

Welche Zahlungsverfahren bevorzugen Online-Kunden?

☒ Anfang 2008 hatten wir hier im shopbetreiber-blog.de bereits über die Ergebnisse des E-Commerce Leitfadens berichtet. Heute haben wir uns für Sie mit dem Thema Zahlungsverfahren beschäftigt und einige interessante Ergebnisse herausgearbeitet. Denn jeder Betreiber eines Online-Shops fragt sich:

Welche Zahlungsverfahren bevorzugen Online-Käufer?

In einer Umfrage, bei der 1131 Internet Nutzer befragt wurden, von denen 77 % männlich und 23 % weiblich waren und die größtenteils mindestens einmal im Monat im Internet einkaufen, wurde festgestellt, dass 56 % der Befragten bereits negative Erfahrungen beim Online-Shopping gesammelt hatten.

Beim Alter der Befragten stellten die 26-35 jährigen mit 36 % den größten Anteil, gefolgt von den 36-45 jährigen mit 27 % und den 18-25 jährigen mit 19 % sowie den 46-55 jährigen mit 13 %. Die Generation 56+ stellte 6 % der Befragten.

Die folgende Grafik zeigt die Kategorisierung der Internet Benutzer, von denen 65 % mehrere Stunden und 30 % mindestens einmal pro Tag online waren:



Quelle: Ibi-Research 2008

Nun zu den Ergebnissen, die die Studie in Bezug auf die Zahlungsverfahren gebracht hat:

1. Zahlungsverfahren

Für mehr als die Hälfte der Befragten spielen die angebotenen Zahlungsverfahren schon bei der Auswahl des Shops z.B. bei Preisvergleichen eine entscheidende Rolle.

2. Nur Vorkasse

Wird in einem Online-Shop ausschließlich die Zahlung per Vorkasse angeboten, sehen sich 79 % der Befragten nach einem alternativen Anbieter um. Die Kaufabbruchquote bei Vorkasse hängt entscheidend vom Kaufpreis der Ware ab. Schon bei einem Preis von 20 Euro ergab sich eine Abbruchquote von 79 %, bei einem Preis von 1200 Euro sogar 88 %. 36 % der Befragten verzichteten bei einem Preis von 20 Euro sogar komplett auf einen Kauf, wenn kein alternativer Anbieter vorhanden ist. Bei einem Preis von 1.200 Euro waren es 56 %. Insgesamt haben aber 75 % der Online-Shopper bereits per Vorkasse bezahlt.

Die folgende Grafik zeigt, in welchen Situationen per Vorkasse bezahlt wurde:



Quelle: Ibi-Research 2008

3. Vorkasse und Nachnahme

Bietet ein Online-Shop allerdings neben der Vorkasse auch die Zahlung per Nachnahme an, sinkt die Abbruchquote im Durchschnitt von 79% auf 58%. Erstaunlich ist hier, dass durch zusätzliche der Nachnahmezahlungsmöglichkeit der Anteil der Vorkassezahlungen nur um 2 % zurückgeht.

4. Vorkasse und Rechnung

Wird in einem Online-Shop dagegen eine Kombination aus Vorkasse und Zahlung per Rechnung angeboten, sinkt die Kaufabbruchquote auf nur 10 %, allerdings auch die Zahlung per Vorkasse, denn jetzt bezahlen 84 % per Rechnung.

5. Vorkasse, Rechnung und Nachnahme

Bei der Hinzunahme der Nachnahmezahlung ergibt sich ein bemerkenswertes Ergebnis: Hier hat der Umstand, dass Nachnahmezahlung angeboten wird keine Auswirkung auf die Kaufabbruchquote. Lediglich 4 % der Befragten, die vorher per Rechnung zahlten, steigen nun auf Nachnahmezahlung um. Insgesamt haben bereits 80 % der Befragten per Rechnung gezahlt.

6. Kreditkartenzahlung

Bei der Kreditkartenzahlung gaben 77 % der Befragten an, eine eigene Kreditkarte zu besitzen, 8 % nutzen fremde Kreditkarten und nur 16 % gaben an, keine Möglichkeit zu haben, eine der Kreditkarte zu nutzen. Von den 24 % der Befragten, die keine eigene Kreditkarte besitzen, gaben 60 % an, bisher keine benötigt zu haben und 45 % gaben trotz einer Vielzahl kostenloser Angebote an, ihnen sei eine Kreditkarte zu teuer.

7. Vorkasse und Kreditkarte

Bei einem Angebot von Vorkasse und Zahlung per Kreditkarte kam es zu einer Abbruchquote von 36 %, 53 % der Online Käufer zahlt per Kreditkarte und 11 % per Vorkasse. Werden allerdings Vorkasse-, Rechnungs-, Nachnahme- und Kreditkartenzahlung angeboten, sinkt die Kaufabbruchquote auf 5 % und mehr als die Hälfte der Kreditkartennutzer zahlt dann lieber per Rechnung. Kommt die Kreditkartenzahlung als vierte Zahlungsart dazu, wechselt immerhin jeder fünfte von der Rechnungs- zur Kreditkartenzahlung.

8. E-Payment

Bei den E-Payment Verfahren gaben 42 % der Befragten an, sie könnte oder wollten zurzeit keine E-Payment Verfahren benutzen und auch die Bereitschaft, E-Payment für hochpreisige Warenkäufe zu nutzen lag nur bei 34 %. Interessant ist hier, dass im Fall, dass Kreditkarte- und Vorkassezahlung angeboten wird, die Hinzunahme von E-Payment einen Rückgang der Kaufabbruchquote um 17 % brachte und ein Sechstel der Kreditkartenzahler nun lieber E-Paymentverfahren benutzen.

Die folgende Grafik zeigt die Akzeptanz von E-Payment Verfahren



Quelle: Ibi-Research 2008

9. Vorkasse und Lastschrift

Bei einem Angebot von Vorkasse und Zahlung per Lastschrift lag die Kaufabbruchquote bei 36 %, was dem Wert bei der Kreditkartenzahlung entspricht. Von den Befragten, die nicht per Lastschrift zahlten, hatten 62 % Bedenken, ihre Kontodaten anzugeben und 47 % wollten den Zeitpunkt der Zahlung selbst bestimmen. Insgesamt bevorzugen die Online-Shopper aber die Lastschrift gegenüber dem E-Payment.

10. Zusammenfassung

Die Kombination der im Online-Shop angebotenen Zahlungsverfahren hat große Auswirkungen auf die Abbruchquote

Die Anzahl von Zahlungsverfahren hat ebenfalls entscheidenden Einfluss auf die Abbruchrate

Online-Kunden zahlen am liebsten per Rechnung

Die Einführung von Nachnahme-, Kreditkarten-, Rechnungs-, Lastschrift und E-Paymentzahlung senkt die Kaufabbruchquote

Detaillierte Daten und eine weitere Auswertung zu diesem Thema finden Sie im **E-Commerce**

Leitfaden. Der E-Commerce Leitfaden wird von ibi-Research an der Universität Regensburg herausgegeben. Er hat das Ziel, alle relevanten Informationen für den erfolgreichen Aufbau und Betrieb eines Online-Geschäftes in einfacher, verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.