

Payment-Studie IZH5: Online-Payment gewinnt an Boden

✖ Laut der Studie "Internet-Zahlungsverfahren aus Sicht der Händler" (IZH) bieten immer mehr Shopbetreiber auch Online-Bezahlverfahren an. Vorherrschend sind aber nach wie vor Vorkasse, Nachnahme und Co. Allerdings offenbart die Studie auch noch einigen Nachholbedarf bei den Shopbetreibern.

Hier lesen Sie mehr zu den Ergebnissen der IZH5-Studie.

PayPal, Sofortüberweisung.de, Giropay und ClickandBuy – so genannten Online-Bezahlverfahren – finden sich in immer mehr deutschen Online-Shops und tragen mittlerweile mit rund 16,5 Prozent zum Umsatz der Shopbetreiber bei. Im Erhebungszeitraum der IZH4-Studie (2007) erwirtschafteten die Online-Händler nur einen Umsatzanteil von knapp 9 Prozent mit Online-Payment.

Die Zahlung per Vorkasse ist mit einem Umsatzanteil von 31 Prozent Umsatzanteil nach wie vor die am häufigsten genutzte Zahlungsmethode. Es folgen der Kauf auf Rechnung (19,4 Prozent) und die Lastschrift mit 11 Prozent auf den Plätzen zwei und drei.

Das sind die zentralen Ergebnisse der IZH5-Studie des ECommerce Center Handel (ECC Handel) aus Köln.



Anzahl der Zahlungssysteme steigt weiter

"Zwar dominieren weiterhin die traditionellen Zahlungsverfahren wie Überweisung und Lastschrift, doch zeigt der Vergleich mit Ergebnissen der letzten Befragungswellen in 2005 und 2007 ein deutliches Plus bei alternativen Verfahren. Vor allem PayPal hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Ebenfalls zu den Gewinnern zählen die Kreditkarte, Sofortüberweisung.de, Giropay und ClickandBuy" fasst Sonja Rodenkirchen, Projektmanagerin am ECC Handel die Ergebnisse zusammen.



Und von einem Ende des Wachstums könne, so das ECC, keine Rede sein. Durchschnittlich böten die Händler 4,4 Zahlungsverfahren an. Die befragten Händler planen, bis Ende 2010 im Durchschnitt 1,8 neue Zahlungsverfahren einzuführen. Dabei profitierten vor allem die speziellen Internet-Zahlungsverfahren sowie die Kreditkarte.

Viele Köche verderben den Brei

Ob eine möglichst breite Palette an Bezahlverfahren in einem Online-Shop auch von den Kunden angenommen wird und damit höhere Umsätze verspricht, ist nach Ansicht von Sonja Rodenkirchen fraglich:

"Die Anzahl der angebotenen Verfahren im Warenkorb steigt stetig an, die Vielfalt der verfügbaren Verfahren erhöht die Unsicherheit der Händler und der Konsumenten."

In der Studie gaben die Händler jedoch an, dass durch den Einsatz von Online-Zahlungssystemen zusätzlich zu den klassischen Verfahren, der Umsatz sich um mehr als 10 Prozent steigern ließe.

Daher sollten Online-Händler bei der Wahl der angebotenen Zahlungsverfahren die unterschiedlichen Lösungen sehr genau vergleichen und individuell entscheiden, welches System sie in ihrem Shop einsetzen.