

Universität Karlsruhe
Institut für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung
Sektion Geld und Währung
Prof. Dr. Karl-Heinz Ketterer

Internet Zahlungssysteme aus Sicht des Konsumenten

-

Ergebnisse der Online-Umfrage IZV5

Kay Leibold

Gliederung

- Einführung
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Fazit

Einführung (1)

- Das Angebot von Bezahlssystemen ist sprunghaft angestiegen
- Neue Bezahlssysteme wurden am Markt eingeführt, andere hingegen vom Markt genommen
- Viele Faktoren beeinflussen die Diffusion von Bezahlprodukten
 - Regulationsbehörden (Gesetzgeber, ZKA, etc.)
 - Angebotsseite (Banken, Systemanbieter, etc.)
 - Nachfrageseite (Händler, **Verbraucher**)
- Welche Faktoren beeinflussen die Verbraucher
 - Online-Umfrage -Serie: **Internet-Zahlungssysteme** aus Sicht der **Verbraucher**

Einführung (2)

Internet-Zahlungssysteme aus Sicht der Verbraucher (IZV)

- Entwicklung der Teilnehmerzahlen
- | | | |
|---------|--------|--------|
| 1998+99 | IZV1+2 | 1.498 |
| 1999/00 | IZV3 | 3.004 |
| 2000/01 | IZV4 | 7.139 |
| 2001/02 | IZV5 | 11.142 |
- Repräsentativität der Umfrage

Die Fragebogenstruktur

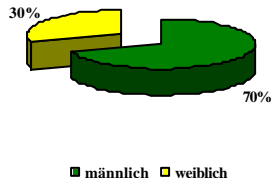
- **Dynamischer Aufbau (Einkauf digitaler/physischer Güter ja/nein)**
- **In der Summe 15 verschiedene Frageblöcke:**
 - **10 bzw. 11 einzelne Frageblöcke**
(Demographische Daten, Internetnutzung, Online-Einkäufe etc.)
 - **Selektionskriterien, um Antwortzeiten erträglich zu halten**
-> 2 aus 5 Frageblöcken zu Einzelsystemen werden für den Nutzer vorgegeben
(Mobiltelefon, Scratchkarten, Smartcards, Billing, Inkasso)

Gliederung

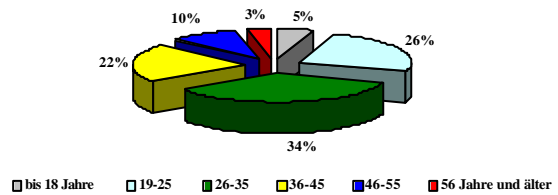
- **Einführung**
- **Teilnehmer**
- **Ergebnisse**
- **Fazit**

Teilnehmer (1)

Geschlecht



Altersstruktur



Teilnehmer (2)

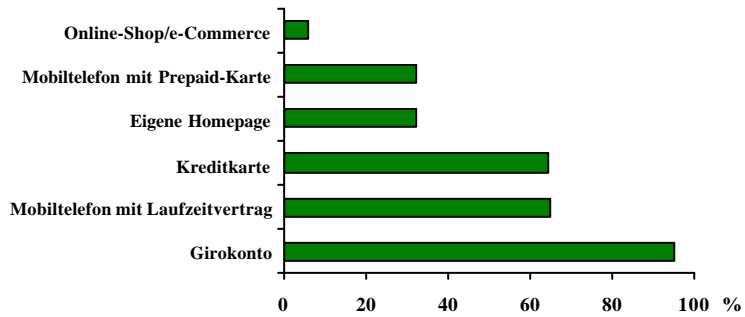
„Höchster“ erreichter Bildungsabschluss

▪ Volks- / Hauptschule	(4,3%)
▪ Mittlere Reife	(10,9%)
▪ Abgeschlossene Berufsausbildung	(16,6%)
▪ Abitur	(32,9%)
▪ Studium	(32,1%)

Berufstätigkeit

▪ Angestellte	(42,8%)
▪ Student	(21,2%)
▪ Selbständig	(7,7%)
▪ Beamte	(5,8%)
▪ Schüler	(5,4%)

Haben Sie ein(e)(n)....?



- hohe technische Kompetenz der Teilnehmer
- ca. 80% der Teilnehmer sind täglich bzw. täglich mehrere Stunden online

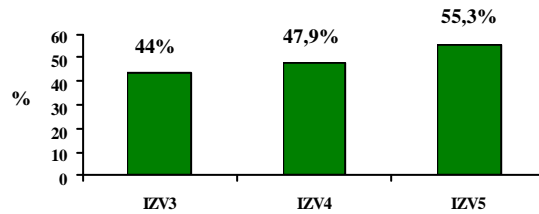
Mehrfachnennungen möglich

Gliederung

- Einführung
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Fazit

Ergebnisse (1)

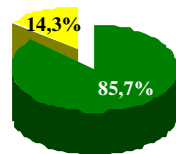
Online-Shopping: Tendenz bei IZV-Teilnehmern steigend



Ergebnisse (2)

Haben Sie im Internet schon

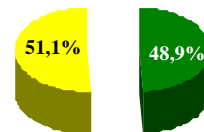
physische Güter



gekauft?



digitale Güter



▪ 95% der Teilnehmer kaufen überwiegend im Inland

Ergebnisse (3)

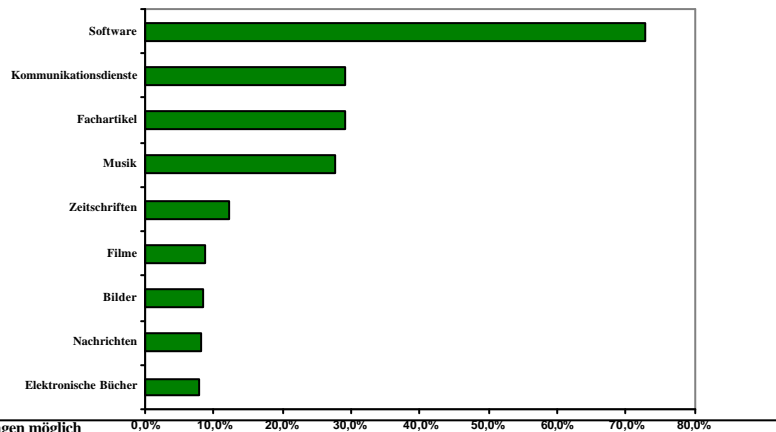
Barrieren für den Online-Einkauf physischer Güter

Kosten:	▪ Ware nicht billiger als sonst	(32,6%)
	▪ hohe Zusatzkosten (Versandkosten, etc.)	(33,1%)
Vorteile konventioneller Geschäfte:	▪ Ware nicht sehen/prüfen	(58,0%)
	▪ genügend Angebote im realen Geschäft	(39,9%)
	▪ fehlende Beratung/Service	(37,0%)
	▪ schwierige Reklamation	(35,1%)
Sicherheit und Datenschutz:	▪ Angst vor Missbrauch persönlicher Daten	(40,9%)
	▪ mangelndes Vertrauen in Online-Shops	(38,3%)

Mehrfachnennungen möglich

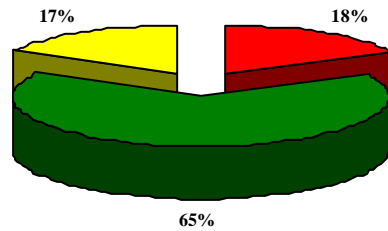
Ergebnisse (4)

Welche digitalen Güter haben Sie bereits eingekauft?



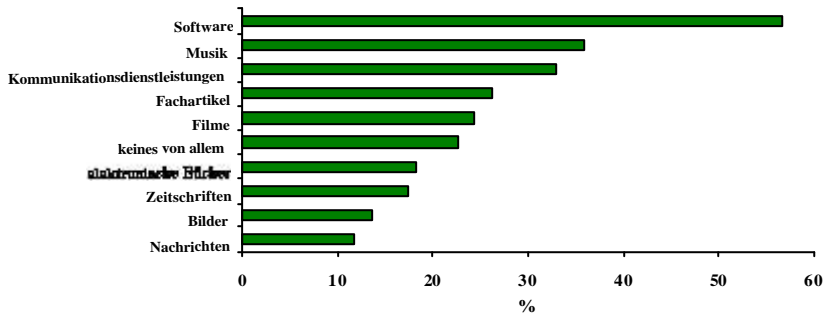
Mehrfachnennungen möglich

Zahlungsbereitschaft für digitale Güter?



- Bereitschaft angemessenen Preis zu bezahlen
- Versuch, Gut woanders kostenlos zu erhalten
- Verzicht, wenn Gut nicht kostenlos erhältlich

Prinzipielle Zahlungsbereitschaft für welche digitalen Güter?



Mehrfachnennungen möglich

Ergebnisse (7)

Barrieren für den Online-Einkauf digitaler Güter

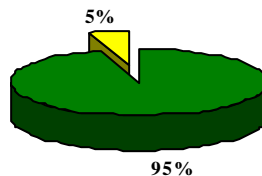
Vorteile konventioneller Geschäfte:	▪ möchte digitale Güter in physischer Form erwerben	(35,5%)
	▪ genügend Angebote im realen Geschäft	(33,5%)
	▪ Ware nicht sehen/prüfen	(34,8%)
	▪ fehlende Beratung/Service	(29,3%)
	▪ schwierige Reklamation	(20,8%)

Downloadzeit: ▪ Download des Gutes dauert zu lange (34,7%)

Mehrfachnennungen möglich

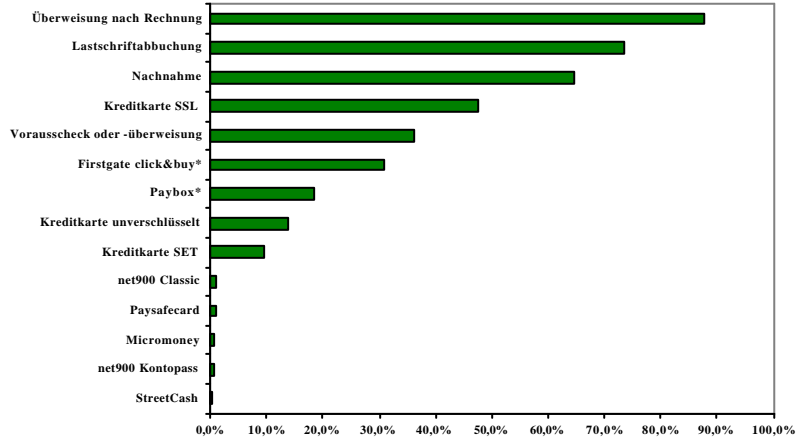
Ergebnisse (8)

Würden Sie noch einmal digitale Güter einkaufen?



■ ja ■ nein

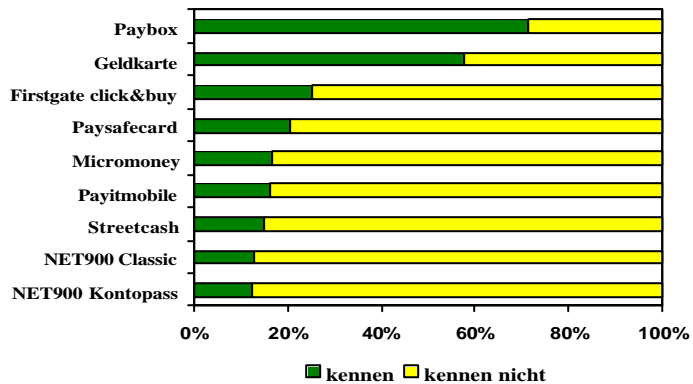
Wie haben Sie Ihre Einkäufe im Internet bereits bezahlt? **Ergebnisse (9)**



Mehrfachnennungen möglich *Paybox und Firstgate hatten auf Ihrer Homepage und per Newsletter mit viel Erfolg auf IZV aufmerksam gemacht!

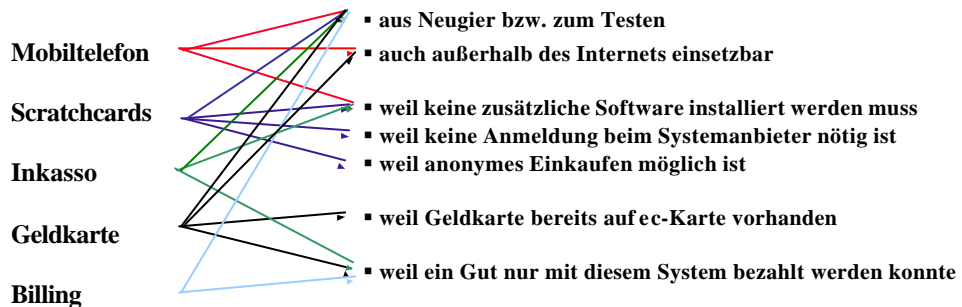
Ergebnisse (10)

Bekanntheitsgrad der Online-Zahlungssysteme



Ergebnisse (11)

Gründe für den bereits erfolgten Einsatz von Online-Zahlungssystemen



Ergebnisse (12)

Zufriedenheit mit den Eigenschaften der bereits eingesetzten Online-Zahlungssysteme bis auf:

Bei allen:

- Anzahl der Shops (Verbreitung)
- Rückzahlung falsch abgebuchter Beträge

Systemspezifisch:

- Budgetkontrolle (mittels Mobiltelefon, Inkasso, Billing)
- Intransparenz (Billing)
- Kaufpreis/Erwerb eines Kartenlesegeräts (Geldkarte)

Ergebnisse (13)

Wenn Sie bisher noch kein Online-System eingesetzt haben,
warum auch nicht in Zukunft?

Bei allen:

- Erscheint mir zu unsicher
- Zahle schon mit einem anderen Zahlungsverfahren
- Vertraue technischen Hintergründe nicht

Systemspezifisch:

- Verfahren zu intransparent
- Möchte keine Einzugermächtigung erteilen
- Keine Budgetkontrolle
- Möchte nicht in Vorlage treten
- Erwerb der Karte zu aufwendig

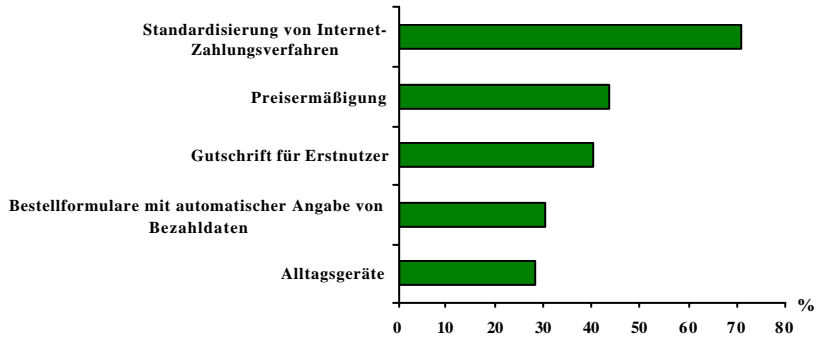
Ergebnisse (14)

Entscheidende Kriterien für die Auswahl eines Zahlungssystems

▪ Benutzerfreundlichkeit des Zahlungssystems	(66,5%)
▪ Verbreitung des Zahlungssystems	(60,9%)
▪ geringer Aufwand für die Installation/ Zahlungsabwicklung	(50,4%)
▪ Geringe Transaktionsgebühren	(40,2%)
▪ Verwendung der Bezahlmethode auch außerhalb des Internet	(29,8%)

Mehrfachnennungen möglich

Wie kann das Bezahlen im Internet attraktiver werden?



Mehrfachnennungen möglich

Gliederung

- Einführung
- Teilnehmer
- Ergebnisse
- Fazit

Fazit (1)

- **Die Konsumenten sind zunehmend bereit, online einzukaufen**
- **Für digitale Güter gibt es eine Bereitschaft, zu zahlen**
- **Diese Bereitschaft wird den Internet-Bezahlsystemen und den Anbietern digitaler Güter in nächster Zeit Auftrieb geben**

Fazit (2)

- **Eine Koexistenz verschiedener Systeme scheint für den Konsumenten vorstellbar, allerdings nur, wenn die Systeme auch in der Breite verfügbar sind**
- **Ein einheitlicher Standard würde für 70% der Teilnehmer das Bezahlen im Internet attraktiver machen**
- **Die Möglichkeit, ein System auch außerhalb des Internet nutzen zu können, halten über die Hälfte der Befragten für entscheidend bei der Wahl ihres Bezahlverfahrens**
- **Aus den vorliegenden Daten wäre es gewagt, einzelnen Systemen eine Zukunft und anderen keine vorauszusagen**

Ende

Universität Karlsruhe
Institut für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung
Sektion Geld und Währung
Prof. Dr. Karl-Heinz Ketterer

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kay Leibold
leibold@iww.uni-karlsruhe.de

