

Zahlarten-Dominanz der Elektronischen Lastschrift vor dem Ende

22.07.2008, 13:56 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Pago eTransaction Services*

Laut Pago Report 2008 sinkt die Beliebtheit der traditionellen Zahlart im deutschen E-Commerce weiter zu Gunsten der Kreditkarte

Köln, 22. Juli 2008 – Im deutschen E-Commerce steht die Dominanz der Elektronischen Lastschrift als führende Zahlart vor dem Ende. Die Kreditkarte gewinnt zunehmend an Bedeutung. Bereits über 36 Prozent aller Online-Geschäfte bezahlen deutsche Konsumenten inzwischen per Kreditkarte, die an der Vorherrschaft der Lastschrift kratzt. Hoch im Kurs steht diese traditionelle Zahlart noch bei deutschen Frauen, die nach wie vor den Großteil ihrer Online-Einkäufe per Elektronischer Lastschrift (ELV) begleichen, während sich bei Männern ihr Anteil mit dem der Kreditkarte bereits die Waage hält. Zudem haben sich neuere Zahlarten wie giropay vom Start weg etabliert. Das ist nur eines der Ergebnisse des neuen Pago Reports 2008. Diese Studie hat der internationale Acquirer & Payment Service Provider Pago inzwischen zum siebten Mal in Folge aufgelegt. Unter dem Titel „Trends im Kauf- und Zahlverhalten des E-Commerce auf Basis realer Transaktionen“ beleuchtet der Pago Report 2008 in zahlreichen Auswertungen Entwicklungen beim Kauf- und Zahlverhalten, beim Zahlungsausfallrisiko sowie Tendenzen in bedeutenden E-Commerce-Branchen. Mehr Infos finden sich im Internet unter www.ecommerce-report.de.

Datengrundlage des Pago Reports 2008 ist eine Auswahl von rund dreißig Millionen Kaufvorgängen, die zwischen Oktober 2006 und September 2007 über die Pago-Plattform abgewickelt wurden. „Der Pago Report 2008 zeigt darüber hinaus, dass auch die neueren Zahlarten Maestro und giropay speziell in einzelnen Marktsegmenten schon gut angenommen werden“, sagt Dr. Markus Weber, Geschäftsführer Pago. So werden bereits über 4% aller Transaktionen im europäischen E-Commerce per Maestro abgewickelt, obwohl diese Zahlart bisher nur in wenigen Ländern das Begleichen einer Transaktion im Internet erlaubt. So auch in Großbritannien, wo Maestro bereits auf einen Anteil von 8,5% kommt. giropay hat sich in Deutschland rasch etabliert und erreicht 14,6%, das heißt, dass jede siebte Online-Transaktion deutscher Kunden schon auf diese Weise bezahlt wird. giropay basiert auf dem bewährten, vom Online-Banking bekannten PIN-/TAN-Verfahren und ist damit sowohl technisch als auch hinsichtlich datenschutzrechtlicher Vorgaben sicher. Besonders bei deutschen Männern erfreut sich die Zahlart großer Beliebtheit. So begleichen diese schon nahezu jede vierte Online-Transaktion mittels giropay (23,3%). Hier wird deutlich, dass allgemein höhere Aktivität im E-Commerce offener macht für neue Zahlarten. Denn mehr als 57% der Transaktionen im deutschen E-Commerce werden von Männern durchgeführt.

Kreditkarte dominiert den europäischen E-Commerce

Unterschiede im Zahlverhalten stellt der Pago Report 2008 auch bei den Herkunftsländern fest. Während deutsche Consumer zwei von drei Online-Käufen noch auf andere Weise als mit der Kreditkarte bezahlen, so kommt diese in Großbritannien, Rest-Europa und bei nichteuropäischen Kunden auf einen Anteil jenseits der 90%. Das ist auch eine wichtige Erkenntnis für Inhaber deutscher Online-Shops, die auf internationale Kunden abzielen. Hier werden sogar 99% der Käufe per Kreditkarte bezahlt.

Inwieweit sich das neue Lastschriftverfahren „SEPA Direct Debit Scheme“, kurz „SDD“, im Zuge der SEPA (Single Euro Payments Area) etablieren wird, wird die Zukunft zeigen. Allerdings erfordert das SEPA-Lastschriftverfahren einen einheitlichen europäischen Rechtsrahmen. Daher steht vor der europaweiten Einführung der SEPA-Lastschrift die Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht. Diese hat bis November 2009 zu erfolgen.

Zahlart beeinflusst Höhe des Warenkorbwertes

Die genutzte Zahlart im europäischen E-Commerce hat Einfluss auf die Höhe des Warenkorbwerts. So erzielen offline (per Rechnung, Vorkasse oder Nachnahme) beglichene Transaktionen mit durchschnittlich 44,23 Euro einen um über 40

Euro niedrigeren Warenkorbwert als bei der Zahlart Kreditkarte, die mit 85,89 Euro den Spitzenplatz einnimmt. Für deutsche wie die anderen europäischen Consumer ist die Warenkorbwertgruppe zwischen 10 und 100 Euro am attraktivsten. Das gilt für sämtliche Zahlarten. In diese Gruppe fallen Produkte wie Bücher oder CDs, die gerne online bestellt werden.

Vergleicht man die Kreditkartenbrands miteinander, so hinkt bei der Betrachtung der durchschnittlich erzielten Warenkorbwerte die insgesamt populärere Visa-Karte der Konkurrenz von MasterCard (82,83 Euro zu 91,69 Euro) in allen Shops hinterher. Auf die einzelnen Consumer-Länder herunter gebrochen zeigt sich, dass in Deutschland und Großbritannien ein einzelner Kauf per Kreditkarte sowohl bei Visa als auch bei MasterCard einen geringeren Warenkorbwert erzielt als noch ein Jahr zuvor. Sie unterschreiten allesamt die 100-Euro-Grenze. Nur in Rest-Europa stieg das Niveau nun jeweils an: Visa von 59,25 Euro auf 64,01 Euro sowie MasterCard von 79,85 Euro auf 82,29 Euro. Bei den Warenkorbwertgruppen macht die Preisspanne zwischen 10 und 100 Euro erwartungsgemäß bei beiden Kreditkartenbrands den weithin höchsten Anteil aus: Visa 70,3%, MasterCard 67,6%. In der Warenkorbwertgruppe zwischen 100 und 500 Euro jedoch liegt der MasterCard-Wert um zwei Prozent höher als bei Visa, ab 500 Euro immerhin noch um 0,4 %. Diese Zahlen gelten für alle europäischen Shops.

Online-Zahlverhalten in Berlin anders als der Bundestrend

Deutschland nimmt beim Zahlverhalten im europäischen E-Commerce weitgehend eine Sonderstellung ein. Was aber offenbart der Vergleich innerhalb der Bundesländer? In nahezu jedem Bundesland zahlen die meisten E-Commerce-Nutzer per ELV. Eine Ausnahme bildet lediglich Berlin, wo die Kreditkarte die Zahlart Nummer eins darstellt. Der Vorsprung auf Platz zwei der Zahlarten, die Kreditkarte, macht dabei – wie in Sachsen-Anhalt – bis zu 31,2% aus. In Hamburg liegen bei Online-Zahlungen ELV und Kreditkarte inzwischen nahezu gleichauf.

Ost-West-Gefälle bei giropay

Als junger Zahlart ist bei giropay ein deutliches Ost-West-Gefälle zu beobachten. Der giropay-Anteil liegt in Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Brandenburg sowie Mecklenburg-Vorpommern bei lediglich 10% bis 14,7%. In den alten Ländern dagegen bildet Bremen mit 12,9% das Schlusslicht, während in Hamburg schon 19,4% aller Kaufvorgänge per giropay bezahlt werden. Spiegelverkehrt sieht es bei den Offline-Zahlarten aus. Darauf vertrauen die Menschen in den neuen Bundesländern deutlich mehr als in den alten, in Mecklenburg-Vorpommern beispielsweise bei 10,2% aller Kaufvorgänge.

Das im E-Commerce – einwohnerbereinigt betrachtet – kaufaktivste Bundesland Berlin sieht die Kreditkarte als populärste Zahlart, dicht gefolgt von der Elektronischen Lastschrift. giropay macht hier schon einen Anteil von 18,5% aus, Offline-Zahlarten tendieren gegen null. Beim E-Commerce-Schlusslicht, Mecklenburg-Vorpommern, sieht es umgekehrt aus: ELV liegt 20 Prozentpunkte vor der Kreditkarte, giropay (10,8%) und Offline-Zahlarten (10,2%) kommen auf nahezu den gleichen Wert. Das bestätigt einmal mehr, dass höhere Aktivität im E-Commerce augenscheinlich einher geht mit einer größeren Offenheit gegenüber neueren Zahlarten.

Während bei allen Kaufvorgängen deutscher Consumer Visa vor MasterCard liegt, ticken die Bewohner in Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz, Hamburg und Baden-Württemberg ein wenig anders. Hier ist es umgekehrt. Auffällig ist, dass es sich dabei allesamt um alte Bundesländer handelt. In den neuen Ländern ist die Visa-Überlegenheit teilweise erdrückend. Ins Auge fällt in dem Zusammenhang, dass in aller Regel in nahezu sämtlichen Bundesländern, ob alt oder neu, mit MasterCard ein höherer Warenkorbwert erzielt wird (Ausnahme: Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern). Ein Zusammenhang zwischen der Höhe des Warenkorbwerts und der Kaufkraft dürfte damit nicht von der Hand zu weisen sein.

Der Pago Report 2008 kann ab sofort für 500 € (zzgl. MwSt.) im Pago-Shop (www.pago.de/shop) erworben werden. Mehr Infos finden sich im Internet unter www.ecommerce-report.de.

Hinweis: Medienvertreter können den Pago Report 2008 auf Anfrage kostenlos beziehen. Bitte nehmen Sie mit den unten genannten Personen Kontakt auf, wenn Sie den Report für Ihre Arbeit nutzen wollen.

Portrait

Über Pago eTransaction Services GmbH:

Pago eTransaction Services GmbH (Köln) ist ein internationaler Acquirer und Payment Service Provider und ermöglicht es seinen Kunden, Zahlungen für Waren und Dienstleistungen einfach, sicher und schnell auf elektronischem Weg zu erhalten. Durch die einzigartige Integration von Kartenakzeptanz und Zahlungsabwicklung öffnet Pago Handelsunternehmen unterschiedlicher Größe den Zugang zu allen international und national relevanten Zahlarten aus einer Hand. Zu den Zahlarten zählen die Kredit- und Debitkartensysteme Visa, MasterCard, Maestro, American Express, Diners Club, JCB, regional etablierte Direct-Debit-Verfahren sowie giropay. Zusätzlich zu den bewährten Payment und Risk Management Services bietet Pago wertvolle Business Administration Services an - wie Debitorenmanagement und weitere Leistungen, mit denen Online-Händler den Zahlungsverkehr besser kontrollieren und absichern können. Pago wurde 1999 gegründet und ist ein Unternehmen der Deutsche Bank AG und der BHS Verwaltungs AG, das seine Services direkt und über ein weltweit operierendes Partner-Netzwerk vertreibt. Zu den Mandanten zählen Unternehmen aus allen Branchen - vom Einzelhandel über die Telekommunikation bis zum Tourismus - die sowohl im E-Commerce als auch im stationären und im Versandhandel tätig sind. Zurzeit sind Pago-Lösungen in über 6.000 europäischen Online-Shops implementiert. Transaktionen von über 8000 Terminals werden über die Pago-Plattform abgewickelt. (Stand: Januar 2008)

Weitere Informationen finden Sie unter www.pago.de

News-ID: 228560 • Views: 1743 (Stand: 01.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/228560/Zahlarten-Dominanz-der-Elektronischen-Lastschrift-vor-dem-Ende.html>