Payment: Schweiz und Österreich sind Kreditkarten-Land

Dass sich die Art der angebotenen Zahlungsmethoden positiv auf die Konversion in einem Online-Shop auswirken kann, ist hinlänglich bekannt. Doch welche Zahlungsart ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz das Mittel der Wahl? Dieser Frage hat sich das E-Commerce-Center Handel (ECC) aus Köln in einer Studie angenommen.

So zahlen Schweizer und Österreicher am liebsten.

Shopbetreiber aus Österreich und der Schweiz können ihre Konversionsrate erhöhen, wenn sie ihren Kunden die richtige Zahlungsart anbieten. Nach Ausweis der Studie "Der Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Verbraucher in D-A-CH" wäre dies der Kauf per Kreditkarte.

> *In Österreich dominiert dagegen die Kreditkarte den Markt – rund 35 Prozent der Zahlungstransaktionen werden in Österreich über die Kreditkarte abgewickelt – gefolgt von PayPal, worauf rund 18 Prozent entfallen und der Rechnung mit 16 Prozent. In der Schweiz dominiert ebenfalls die Kreditkarte – mit knapp 48 Prozent der Transaktionen sogar noch deutlicher als in Österreich. Auf Platz zwei schafft es in der Schweiz die Rechnung mit 22 Prozent der Transaktionen, PayPal landet mit 7,9 Prozent auf dem dritten Platz.*

Über die Landesgrenzen hinweg hat das ECC auch wissen wollen, welche Kriterien bei der Auswahl einer Zahlungsart den Verbrauchern wichtig sind. Wie nicht anders zu erwarten, steht die Sicherheit des Zahlungsverfahrens bzw. der Schutz vor Missbrauch an erster Stelle. Auf Platz zwei folgt die Seriosität des Anbieters oder des Verfahrens.

Ungeklärt bleibt allerdings, auf welcher faktischen Grundlage der Verbraucher die Sicherheit eines Zahlungssystems und die Seriosität eines Anbieters beurteilen kann. In der Regel kann er dies nur sehr eingeschränkt. Somit verlässt sich der Verbraucher im Wesentlichen auf ein Markenbild, welches durch Marketing und PR gesteuert, gezielt gebildet wurde.

Daher einmal die provozierende These: Payment-Anbieter, die viel Budget in die Markenbildung investieren und gezielt auf das Thema Sicherheit und Seriosität einzahlen, werden von den Verbrauchern bevorzugt und sollten daher auch vom Shopbetreiber eingebunden werden.

Welche Erfahrungen haben Sie gemacht? Diskutieren Sie hier im Blog! Wir freuen uns auf Ihre Kommentare.