



research
an der Universität
Regensburg GmbH



MasterCard
Worldwide

Der Handel.
Das Wirtschaftsmagazin für Handelsmanagement

ISBN 978-3-940416-28-5

E-Payment-Barometer

Dezember 2010

Über das E-Payment-Barometer

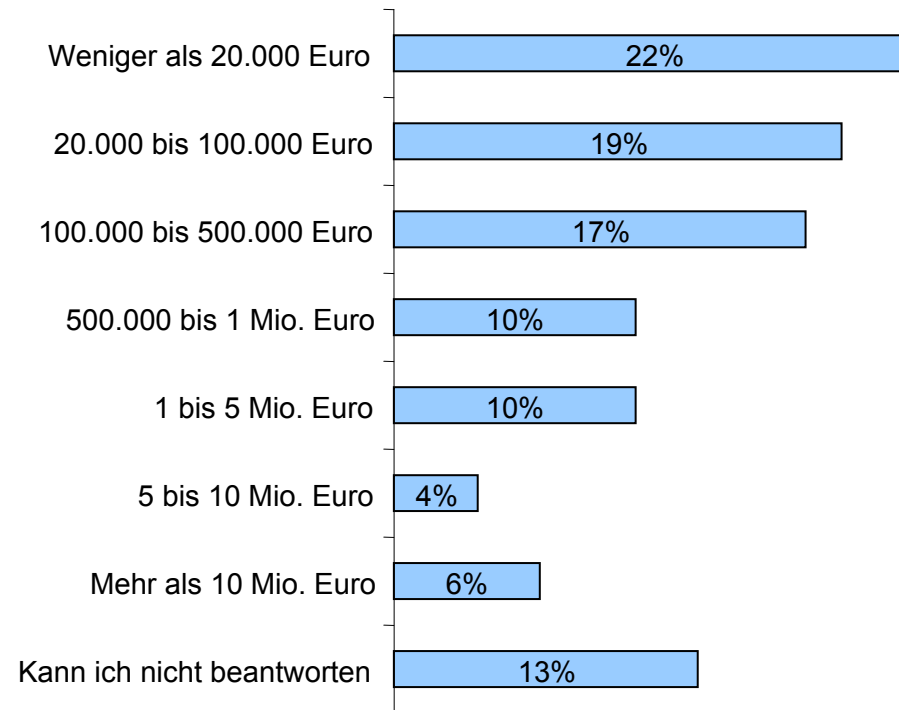
- Das E-Payment-Barometer ist eine Umfrage von ibi research und des Wirtschaftsmagazins Der Handel, die im Auftrag von MasterCard vierteljährlich durchgeführt wird. Ziel der Umfrage ist es, Marktzahlen zu Trends und aktuellen Entwicklungen im E-Payment zu erheben.
- Die Befragung wird vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. (bvh) unterstützt.
- Im Folgenden sind die Ergebnisse des zweiten Befragungszyklus des Jahres 2010 zusammengefasst. Die Befragung war vom 29. September bis 31. Oktober 2010 über das Internet zugänglich.

Über die Teilnehmer

- Die Befragung wurde durch direkte Einladung von Teilnehmern, die dazu vorab ihr Einverständnis erklärt haben, über die Newsletter von ibi research an der Universität Regensburg und der Zeitschrift Der Handel sowie über redaktionelle Meldungen verschiedener Medien bekannt gemacht.
- Der Fragebogen wurde im Befragungszeitraum 283 mal aufgerufen.
- Nach Qualitätsprüfung der Antworten (ausreichende Anzahl beantworteter Fragen, angemessene Zeitdauer, Ausschluss mehrfacher Teilnehmer) flossen 198 Fragebögen in die Auswertung ein.
- Die Fußzeile gibt jeweils die Teilnehmerzahl („n“) je Frage an.

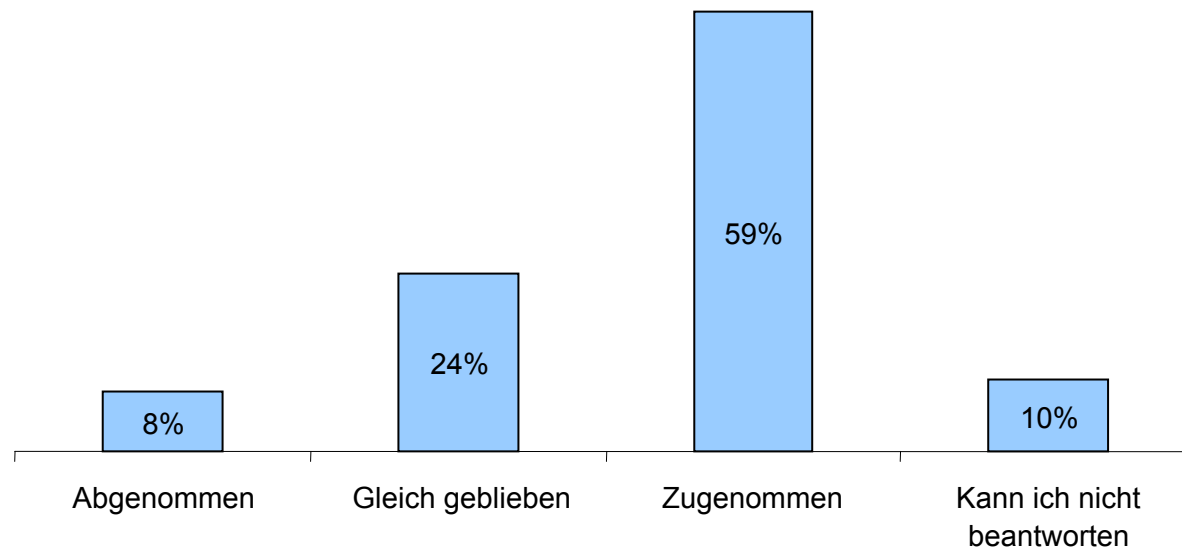
Der Umsatz im Webshop lag im letzten Jahr bei knapp einem Drittel der Händler über 500.000 Euro

Welcher Umsatz wurde im letzten Jahr über Ihren Webshop getätigt?



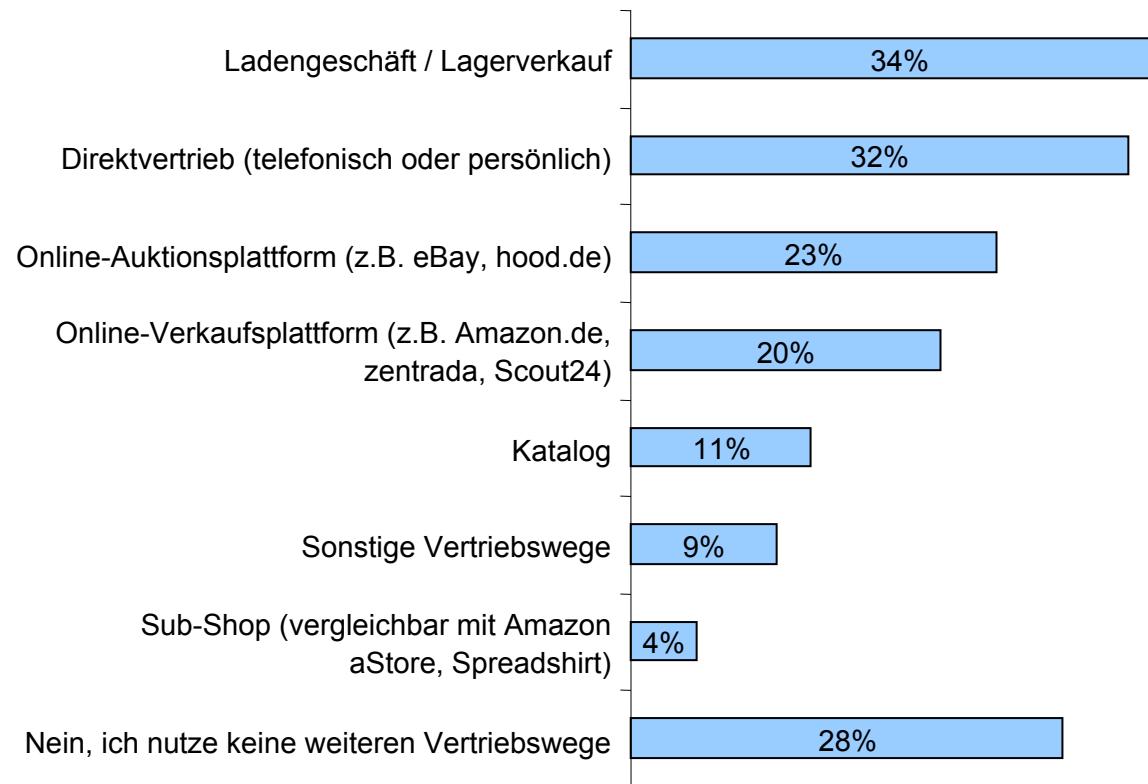
Bei drei von fünf Händlern hat der Umsatz in den letzten drei Monaten zugenommen

Wie haben sich die Umsätze in Ihrem Webshop in den letzten drei Monaten entwickelt?



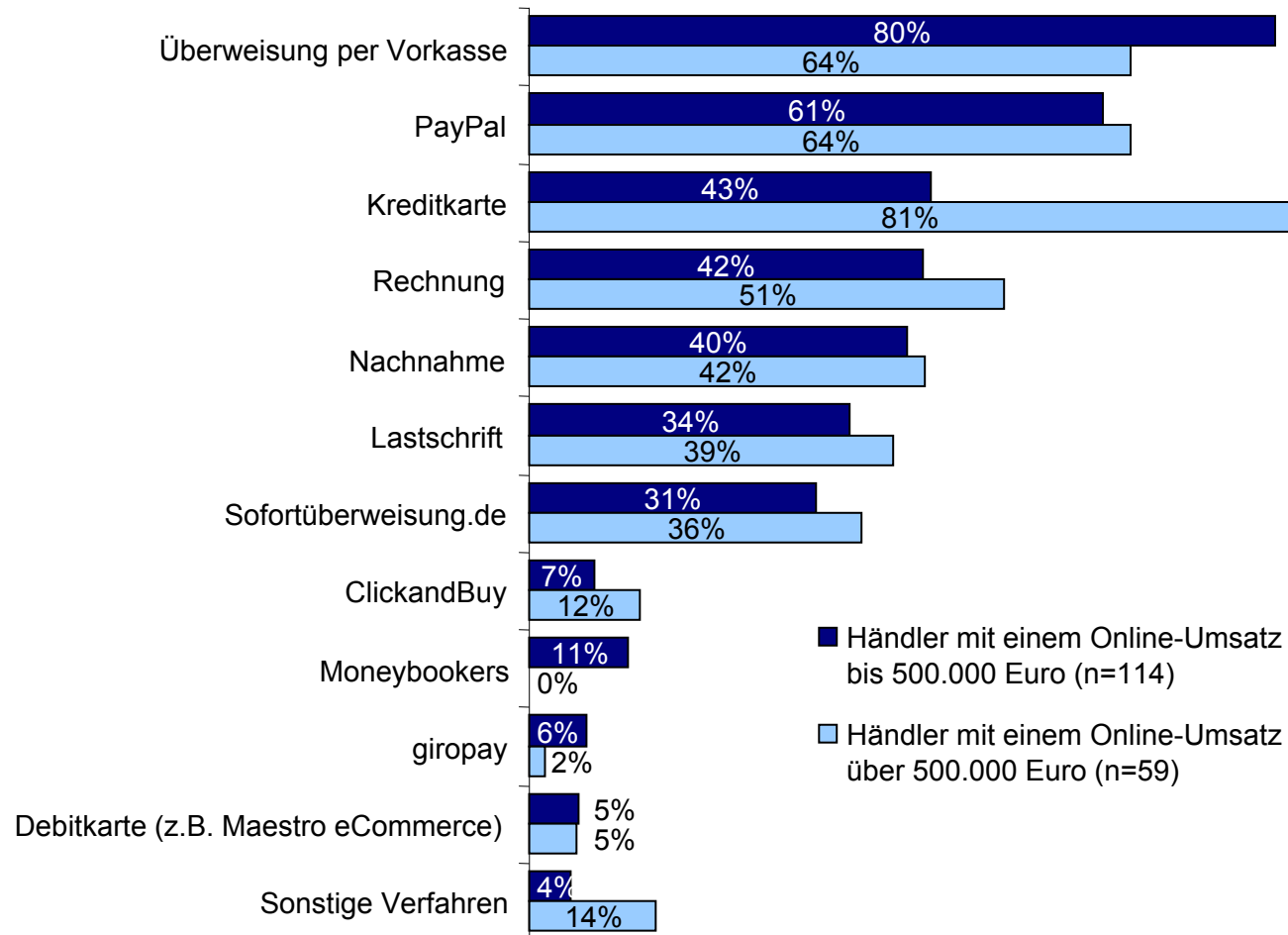
Ein Drittel der Online-Händler verkauft zusätzlich auch über ein stationäres Geschäft

Nutzen Sie neben dem Onlineshop noch weitere Vertriebswege?



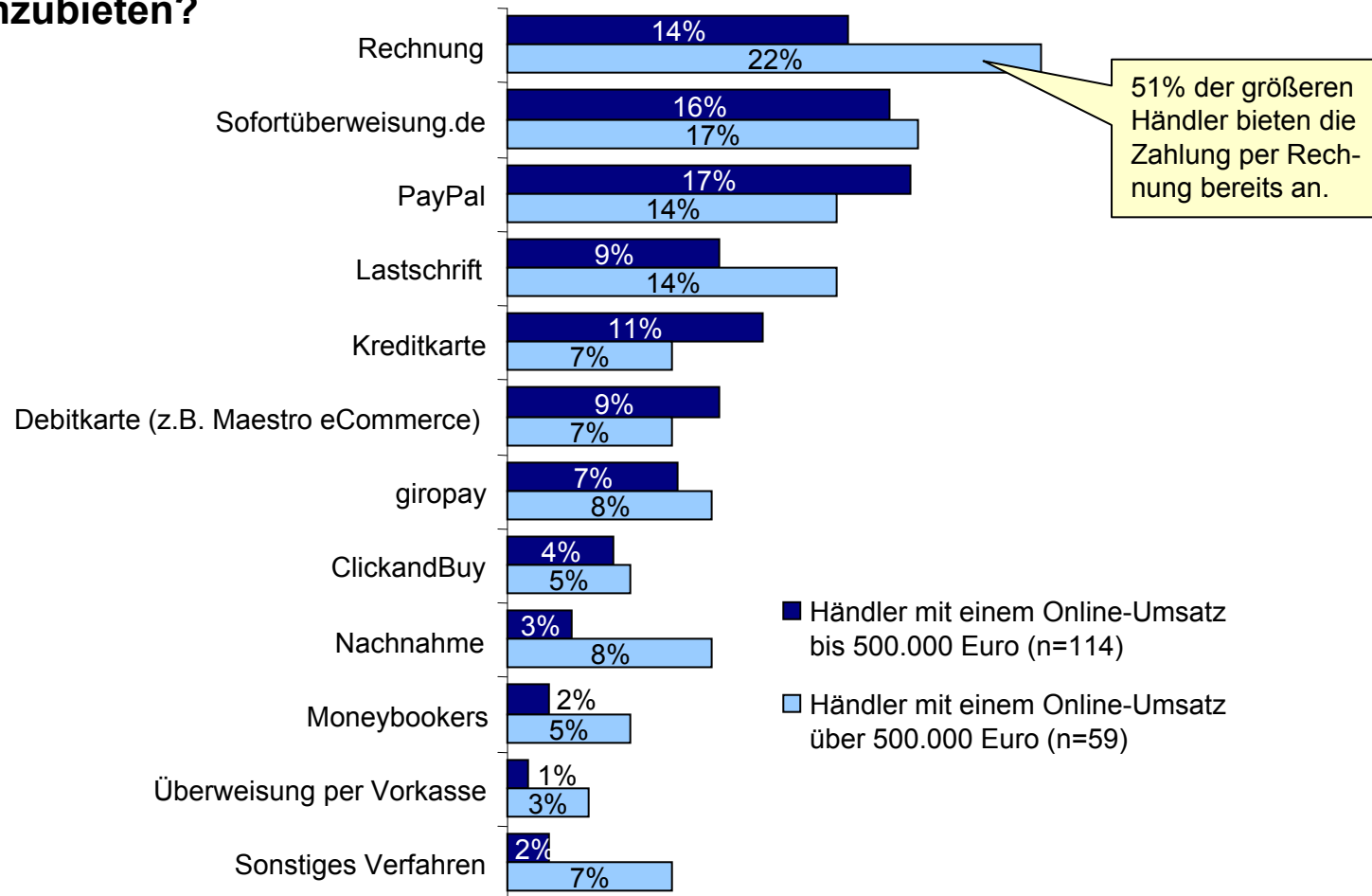
Vier von fünf größeren Händlern bieten die Zahlung per Kreditkarte an

Welche Zahlungsverfahren bieten Sie Ihren Kunden in Ihrem Webshop an?



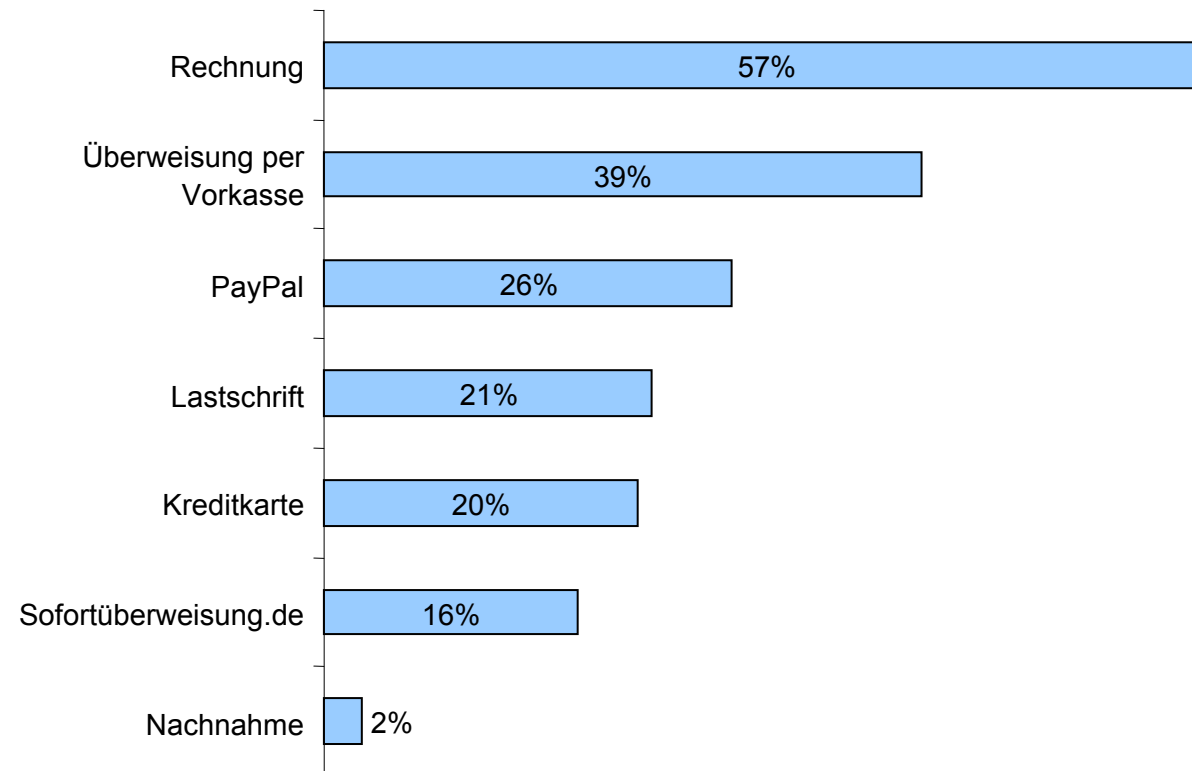
Mehr als jeder fünfte größere Händler möchte die Zahlung per Rechnung zukünftig anbieten

Welche Zahlungsverfahren planen Sie Ihren Kunden in Ihrem Webshop anzubieten?



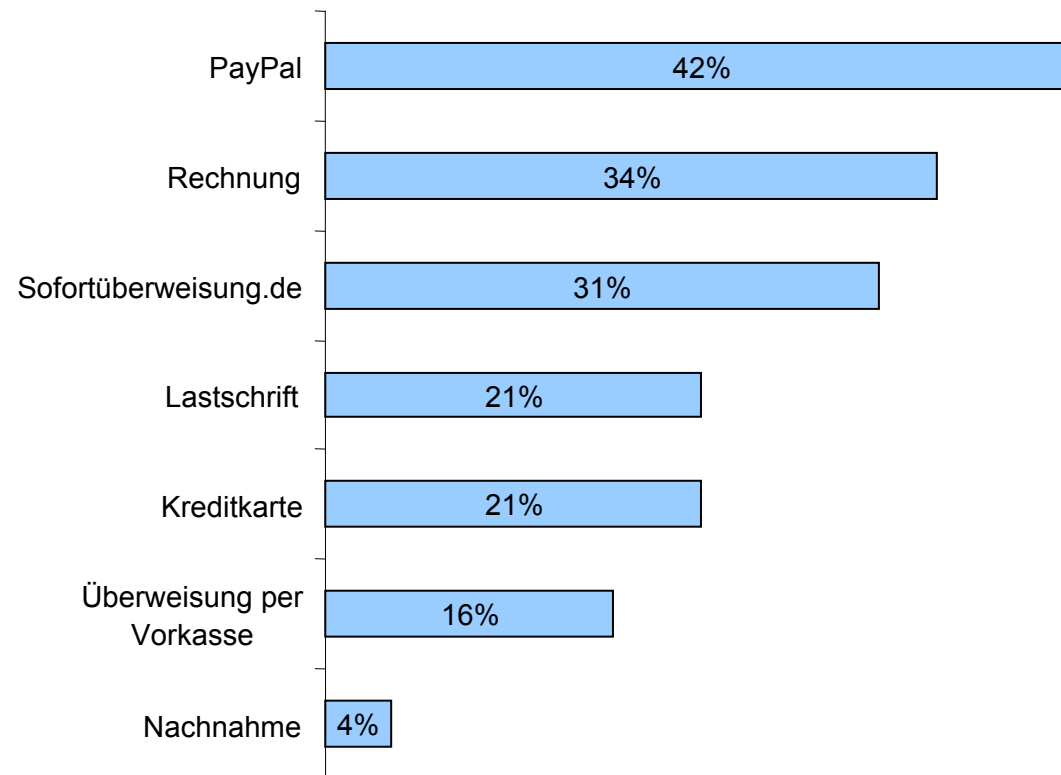
Bei über der Hälfte der Händler, die Zahlung per Rechnung anbieten, ist dies das meistgenutzte Verfahren

Welches dieser Zahlungsverfahren wird von Ihren Kunden am häufigsten genutzt? (bezogen auf die Händler, die das jeweilige Verfahren anbieten)



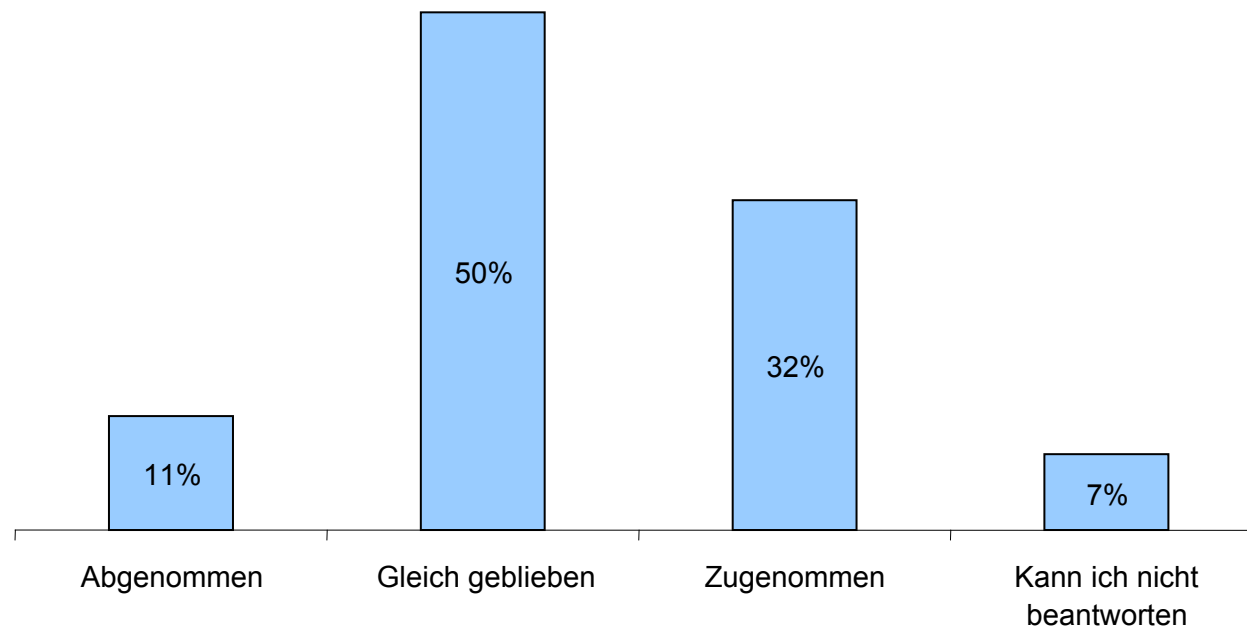
Bei zwei von fünf Händlern, die PayPal anbieten, sind die Transaktionen dort am stärksten angestiegen

Bei welchem Zahlungsverfahren ist die Anzahl der Transaktionen in den letzten drei Monaten prozentual am stärksten angestiegen? (bezogen auf die Händler, die das jeweilige Verfahren anbieten)



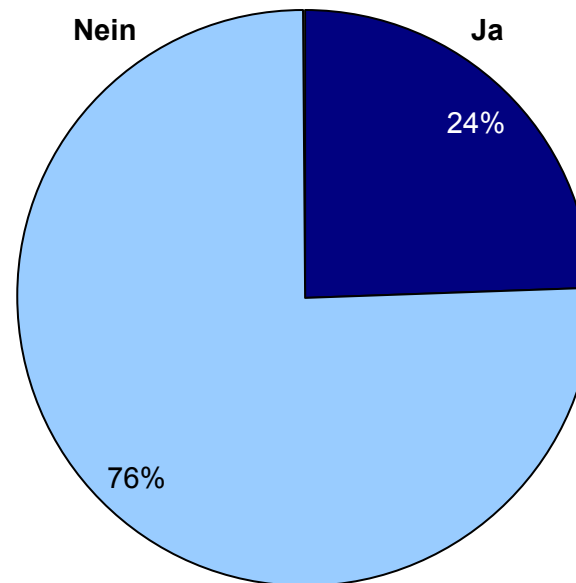
Der Anteil der mit Kredit- oder Debitkarte bezahlten Umsätze hat bei jedem dritten Händler zugenommen

Wie hat sich der Anteil der mit Kreditkarte und / oder Debitkarte bezahlten Bestellungen in den letzten drei Monaten entwickelt?



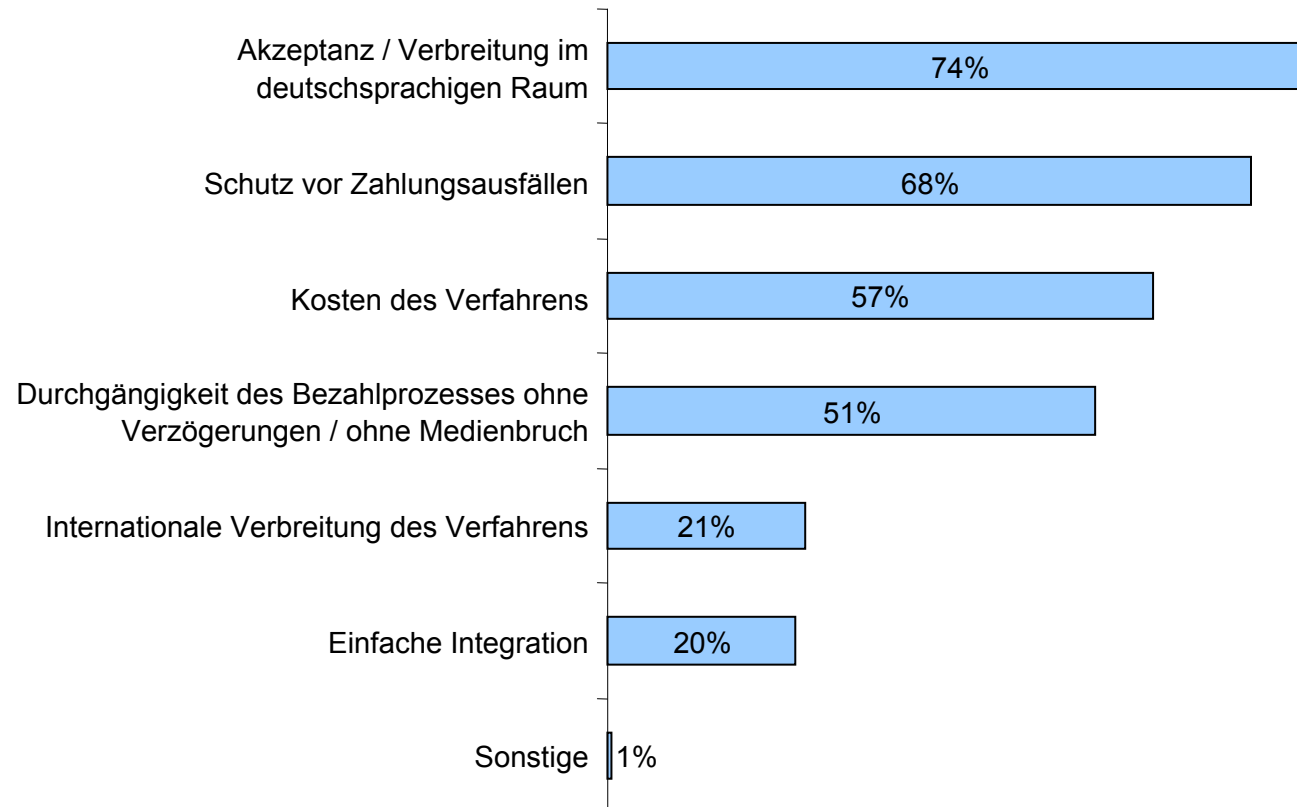
Maestro eCommerce war drei Viertel der Händler noch nicht bekannt

Haben Sie davon gehört, dass mit Maestro eCommerce jetzt auch Maestro-Karten (Debitkarten) zum Einkauf im Internet eingesetzt werden können?



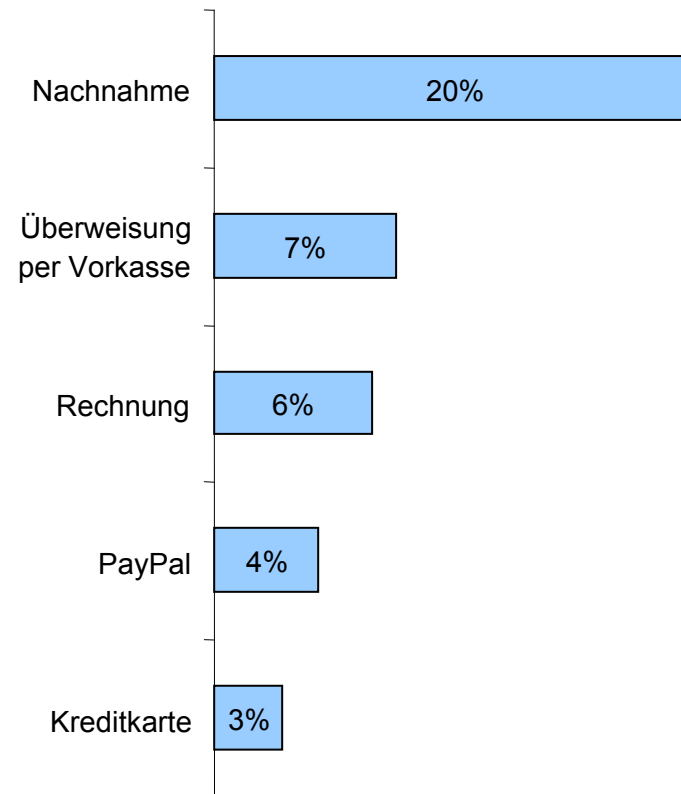
Die Akzeptanz bei den Kunden und der Schutz vor Zahlungsausfällen sind den Händlern am wichtigsten

Was sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Anforderungen an ein Zahlverfahren?



Lediglich 3% der Online-Händler, die Kreditkarten einsetzen, wollen diese wieder abschaffen

Welches Zahlungsverfahren wollen Sie eventuell wieder abschaffen?
(bezogen auf die Händler, die das jeweilige Verfahren anbieten)



Impressum

E-Payment-Barometer (Dezember 2010)

ISBN 978-3-940416-28-5

ibi research an der Universität Regensburg
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: +49 941 943-1901
Telefax: +49 941 943-1888
E-Mail: info@ibi.de
Web: www.ibi.de

Alle Rechte vorbehalten

© 2010 ibi research an der Universität Regensburg
© Titelfoto: istockphoto.com

Bitte beachten Sie auch die rechtlichen Hinweise im Disclaimer.

Über ibi research

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozess-Management. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

Seit Januar 2009 ist ibi research Träger des E-Commerce-Kompetenzzentrums Ostbayern im Rahmen des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG).

Über MasterCard

MasterCard Worldwide gehört zu den weltweit führenden Anbietern von Zahlungsverkehrsdienstleistungen und trägt dazu bei, den Alltag einfacher und effizienter zu gestalten. Als Franchisegeber, Prozessor und Berater im Zahlungsverkehr macht MasterCard als entscheidende Schnittstelle zwischen Banken, Regierungen, Unternehmen, Händlern und Karteninhabern überall auf der Welt den Handel erst möglich.

Allein 2009 wurde mit MasterCard-Produkten ein globaler Bruttoumsatz von 2,5 Billionen US-Dollar getätigt. Jährlich werden 22 Milliarden Transaktionen über das MasterCard Worldwide Network, das schnellste Zahlungsabwicklungssystem der Welt, ausgeführt. MasterCard kann dadurch 140 Millionen Transaktionen pro Stunde bearbeiten – mit einer durchschnittlichen Reaktionszeit von 140 ms und einer 99,99%-igen Zuverlässigkeit.

Mit der MasterCard-Produktfamilie, zu der MasterCard®, Maestro® und Cirrus® gehören, den Kernprodukten Kredit-, Debit- und Prepaidkarten sowie innovativen Plattformen und Funktionen, wie beispielsweise das kontaktlos-Zahlsystem MasterCard PayPass™ oder MasterCard inControl™, fördert MasterCard den weltweiten Handel. Das Unternehmen arbeitet mit Kunden, Regierungen und Unternehmen in über 210 Ländern und Regionen zusammen. Weitere Informationen finden Sie auf www.mastercard.com. Folgen Sie uns auf Twitter: @mastercardnews

Über Der Handel

Das Wirtschaftsmagazin "Der Handel" erscheint monatlich in einer Auflage von rund 95.000 Exemplaren und berichtet umfassend und aktuell über politische und wirtschaftliche Themen aus der Handelsbranche. Seiner überwiegend mittelständisch geprägten Leserschaft dient "Der Handel" darüber hinaus als praxisnaher Ratgeber zu den Geschäftsbereichen IT, Finanzen, Fuhrpark und Personal. In jeder Ausgabe vermittelt das Magazin detailliertes Hintergrundwissen zu besonderen Schwerpunktthemen - vom Absatzmarketing über Ladenbau bis hin zur finanziellen Absicherung des Unternehmens. "Der Handel" wird herausgegeben vom Deutschen Fachverlag (Frankfurt am Main).

Disclaimer

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt und Eigentum der ibi research an der Universität Regensburg (im Folgenden: ibi research). Verwertungen sind unter Angabe der Quelle „E-Payment-Barometer (www.ibi.de)“ zulässig.

ibi research hat sich bemüht, richtige und vollständige Informationen zur Verfügung zu stellen. Alle Angaben wurden nach bestem Wissen und mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt und überprüft. Dennoch übernimmt ibi research keine Garantie oder Haftung für die Fehlerfreiheit, Genauigkeit, Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen, Texte, Grafiken, Links und sonstigen in dieser Publikation enthaltenen Elemente. Durch die Rundung einiger Umfragewerte kommt es vereinzelt zu von 100% abweichenden Gesamtsummen.

Diese Publikation wird ohne jegliche Gewähr, weder ausdrücklich noch stillschweigend, bereitgestellt. Dies gilt u. a., aber nicht ausschließlich, hinsichtlich der Gewährleistung der Marktgängigkeit und der Eignung für einen bestimmten Zweck sowie für die Gewährleistung der Nichtverletzung geltenden Rechts.

Die Informationen Dritter, auf die Sie möglicherweise über die in diesem Material enthaltenen Internet-Links und sonstige Quellenangaben zugreifen, unterliegen nicht dem Einfluss von ibi research. ibi research unterstützt nicht die Nutzung von Internet-Seiten Dritter und Quellen Dritter und gibt keinerlei Gewährleistungen oder Zusagen über Internet-Seiten Dritter oder Quellen Dritter ab.

Haftungsansprüche gegen ibi research, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen. Dies gilt u. a. und uneingeschränkt für konkrete, besondere und mittelbare Schäden oder Folgeschäden, die aus der Nutzung dieser Materialien entstehen können, sofern seitens ibi research kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Warenbezeichnungen, Handelsnamen und dergleichen in diesem Werk enthaltenen Namen berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen und Marken im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann genutzt werden dürften. Vielmehr handelt es sich häufig um gesetzlich geschützte, eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind. Alle zitierten Marken-, Produkt- und Firmennamen sind das Alleineigentum der jeweiligen Besitzer.

Die Verwendung der Kontaktdaten des Impressums zur gewerblichen Werbung ist ausdrücklich nicht erwünscht, es sei denn, der Anbieter hatte zuvor seine schriftliche Einwilligung erteilt oder es besteht bereits eine Geschäftsbeziehung. Die Autoren und alle in diesem Dokument genannten Personen widersprechen hiermit jeder kommerziellen Verwendung und Weitergabe ihrer Daten.