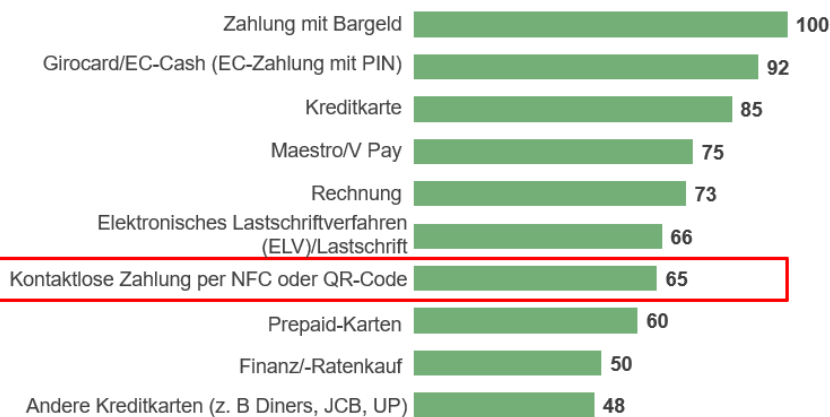
ECC Köln 2018



## Smartphonebasiertes Bezahlen im stationären Handel: Kommt mit Google Pay und Apple Pay die Wende?

Während im Onlinehandel derzeit bei den Verbrauchern eine Stabilisierung der Zahlungsgewohnheiten zu verzeichnen ist, hat der Start von Google Pay und Apple Pay für ein Beben im stationären Handel gesorgt. Auch wenn Verbraucher nach wie vor am liebsten mit Schein und Münze zahlen, sind die Weichen für einen Wandel bei den Zahlungspräferenzen gestellt. So gibt schon heute jeder zehnte Verbraucher an, smartphonebasiert mit PayPal mobile Payment oder Payback Pay gezahlt zu haben. Treiber für die Entwicklung beim smartphonebasierten Bezahlen scheinen Image und Coolness zu sein. Dass das Bezahlen mit dem Smartphone praktischer ist, als das Bezahlen mit der kontaktlosen Karte, sehen nur wenige Verbraucher. Anders sieht es allerdings bei den zukunftsrelevanten und umsatzstarken Zielgruppen der Smart Consumer und Heavy-Onlineshopper aus. Mehr als die Hälfte der Smart Consumer hat bspw. sein Smartphone schon schneller zur Hand als das Portemonnaie.

### Aktuelles/aeplantes stationäres Zahlungsangebot



ECC Köln 2018

Frage: „Bieten Sie in Ihrem stationären Geschäft folgende Zahlungsverfahren an?“, Stationäre Händler: n = 155; Darstellung der Antworten bei den Händlern „Ja“ + „Nein, aber wir planen eine Einführung bis Ende 2021“; Angaben in %

**Über die Studie:** Für die „ECC-Payment-Studie Vol. 23“ nimmt das ECC Köln bereits zum 23. Mal die Bekanntheit, Nutzung und Bewertung von Zahlungsverfahren sowie Trendthemen im Payment-Markt aus Sicht von Onlineshoppern und Shopbetreibern unter die Lupe. Hierzu wurden 2.000 Verbraucher im D-A-CH-Raum, sowie 398 deutsche Onlinehändler befragt. Die ECC-Payment-Studie wurde unterstützt von verschiedenen Sponsoren aus der Payment-Branche. Weitere Informationen: [www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie](http://www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie)

### Statements zu smartphonebasierten Zahlungsverfahren

**26 %**

haben ihr **Smartphone** oftmals **schneller zur Hand** als ihr Portemonnaie.

+28 +8

**15 %**

finden die smartphonebasierte Bezahlung noch **praktischer als** die Zahlung mit einer **kontaktlosen Karte**.

+10 +10

Smart Consumer Heavy-Onlineshopper

ECC Köln 2018

Lesebeispiel: 25% (15%+10) der Smart Consumer finden ... praktischer als ...

Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum smartphonebasierten Bezahlen zu?“, Deutsche Konsumenten (18-69 Jahre) n = 1.000; Darstellung der Antworten „Trifft voll und ganz zu“ + „Trifft eher zu“

Auf Händlerseite sind 2018 die Voraussetzungen für smartphonebasiertes Bezahlen geschaffen. Fast zwei Drittel der befragten Händler haben ihre Kassenterminals bereits um eine Kontaktlosfunktion erweitert. Damit ist auch das Zahlen via Smartphone möglich. Händler sollten sich darauf einstellen, dass zukünftig an der Kasse immer mehr Verbraucher das Smartphone anstelle des Portemonnaies zücken und ihr Personal entsprechend schulen.

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