



Internet-Zahlungssysteme aus Sicht der Verbraucher

Online-Umfrage IZV8

Universität Karlsruhe (TH)

Lehrstuhl Geld und Währung

Institut für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung

Dr. Malte Krüger

Kay Leibold

Dominik Smasal

Universität Karlsruhe (TH)
Institut für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung
Lehrstuhl Geld und Währung
Dr. Malte Krüger
Postfach 6980
D-76128 Karlsruhe
Deutschland
Tel.: +49 (0)721 608 3731
Fax: +49 (0)721 608 624
E-Mail: izh@iww.uni-karlsruhe.de
Web: www.iww.uni-karlsruhe.de

Diese Studie ist urheberrechtlich geschützt. Jegliche Vervielfältigung, auch auszugsweise, ist ausdrücklich untersagt, sofern nicht eine schriftliche Einwilligung des IWW, Lehrstuhl Dr. Malte Krüger der Universität Karlsruhe (TH) vorliegt. Auch die Wiedergabe von Tabellen, Graphiken, etc. in anderen Publikationen bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung.

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	6
2	Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	7
3	Ergebnisse	9
3.1	Gruppierung der Teilnehmer.....	9
3.2	Personendaten.....	10
3.3	Internetnutzung.....	14
3.4	Einkaufsverhalten im Internet.....	17
3.4.1	Erfahrungen mit Bezahlverfahren.....	18
3.4.2	Wie wird bezahlt?.....	19
3.4.3	Vergleich zwischen materiellen Gütern und digitalen Gütern.....	20
3.4.4	Zahlungsbereitschaft für materielle Güter.....	23
3.4.5	Zahlungsbereitschaft für digitale Güter.....	27
3.5	Einzelsysteme.....	31
3.5.1	Mobiltelefon.....	32
3.5.2	Inkasso-/Billingsysteme.....	34
3.5.3	Online-Banking.....	35
3.5.4	Kreditkarte.....	37
3.5.5	Vorausbezahlte Systeme.....	38
3.6	Erhöhung der Attraktivität von Bezahlssystemen im Internet.....	40
A	Anhang: Ergebnisse IZV8	43
B	Anhang: Aufbau der Umfrage IZV8	63
C	Anhang: Fragebogen IZV8	64
D	Anhang: Zahlungssysteme im Internet – eine Übersicht	87

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschlecht der Teilnehmer.....	10
Abbildung 2: Alter der Teilnehmer.....	11
Abbildung 3: Ausbildung der Teilnehmer.....	12
Abbildung 4: Jährliches Bruttoeinkommen der Teilnehmer.....	12
Abbildung 5: Geographische Herkunft der Teilnehmer von IZV8.....	13
Abbildung 6: Interneterfahrung der Teilnehmer.....	14
Abbildung 7: Seit wann nutzen Sie das Internet?.....	15
Abbildung 8: Wie nutzen Sie das Internet?.....	15
Abbildung 9: Anbindung an das Internet/Erfahrung.....	16
Abbildung 10: Wie oft sind Sie durchschnittlich online?.....	16
Abbildung 11: Wofür nutzen Sie das Internet am häufigsten?.....	17
Abbildung 12: Haben Sie im Zusammenhang mit dem Einkaufen im Internet schon einmal negative Erfahrung gemacht?.....	18
Abbildung 13: Haben Sie im Zusammenhang mit dem Bezahlen im Internet schon einmal negative Erfahrung gemacht?.....	18
Abbildung 14: Welche Zahlungsmethoden kennen Sie oder haben Sie schon beim Einkaufen oder Bestellen über das Internet benutzt?.....	19
Abbildung 15: Haben Sie schon materielle bzw. digitale Güter über das Internet gekauft?.....	20
Abbildung 16: Kauf von materiellen/digitalen Gütern und Erfahrung.....	21
Abbildung 17: Kauf von materiellen/digitalen Gütern im Vergleich Inland/Ausland	22
Abbildung 18: Kauf von Gütern im Vergleich Inland/Ausland und Erfahrung.....	22
Abbildung 19: Unterschiedliche Bezahlung digitaler und materieller Güter.....	23
Abbildung 20: Welche materiellen Güter haben Sie bereits über das Internet gekauft?.....	24
Abbildung 21: Kauf materieller Güter nach Geschlecht.....	25
Abbildung 22: Warum haben Sie noch nie materielle Güter über das Internet bestellt?.....	26
Abbildung 23: Könnten Sie sich vorstellen Waren über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme geeignet gelöst werden?.....	26
Abbildung 24: Angenommen, Sie haben im Internet ein digitales und kostenpflichtiges Gut gefunden, welches Sie interessiert. Wie handeln Sie?.....	27

Abbildung 25: Bereitschaft für digitale Güter zu bezahlen.....	28
Abbildung 26: Kauf von Musik bei Online-Musikdiensten.....	28
Abbildung 27: Welche Arten von digitalen Gütern haben Sie bereits über das Internet gekauft?.....	28
Abbildung 28: Kauf digitaler Güter nach Geschlecht.....	29
Abbildung 29: Warum haben Sie noch nie digitale Güter über das Internet gekauft?.....	30
Abbildung 30: Könnten Sie sich vorstellen digitale Güter über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme gelöst sind?.....	31
Abbildung 31: Seit wann benutzen Sie das jeweilige System?.....	32
Abbildung 32: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon zu zahlen?.....	33
Abbildung 33: Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon?.....	34
Abbildung 34: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing zu zahlen?.....	34
Abbildung 35: Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing?.....	35
Abbildung 36: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Online-Banking zu zahlen?.....	36
Abbildung 37: Wie beurteilen Sie Online-Banking?.....	36
Abbildung 38: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit der Kreditkarte online zu zahlen?.....	37
Abbildung 39: Wie beurteilen Sie die Kreditkarte online?.....	38
Abbildung 40: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit vorausbezahlten Systemen zu zahlen?.....	38
Abbildung 41: Wie beurteilen Sie die vorausbezahlte Systeme im Internet?.....	39
Abbildung 42: Vergleich der Einzelsysteme: Bis zu welchem Betrag würden Sie zahlen?.....	39
Abbildung 43: Was sollte getan werden, um das Bezahlen im Internet attraktiver zu machen?.....	40
Abbildung 44: Welchem Anbieter von Bezahlsystemen schenken Sie Ihr Vertrauen?.....	41
Abbildung 45: Fühlen Sie sich generell sicher, wenn Sie im Internet bezahlen?...	42

1 Vorwort

Die Umfrageserie „Internetzahlungssysteme aus Sicht der Verbraucher“ (IZV) ist mittlerweile zu einer festen Größe im deutschen Markt geworden. Sie wird seit 1998 jährlich vom Lehrstuhl Geld und Währung, Institut für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung, an der Universität Karlsruhe (TH) durchgeführt. Auch im achten Jahr stieg die Zahl der Teilnehmer weiter an – auf jetzt 15.342.

Dieser erneute, große Sprung an Teilnehmern ist neben deutlich ausgeweiteter Pressearbeit auch auf die Unterstützung der WEB.DE AG und der FIRSTGATE Internet AG zurückzuführen, die durch das Setzen von Bannern bzw. Links in Newslettern und Homepages auf die Umfrage hinwiesen. Unser aufrichtiger Dank gilt deshalb diesen beiden Firmen genauso wie den 15.342 Teilnehmern, die von August bis Oktober 2005 den Fragebogen ausfüllten.

Die Umfrageergebnisse bestätigen in vielen Bereichen die Ergebnisse der bisherigen Umfragen. Es gibt jedoch auch Neues zu vermelden. So tauchen erstmals in nennenswerten Größenordnungen Surfer auf, die über das Kabel-TV-Netz mit dem Internet verbunden sind. Im Vergleich zu anderen Ländern wie beispielsweise den U.S.A. spielt dieser Kanal jedoch weiterhin nur eine untergeordnete Rolle.

Besonders bemerkenswert ist auch die deutliche Zunahme des Anteils der Teilnehmer, die Musik digital erworben haben. Hier hat es fast eine Verdoppelung auf 50% gegeben. Dies mag all jenen Hoffnung geben, die im Bereich Internet Zahlungssysteme primär auf digitale Güter setzen.

Malte Krüger Kay Leibold Dominik Smasal

2 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

An der achten Online-Umfrage „Internetzahlungssysteme aus Sicht der Verbraucher“ haben 15.342 Personen teilgenommen. Überdurchschnittlich repräsentiert sind männliche Teilnehmer (72%), die Altersgruppe zwischen 26 und 35 Jahren (29%), Teilnehmer mit relativ hoher Bildung (37% mit Hochschulabschluss) sowie Internetnutzer, die sich selbst als relativ erfahren einschätzen (93%), die seit mehr als drei Jahren online sind (88%) und die täglich online sind (90%).

Im Vergleich zu den vorangegangenen Umfragen stieg der Anteil der privaten Breitbandanschlüsse (DSL+ADSL) auf 69,6% an. Dieser Wert lag vor einem Jahr noch bei 58,6%. Über das LAN des Unternehmens bzw. der Universität gehen 12,2% online. Mit 3% gibt es erstmals auch einen nennenswerten Prozentsatz von Teilnehmern, die über ihren Kabel-TV Anschluß online gehen. Im internationalen Vergleich ist dieser Prozentsatz aber immer noch verschwindend gering.

Das Netz dient in erster Linie als Quelle für Informationen. 91% der Teilnehmer benutzen das Internet häufig bis immer hierfür. Der Stellenwert als Unterhaltungsmedium (60%) hat im Vergleich zum Vorjahr (42%) deutlich zugenommen. Ungebrochen ist auch der Trend zum Online-Shopping (von 62% auf 71%). Während Online-Banking weiterhin beliebt ist und seinen Anteil (77%) hielt, gingen die Online-Auktionen als Anlass im Netz unterwegs zu sein leicht, um zwei Prozentpunkte, auf nun 46% zurück.

97% der Teilnehmer haben bereits materielle Güter online gekauft, digitale Güter wurden von 65% gekauft. Die Bereitschaft, für ausgewählte digitale Güter und Dienstleistungen zu zahlen, ist erneut gestiegen. Besonders sehr erfahrene Teilnehmer zahlen bereitwilliger für digitale Inhalte (87%).

Erfahrene Teilnehmer kaufen eher im Ausland ein als unerfahrene. Dies gilt sowohl für digitale als auch für materielle Güter. Über 90% der Güter und Dienstleistungen werden aber, mit leicht gestiegener Tendenz, im Inland bezogen.

Vom Netz heruntergeladen wurde in erster Linie Software (70%). Beim Kauf digitaler Güter gab es im Vergleich zu IZV7 eine deutliche Änderung: der Anteil der Teilnehmer, die Musik digital erworben haben, hat sich nahezu verdoppelt und liegt jetzt bei 50%. Online-Musikdienste haben sich im Jahr 2005 endgültig durchgesetzt. Ebenfalls verdoppelt hat sich - allerdings ausgehend von einer niedrigeren Basis - der Bereich Glücksspiele/Wetten (von 8% auf 17%). Relativ unbedeutend bleibt der Bereich Erotik (6,4%). Gleiches gilt für die Kontaktanzeigen (4,3%) / Kontaktbörsen (4,2%).

Bei der Bezahlung digitaler Güter dominiert die Kreditkarte vor den Inkasso-/Billing-Verfahren, während die Teilnehmer bei materiellen Gütern am häufigsten die bankbasierten Verfahren (Überweisung und Lastschrift), die Kreditkarte oder die Nachnahme benutzen. Das durchschnittlich niedrigere Preissegment der digitalen Güter (Musik, Nachrichten, Zeitungsartikel) und die Möglichkeit die digitalen Güter „Zug um Zug“ erwerben zu können, scheint die vorausbezahlten Bezahlssysteme und Inkasso-/Billing-Verfahren zu begünstigen. Bei höheren Beträgen dominieren die Systeme Online-Banking und die Kreditkarte.

Die Kreditkarte wird von den Teilnehmern als einfach, mobil und gut einsetzbar beurteilt. Online-Banking wird ebenfalls als besonders einfach und zukunftssträftig angesehen. Oft werden Bezahlssysteme genutzt, weil sie bereits bekannt sind und im jeweiligen Online-Shop angeboten werden, so dass kein Bedarf besteht, das System zu wechseln.

Negative Erfahrungen beim Einkaufen im Internet haben 26% der Teilnehmer gemacht. Demgegenüber haben „nur“ 8% negative Erfahrungen mit dem reinen Bezahlvorgang bejahen können. Es ist auffallend, dass die Probleme hier weitaus geringer ausfallen als beim Einkaufsvorgang. Beide Zahlen sind erfreulicherweise rückläufig.

Deutlich wurde das Problem der gefühlten Sicherheit beim Bezahlen im Internet. Haben nahezu alle Teilnehmer bereits materielle Güter im Netz eingekauft, so fühlen sich nur 61% der Teilnehmer generell sicher, wenn sie online einkaufen. Dieser Prozentsatz fällt bei den weniger erfahrenen Teilnehmern auf 31%. Hier besteht für die Zahlungsanbieter noch eine Aufgabe, Vertrauen zu schaffen.

3 Ergebnisse

3.1 Gruppierung der Teilnehmer

Die Teilnehmer werden nach verschiedenen Merkmalen getrennt betrachtet. Die Hauptmerkmale sind zum einen die vom Teilnehmer selbst angegebene Erfahrung mit dem Internet und zum anderen die „Herkunft“ - der Weg, auf dem der Teilnehmer auf die Umfrage geleitet wurde. Wie bei den vorangegangenen IZV Umfragen dominieren die erfahrenen bzw. sehr erfahrenen Teilnehmer deutlich. Bei der „Herkunft“ wurde unterschieden, ob die Teilnehmer von einem Zahlungsanbieter, einer News-Seite oder einer Gewinnspiel-Seite kamen. Diese Information wurde entweder direkt aus dem vom Browser des Teilnehmers übermittelten Referer ermittelt oder von vorher für Newsletter und Web-Banner einzeln vergebenen Links abgeleitet.

Auch wenn sich die Teilnehmer zur Teilnahme am Gewinnspiel mit einer E-Mail-Adresse eindeutig zu erkennen gaben, wurde der Anonymität dadurch stets Rechnung getragen, dass durch zufällig vergebene Schlüssel und getrennte Datenbanken keine Verknüpfung von Person, IP-Adresse und E-Mail-Adresse mit dem Datensatz mehr möglich ist.

Die Gruppierungen sind folgender Tabelle zu entnehmen:

Gruppierung der Teilnehmer		Angaben in vH der Teilnehmer			
Abkürzung	Bedeutung	IZV8	IZV7	IZV6	IZV5
Erf1	Wenig erfahrene Teilnehmer	6,6	7,9	14,6	12,1
Erf2	Erfahrene Teilnehmer	47,7	47,4	54,2	56,0
Erf3	Sehr erfahrene Teilnehmer	45,7	44,7	31,1	31,8
G1	Herkunft von Zahlungsanbietern	49,6	-	-	-
G2	Alle Teilnehmer außer G1	50,4	-	-	-
Newsleser „NL“	Herkunft von News-Seiten	29,6	-	-	-
Gewinnspieler „GWS“	Herkunft von Gewinnspiel-Seiten	7,8	-	-	-

Die Unterscheidung nach der Herkunft – Websites von Zahlungsanbietern („G1“) oder andere Websites („G2“) – halbiert die Stichprobe nahezu. Die getrennte Betrachtung von Newslesern („Newsleser“) als besonders gut informierten Internetusern ermöglicht genauso wie die getrennte Darstellung von Teilnehmern von Gewinnspielseiten („Gewinnspieler“) detailliertere Schlüsse. Newsleser und Gewinnspieler stellen die größten Untergruppen von G2 dar.

3.2 Personendaten

Im Vergleich zur Umfrage im Vorjahr hat sich der Anteil weiblicher Teilnehmer um 4,6% erhöht, bleibt aber mit einem Gesamtanteil von 28,2% gering – dem bisherigen Trend der Umfragereihe folgend. Deutlich wird auch eine Abnahme weiblicher Teilnehmer in den Kategorien mit relativ hoher Erfahrung im Umgang mit dem Internet. Überwogen die weiblichen Teilnehmer in der Gruppe der „wenig erfahrenen“ Teilnehmer knapp mit 51,1%, so schrumpfte ihr Anteil in der Gruppe der „erfahrenen“ Teilnehmer auf 37,4% bis hin zu 16,2% in der Gruppe der „sehr erfahrenen“ Teilnehmer. Nahezu gleichverteilt sind die Geschlechter in der Gruppe der „Gewinnspieler“, wo weibliche Teilnehmer 45,7% ausmachten. Die am deutlichsten männlich dominierte Gruppe stellen die „Newsleser“ dar, die nur noch zu 8,6% weiblichen Geschlechts sind.

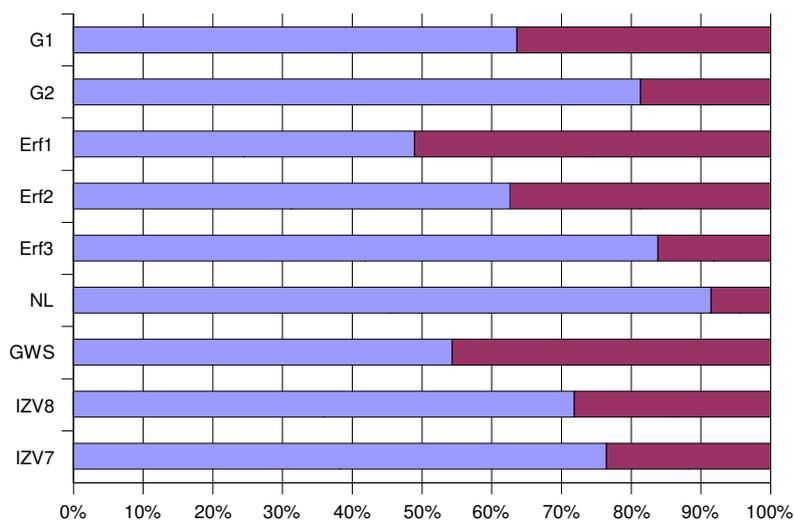


Abbildung 1: Geschlecht der Teilnehmer

Wie bei vorangegangenen Umfragen ist die Altersgruppe der 26-35-Jährigen am stärksten vertreten. Der Anteil verkleinerte sich allerdings von 33,4% im Vorjahr auf jetzt 28,8%, wodurch der Abstand zu den anderen Altersgruppen nicht mehr ganz so deutlich ausfällt. Deutlich wird auch eine Zunahme älterer Teilnehmer mit sinkender Erfahrung im Umgang mit dem Internet. Bei den wenig erfahrenen Teilnehmern (Erf1) sind nur noch 34,3% der Teilnehmer unter 36 Jahren alt im Gegensatz zu 49,9% bei den erfahrenen Teilnehmern (Erf2) und 68,2% bei den sehr erfahrenen Teilnehmern (Erf3).

Insgesamt ist eine leichte Verjüngung der Teilnehmerschaft im Vergleich zum Vorjahr festzustellen.

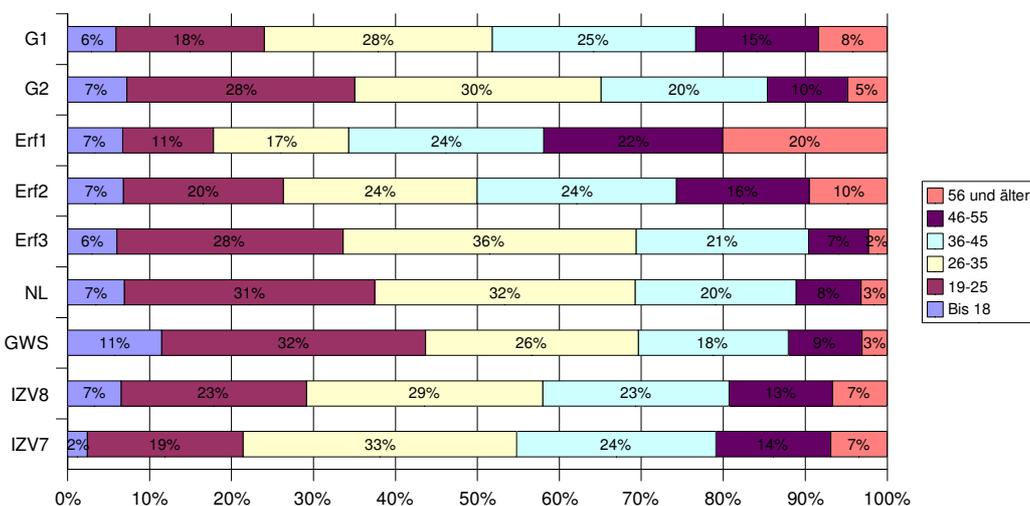


Abbildung 2: Alter der Teilnehmer

Der Anteil der Teilnehmer mit Hochschulabschluss sank zwar im Vergleich zur vorangegangenen Umfrage von 40,3% auf 36,8%, bildet aber nach wie vor die größte Gruppe. Von 27,9% auf 30,7% gestiegen ist der Anteil der Abiturienten. Auf 21,7% gestiegen ist auch der Anteil der Teilnehmer, die Mittlere Reife besitzen oder eine weiterführende Schule besucht haben.

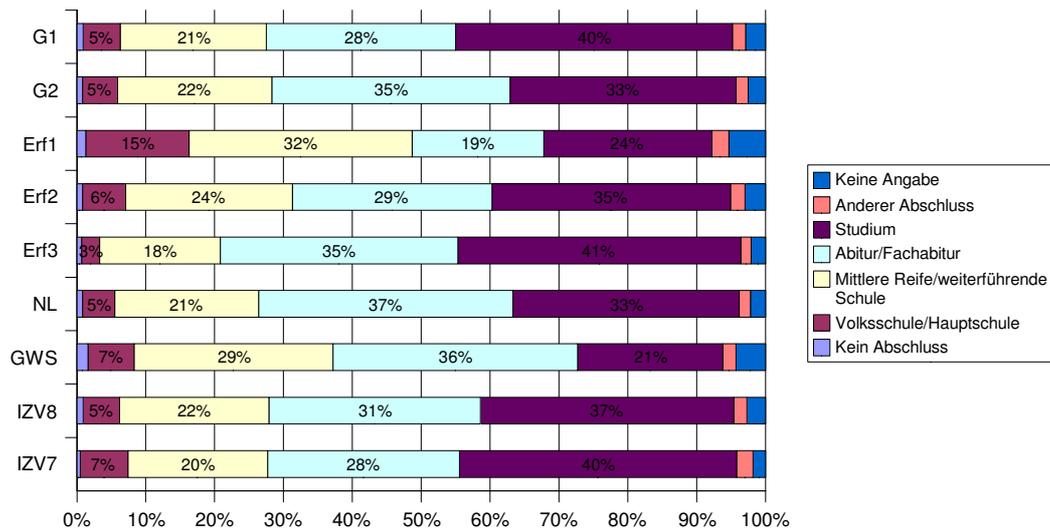


Abbildung 3: Ausbildung der Teilnehmer

Lag in der vorangegangenen Umfrage die Einkommensgruppe mit 25.001-40.000 € jährlichem Bruttoeinkommen an vorderster Stelle, so verschob sich diese Position in der aktuellen Umfrage wieder in die Gruppe mit einem Einkommen von 5.001-25.000 €. Dies liegt vermutlich daran, dass der Anteil der jüngeren Teilnehmer deutlich zugenommen hat.

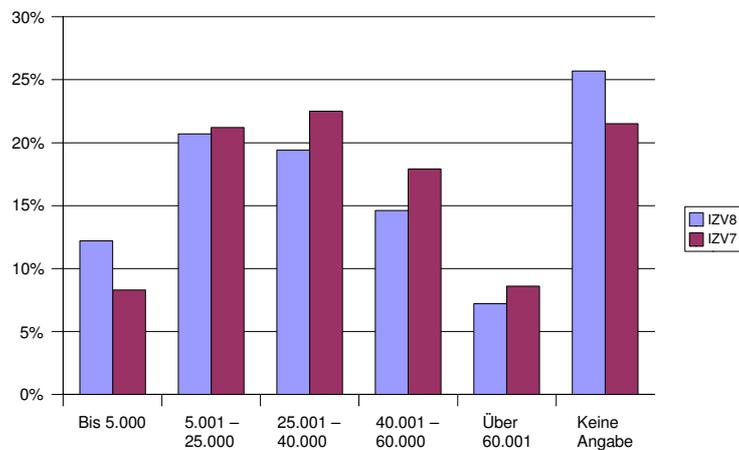


Abbildung 4: Jährliches Bruttoeinkommen der Teilnehmer

Die Tatsache, dass Teilnehmer aus Baden-Württemberg in der aktuellen Umfrage überrepräsentiert sind, legt die Vermutung nahe, dass lokale Medien, in deren Wirkungskreis die Universität Karlsruhe (TH) fällt, den Bekanntheitsgrad der Studie besonders erhöhten. Ansonsten entspricht die Verteilung der Teilnehmer weitgehend der Bevölkerungsverteilung in Deutschland.

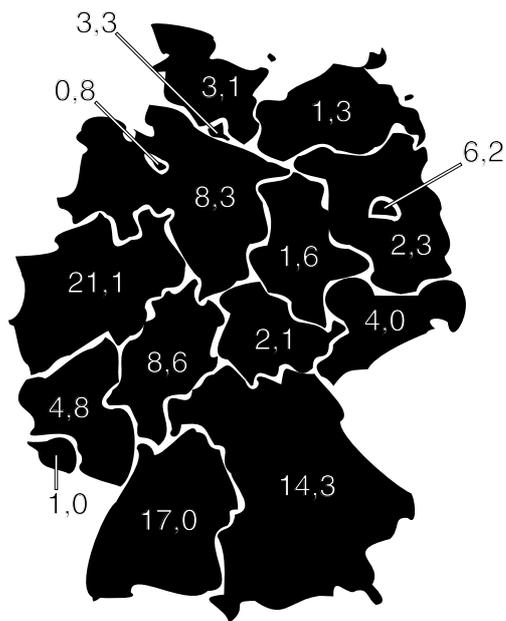


Abbildung 5: Geographische Herkunft der Teilnehmer von IZV8

Bundesland
Teilnehmer der Umfrage in vH
Bevölkerung in Deutschland in vH

Baden-Württemberg	17,0	13,0
Bayern	14,3	15,1
Berlin	6,2	4,1
Brandenburg	2,3	3,1
Bremen	0,8	0,8
Hamburg	3,3	2,1
Hessen	8,6	7,4
Mecklenburg-Vorpommern	1,3	2,1
Niedersachsen	8,3	9,7
Nordrhein-Westfalen	21,1	21,9
Rheinland-Pfalz	4,8	4,9
Saarland	1,0	1,3
Sachsen	4,0	5,2
Sachsen-Anhalt	1,6	3,0
Schleswig-Holstein	3,1	3,4
Thüringen	2,1	2,9
keine Angabe	0,3	-

3.3 Internetnutzung

Das Verhältnis zwischen erfahrenen und sehr erfahrenen Teilnehmern blieb im Vergleich zur Studie des Vorjahrs nahezu konstant. Die erfahrenen Teilnehmer machten 47,7% aus (47,4% im Vorjahr) und die sehr erfahrenen Teilnehmer 45,7% (44,7% im Vorjahr).

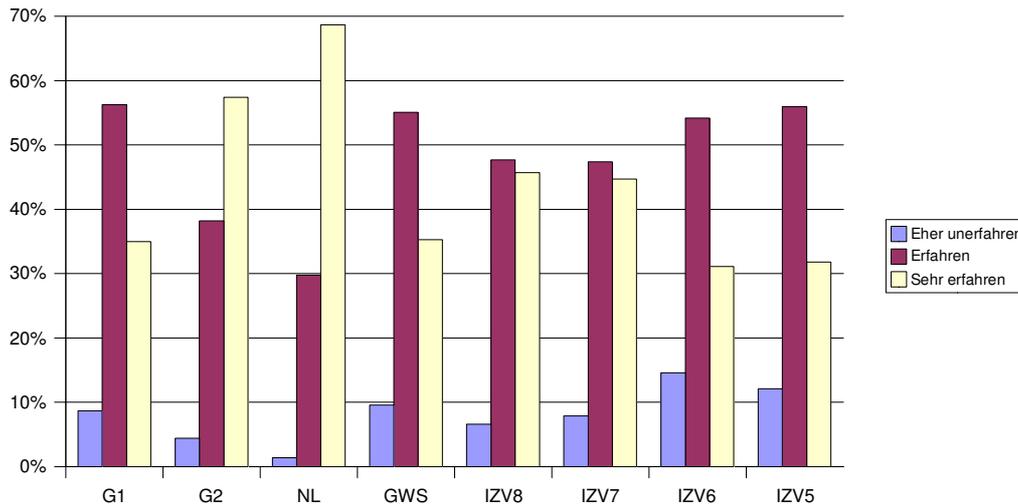
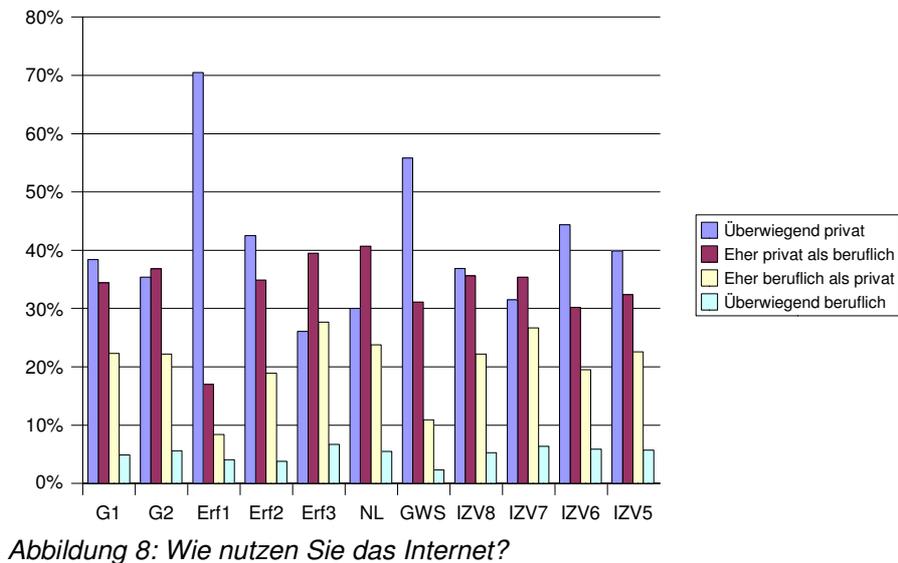
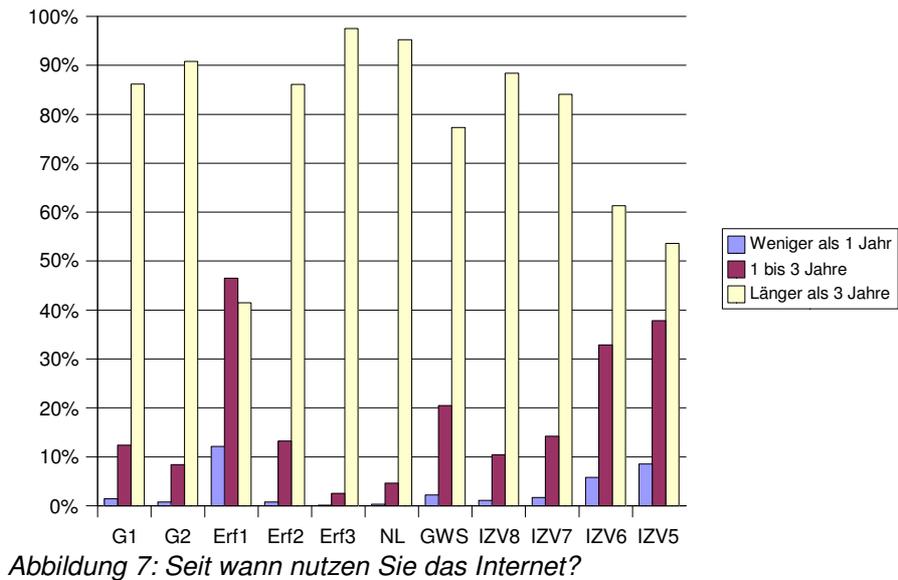


Abbildung 6: Interneterfahrung der Teilnehmer

Ein Vergleich mit den vorangegangenen Umfragen zeigt, dass der Anteil derjenigen, die länger als drei Jahren im Internet sind, kontinuierlich angestiegen ist – von 53% in 2002 auf 88% in 2005. Neun von zehn Teilnehmern sind heute seit mehr als drei Jahren online. Das Netz ist nicht mehr ganz neu, es gehört für diese Gruppe zum Alltag.

Einen zu erwartenden Zusammenhang ergab der Vergleich zwischen Nutzungsdauer und der angegebenen Erfahrung im Umgang mit dem Internet. Die Nutzungsdauer korreliert demnach positiv mit der Erfahrung. Die Erfahrung hängt ferner auch mit dem privaten/beruflichen Nutzung des Netzes zusammen.



Nahezu drei Viertel der Teilnehmer verfügen über einen heimischen Breitbandanschluss: die Zahl dieser Anschlüsse stieg von 58,6% im letzten Jahr sprunghaft auf 72,6%. Die Zahl der Teilnehmer, die über den Telefonanschluss online gehen (analoges Modem oder ISDN), sank von 23,2% auf 14,1%. Die Zahl der Teilnehmer, die über LAN online sind, ging zurück von 16,2% auf 12,2%. Neu aufgenommen in die Umfrage wurde die Sparte „Kabel (TV)“ als Möglichkeit des Internetzugangs. Trotz international nicht vergleichbarer Bedingungen nutzen in Deutschland bereits 3,0% der Teilnehmer diese Zugangsvariante, die z.B in den USA deutlich vor dem DSL-Anschluss liegt. Erwartungsgemäß steigt mit der Erfahrung die Übertragungsgeschwindigkeit an, so dass erfahrene Benutzer höhere Bandbreiten zu „fordern“ scheinen.

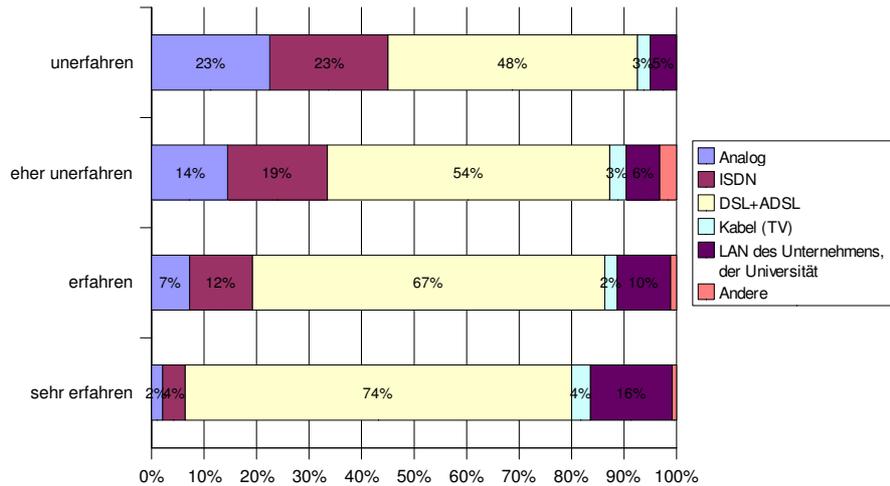


Abbildung 9: Anbindung an das Internet/Erfahrung

Beeindruckend sind die Ergebnisse auf die Frage, wie oft die Teilnehmer durchschnittlich online sind. Neun von zehn Teilnehmern sind täglich online und jeder zweite ist täglich mehrere Stunden mit dem Netz verbunden. Ebenso steigt die tägliche Onlinezeit mit der Erfahrung an. Die Antworten spiegeln die Tatsache wider, dass es sich bei den IZV-Teilnehmern im Allgemeinen um sehr aktive Internetsurfer handelt.

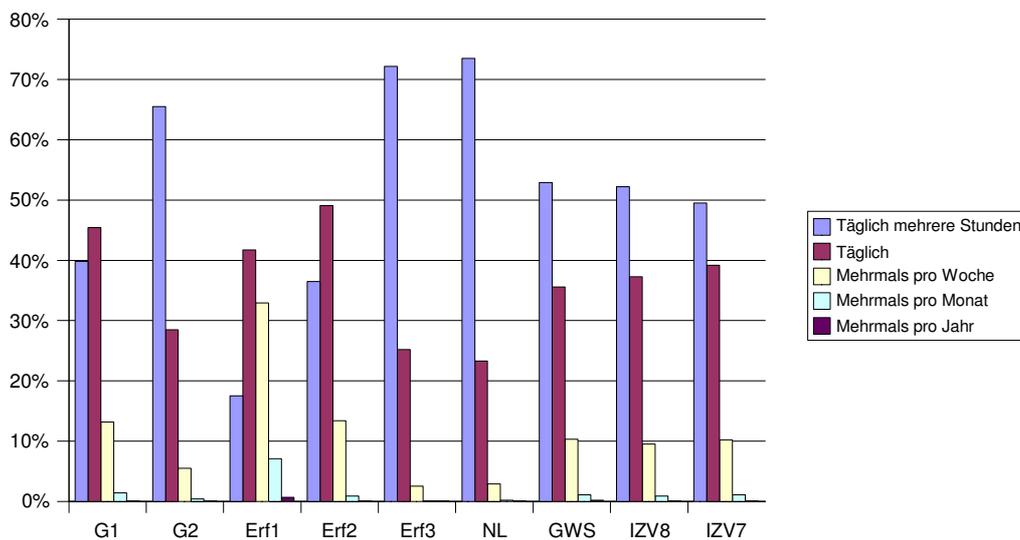


Abbildung 10: Wie oft sind Sie durchschnittlich online?

Das Internet dient in erster Linie nach wie vor als Instrument bei der Suche nach Informationen; neun von zehn Teilnehmern benutzen das Internet häufig bis immer für die Suche nach Informationen. Mehr als drei Viertel der Teilnehmer nutzen Online-Banking. Der Stellenwert des Internet als Unterhaltungsmedium hat im Vergleich zum Vorjahr um fast 20% zugenommen, so dass nun sechs von zehn Teilnehmern das Internet zu Unterhaltung benutzen. Die Unterhaltung (Spiele, Musikdownloads, Surfen, etc.) hat der Online-Auktion ihren Rang vom letzten Jahr abgelaufen, wobei sich die Online-Auktion mit 46% auf nahezu dem gleichen Niveau wie in der Studie vom Vorjahr bewegt. Trotz eines hohen Werbeaufwands bleibt der Bereich Partnersuche, über alle gebildeten Rubriken hinweg, deutlich unter 10%.

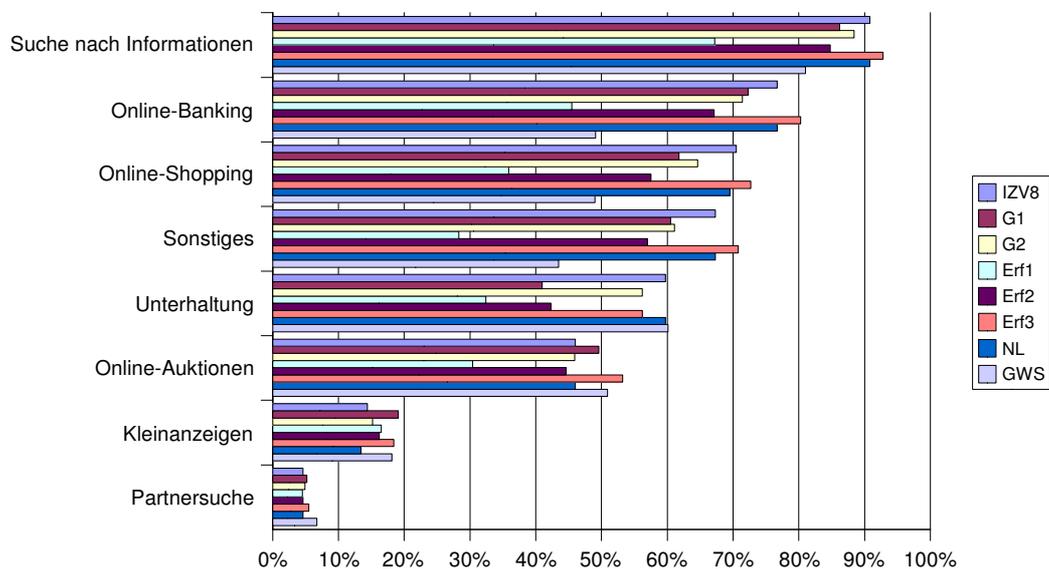


Abbildung 11: Wofür nutzen Sie das Internet am häufigsten?

3.4 Einkaufsverhalten im Internet

In IZV6 wurden die Teilnehmer der Umfrage zum ersten Mal nach negativen Erfahrungen befragt, die mit dem Einkaufen im Internet zusammenhängen. Im Vorjahr (IZV7) wurde diese Frage weiter unterteilt nach negativen Erfahrungen beim Einkauf und negativen Erfahrungen beim Bezahlvorgang selbst.

Diese Trennung wurde beibehalten, und das zunächst überraschende Ergebnis der vorigen Studie hat sich bestätigt bzw. kann nun noch detaillierter angegeben werden: mit

zunehmender Erfahrung im Internet steigt auch die Anzahl der negativen Erfahrungen, die die Teilnehmer gemacht haben. Haben von den wenig erfahrenen Teilnehmer 14,9% angegeben, negative Erfahrungen beim Einkaufen gemacht zu haben, waren es bei den sehr erfahrenen Teilnehmern mit 31,8% mehr als doppelt so viele. Eine mögliche Erklärung für dieses Phänomen liegt darin, dass die erfahreneren Nutzer generell häufiger online einkaufen und damit auch die Wahrscheinlichkeit steigt, schlechte Erfahrungen zu machen. Überraschender ist die Tatsache, dass in der Gruppe der Newsleser jeder Dritte bereits negative Erfahrungen mit dem Online-Shopping gemacht hat, obwohl diese Teilnehmer eigentlich am informiertesten über mögliche Risiken beim Online-Einkauf sein sollten.

3.4.1 Erfahrungen mit Bezahlverfahren

Im Gegensatz zu obigem Resultat sind die schlechten Erfahrungen beim Bezahlen im Internet im Vergleich zum Vorjahr gesunken, so dass nunmehr „nur noch“ 7,6% der Teilnehmer negative Erfahrungen mit dem reinen Bezahlvorgang bejahen konnten. Es ist auffallend, dass die Probleme hier weitaus geringer ausfallen als beim Einkaufsvorgang. Wieder haben erfahrenere Benutzer deutlich häufiger schlechte Erfahrungen gemacht als wenig erfahrene Benutzer und wieder stellen die Newsleser die Gruppe mit den meisten Problemen. Die Gruppe G1 der Teilnehmer, die von Zahlungsanbietern zur Umfrage kamen, haben etwas weniger schlechte Erfahrungen mit dem Bezahlen gemacht.

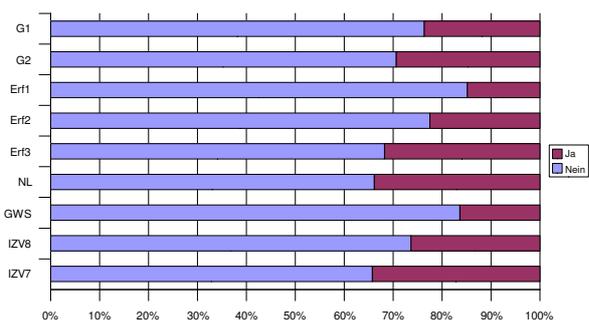


Abbildung 12: Haben Sie im Zusammenhang mit dem Einkaufen im Internet schon einmal negative Erfahrung gemacht?

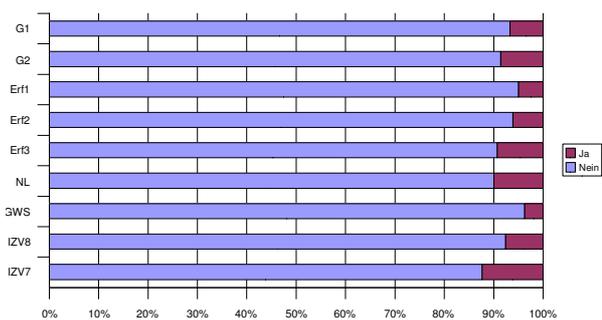


Abbildung 13: Haben Sie im Zusammenhang mit dem Bezahlen im Internet schon einmal negative Erfahrung gemacht?

3.4.2 Wie wird bezahlt?

Im Internethandel wird eine beachtliche Zahl von Bezahlverfahren angeboten. Anwendung finden hier vor allem die aus der Offline-Welt bekannten Verfahren wie Nachnahme, GeldKarte, Kreditkarte, Lastschriftverfahren, Überweisung und Bargeld. Insbesondere bei materiellen Gütern, die über den Postweg geliefert werden, bieten sich Nachnahme und Überweisung nach Rechnung an. Anders sieht die Situation bei digitalen Gütern aus, diese können unmittelbar per Mausklick bezogen werden. Abgerechnet werden diese Güter meist per Kreditkarte. Handelt es sich jedoch um niedrigpreisige digitale Güter, wie beispielsweise Musikdownloads oder Zeitungsartikel, so ist diese Bezahlart relativ teuer (für den Händler). Neuere, speziell für das Internet entwickelte Verfahren stellen in diesem Fall eine Alternative dar.

Werden alle Gütergruppen zusammengenommen, ergeben sich folgende Abrechnungshäufigkeiten für Käufe im Internet:

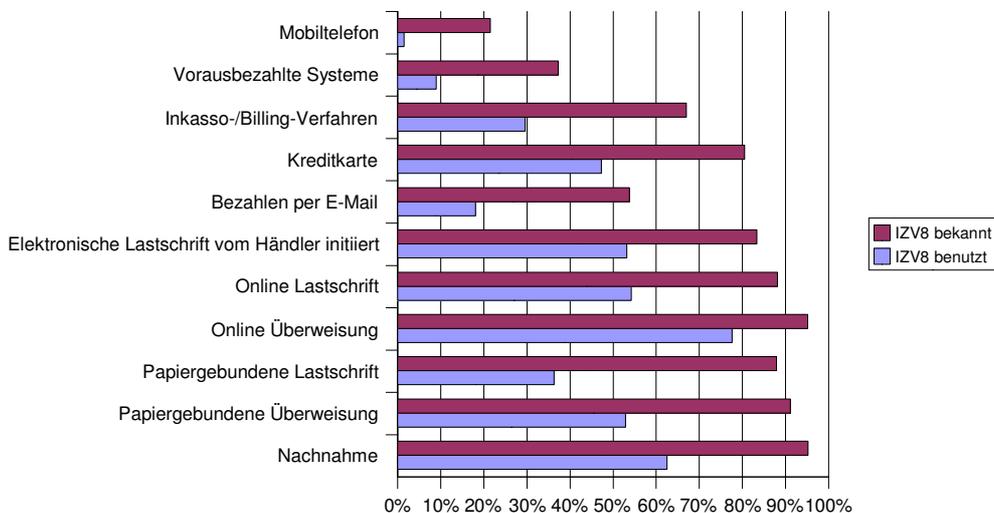


Abbildung 14: Welche Zahlungsmethoden kennen Sie oder haben Sie schon beim Einkaufen oder Bestellen über das Internet benutzt?

Betrachtet man die einzelnen Gruppierungen dieser Umfrage, so kann festgestellt werden, dass die Benutzung jedes Zahlungssystems mit größerer Erfahrung steigt. Bei der Interpretation muss allerdings immer berücksichtigt werden, dass etwa die Hälfte der Teilnehmer dieser Umfrage direkt von Zahlungsanbietern gekommen sind, hauptsächlich

von Kunden der WEB.DE AG und der FIRSTGATE Internet AG. Dies wird z.B. bei den vorausbezahlten und Inkasso-/Billing-Verfahren sehr deutlich, wo die Gruppe G1 alle anderen Gruppen in der Benutzung übertrifft.

Generell ist aber festzustellen, dass Bekanntheitsgrad und tatsächliche Benutzung bei den drei klassischen, aus der Offline-Welt bekannten Systemen Nachnahme, Bankverbindung/Girokonto und Kreditkarte nach wie vor dominieren.

3.4.3 Vergleich zwischen materiellen Gütern und digitalen Gütern

In dieser Studie wird beim Online-Shopping zwischen materiellen Gütern und digitalen Gütern unterschieden. Digitale Güter werden nicht nur online gekauft und bezahlt, sondern auch online geliefert. Materielle Güter dagegen werden klassisch offline geliefert und können auch mit den in der Offline-Welt verwendeten Systemen wie Nachnahme oder Überweisung nach Rechnung bezahlt werden. Auch liegt die Vermutung nah, dass digitale Güter eher in die Kategorie niedrigpreisiger Güter fallen, wenn man z.B. an Software, Musik oder Zeitungsartikel denkt.

Die Zahl der Teilnehmer, die online bereits eingekauft haben, stieg auch in diesem Jahr weiter leicht an. 96,6% der Teilnehmer haben bereits online materielle Güter gekauft, 64,9% haben digitale Güter gekauft.

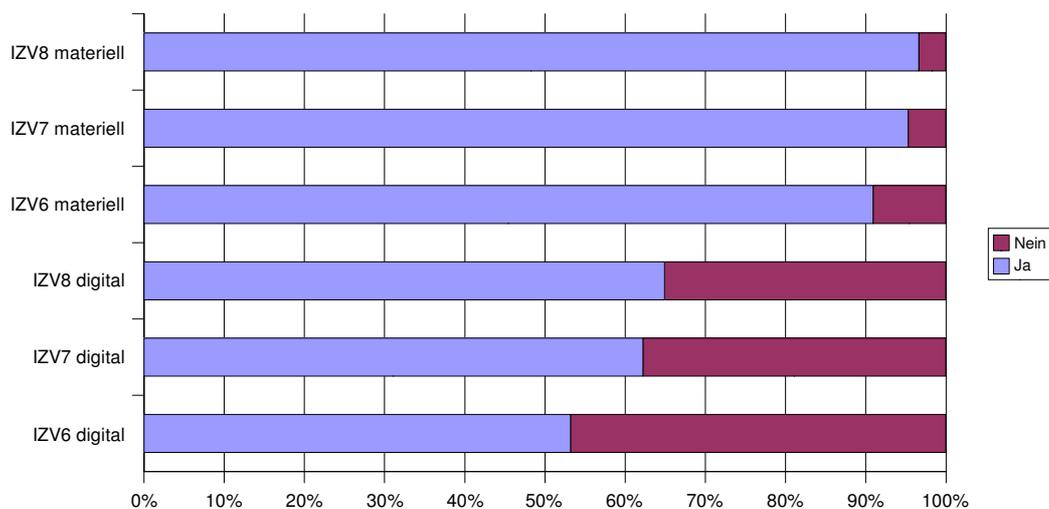


Abbildung 15: Haben Sie schon materielle bzw. digitale Güter über das Internet gekauft?

Die Erfahrung im Umgang mit dem Internet schlägt sich auch auf den Kauf von Gütern im Internet nieder. So haben 85% der wenig erfahrenen Teilnehmer bereits online materielle Güter gekauft, aber mit 99% der sehr erfahrenen Teilnehmer haben fast alle Teilnehmer dieser Gruppe bereits materielle Güter gekauft. Bei digitalen Gütern ist der Zusammenhang zwischen Erfahrung und Kauf ebenfalls vorhanden, allerdings verschieben sich hier die Werte nach unten: 41% der wenig erfahrenen Teilnehmer haben digitale Güter gekauft, bei den sehr erfahrenen Teilnehmer sind es 72%.

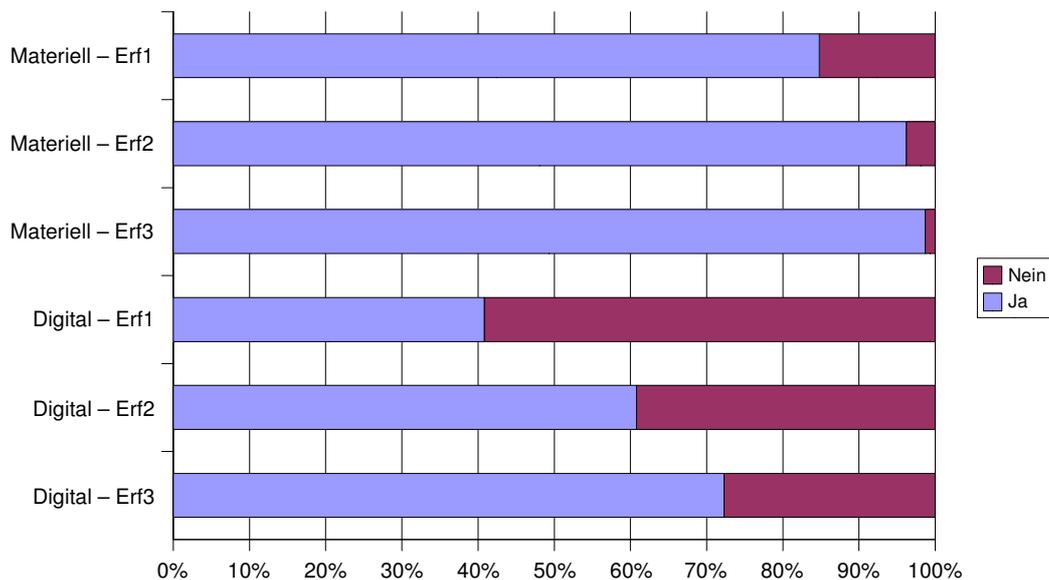


Abbildung 16: Kauf von materiellen/digitalen Gütern und Erfahrung

Die Teilnehmer kaufen vornehmlich im Inland ein. Wenig überraschend ist auch, dass digitale Güter häufiger im Ausland gekauft werden als materielle Güter, entfällt hier doch der oftmals teure und u. U. langwierige Versandweg materieller Güter. Ebenfalls zu beobachten ist ein leichter Rückgang der Teilnehmer, die digitale Güter vornehmlich im Ausland kauften. Hier scheint der deutsche Markt aufgeholt zu haben.

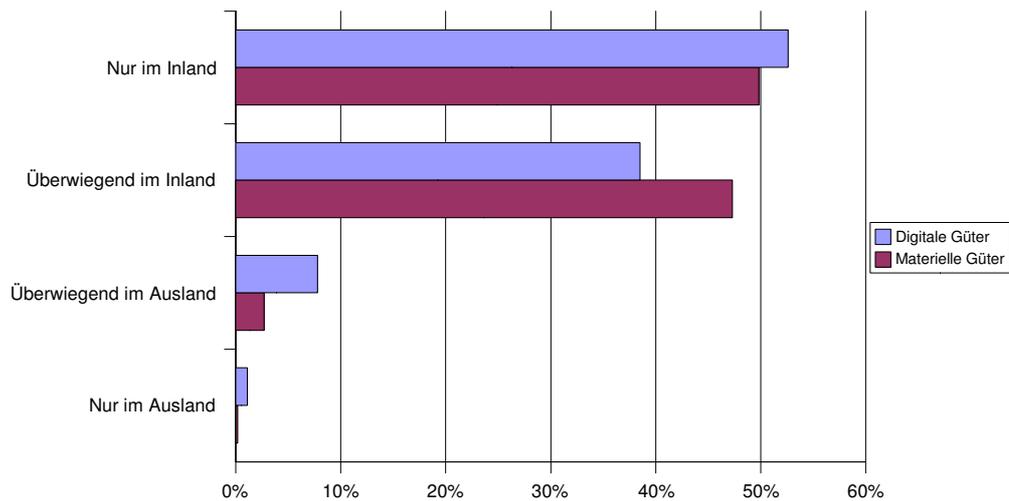


Abbildung 17: Kauf von materiellen/digitalen Gütern im Vergleich Inland/Ausland

Die Erfahrung der Teilnehmer spiegelt sich auch in der Entscheidung wider, ob im Inland oder im Ausland gekauft wird. Sowohl für materielle als auch für digitale Güter gilt, dass weniger erfahrene Teilnehmer beim Online-Shopping eher im eigenen Land bleiben. Von den sehr erfahrenen Teilnehmern haben jeweils deutlich mehr als die Hälfte bereits im Ausland digitale wie materielle Güter gekauft. Es kann deshalb davon ausgegangen werden, dass diese Internationalisierung beim Online-Shopping weiter zunehmen wird.

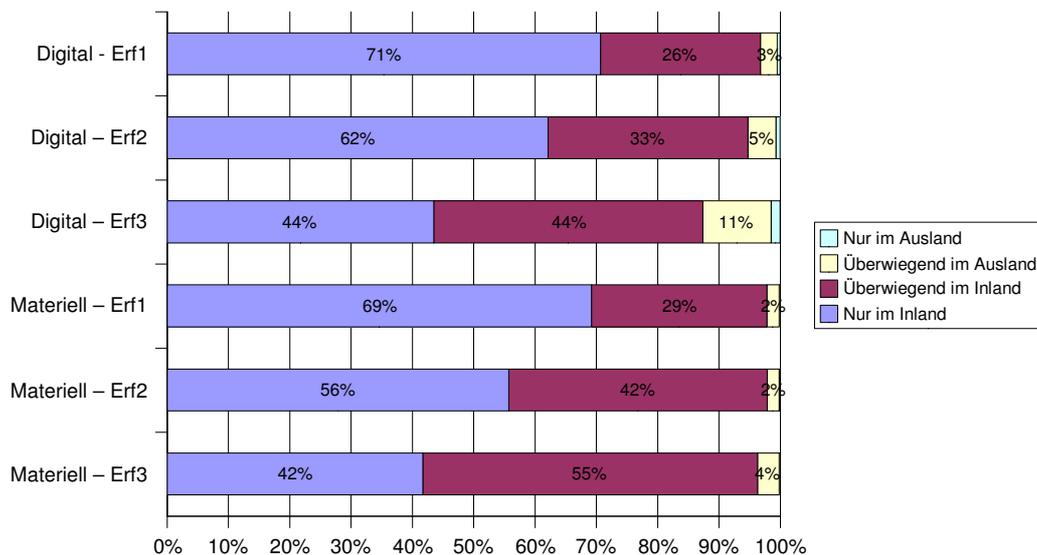


Abbildung 18: Kauf von Gütern im Vergleich Inland/Ausland und Erfahrung

Die größte Unterscheidung bei der Bezahlung materieller Güter im Vergleich zu digitalen Gütern findet man bei der Bezahlung über die Bankverbindung bzw. das Girokonto. Für digitale Güter scheint dieses Verfahren nicht so gut geeignet zu sein wie andere. Bei der Kreditkarte liegen die materiellen Güter minimal vorne. Die Inkasso-/Billing-Verfahren und vorausbezahlte Systeme scheinen von den Teilnehmern als praktischer für das Bezahlen digitaler Güter angesehen zu werden, so dass diese beiden Verfahren bei den digitalen Gütern etwas vor den materiellen liegen.

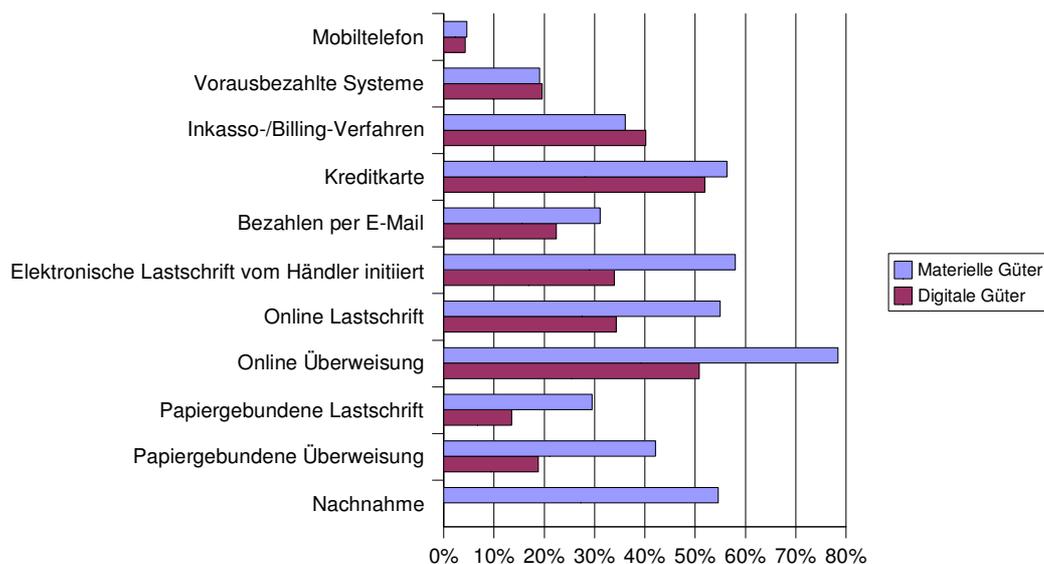


Abbildung 19: Unterschiedliche Bezahlung digitaler und materieller Güter

3.4.4 Zahlungsbereitschaft für materielle Güter

Zum bereits vierten Mal in Folge stehen mit deutlichem Abstand Bücher an der Spitze der Liste materieller Güter, die die Teilnehmer bereits online gekauft haben. Im Vergleich zum Vorjahr haben die Kategorien Musik und Computerhardware/-zubehör die Plätze getauscht, so dass nun die Hardware noch vor der Musik kommt. Deutliche Änderungen zum Vorjahr kann man aber weder in der Rangfolge, noch in den Anteilen der Käufe erkennen. Nicht zur Auswahl standen im Fragebogen Medikamente, die aber im Feld „Sonstige“ oft von den Teilnehmern genannt wurden. Nachdem im Jahr 2004 das Verbot des Versandhandels von Medikamenten in Deutschland aufgehoben wurde, scheinen sich Versandapotheken in Deutschland langsam im öffentlichen Bewusstsein zu etablieren.

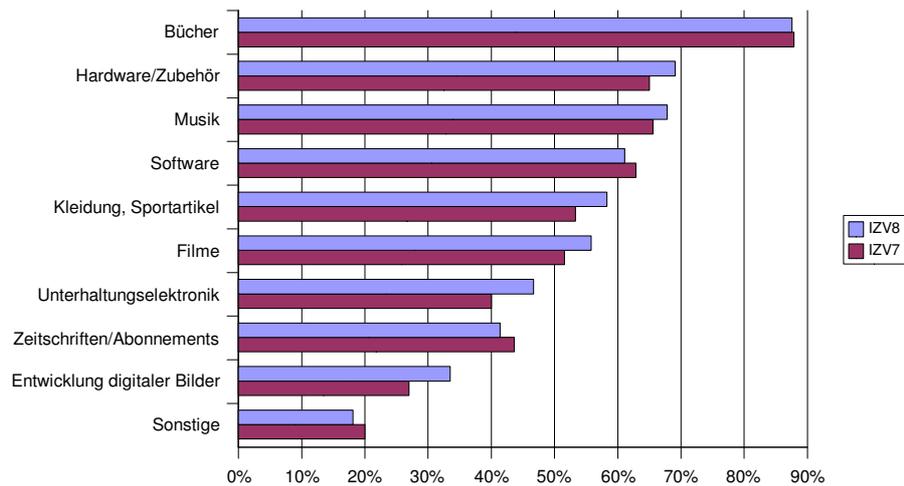


Abbildung 20: Welche materiellen Güter haben Sie bereits über das Internet gekauft?

Vergleicht man die Ergebnisse für den Kauf materieller Güter getrennt nach den Geschlechtern der Teilnehmer, so lassen sich einige große Unterschiede feststellen. Während mehr als 75% der Männer Hardware/Zubehör über das Internet erwerben, liegt dieser Prozentsatz bei den Frauen lediglich bei gut 40%. Ähnlich sieht es bei Software Produkten aus (ca. 68% der Männer und knapp 40% der Frauen). Auch an Unterhaltungselektronik ist ein höherer Anteil der Männer interessiert (53% gegenüber 28% bei den Frauen). Anders sieht es bei Kleidung/Sportartikeln aus. Lediglich 52% der Männer traten in diesem Segment schon als Käufer auf und 68% der Frauen. Ähnliche Anteile haben Männer und Frauen bei Büchern und Musik.

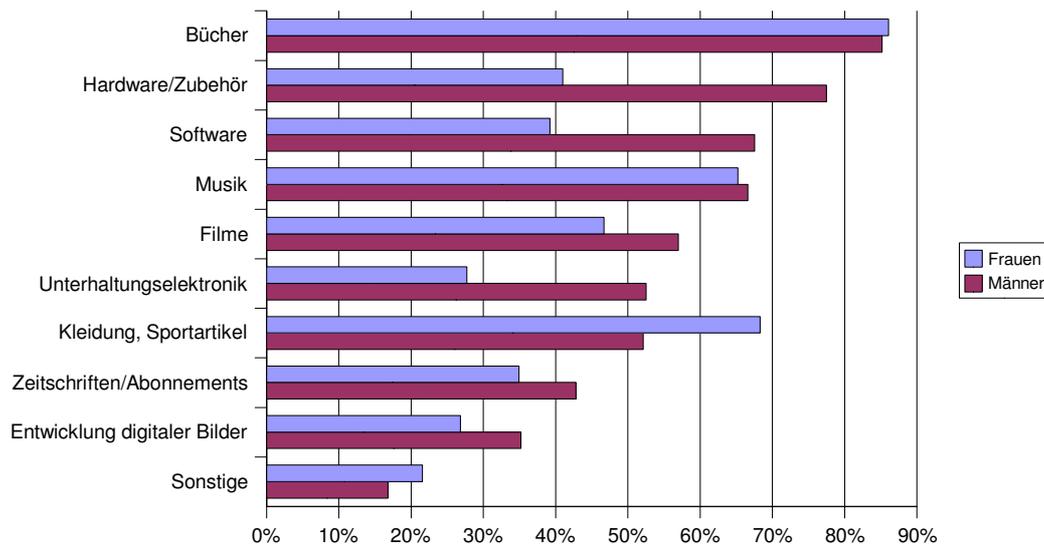


Abbildung 21: Kauf materieller Güter nach Geschlecht
(jeweils in % der Frauen und % der Männer)

Von allen befragten Teilnehmern hatten 96,6% angegeben, bereits online materielle Güter gekauft zu haben. Die verbliebenen 3,4% wurden nach ihren Gründen befragt, warum sie noch nie materielle Güter im Internet bestellt hatten.

Über 55% gaben als ihren wichtigsten Grund an, dass man die online gekaufte Ware nicht sehen bzw. prüfen könne, wie dies in einem realen Geschäft der Fall wäre. Auf Platz zwei folgte mit 36,6%, dass sich der Reklamationsvorgang bei einem Onlinekauf schwierig gestalten könnte. Platz drei belegte die Angst vor dem Missbrauch der persönlichen Daten durch Dritte oder den Online-Shop selbst; im Vorjahr lag dieser Punkt noch auf Rang zwei. Im Mittelfeld finden sich Gründe wie „Genügend Angebote in realen Geschäften“, „Fehlende Beratung/Service“, „Ware nicht billiger als sonst“ oder die „Macht der Gewohnheit“. Relativ unbedeutend ist nach wie vor der Hinderungsgrund einer fehlenden Bezahlmethode am E-Commerce teilzunehmen.

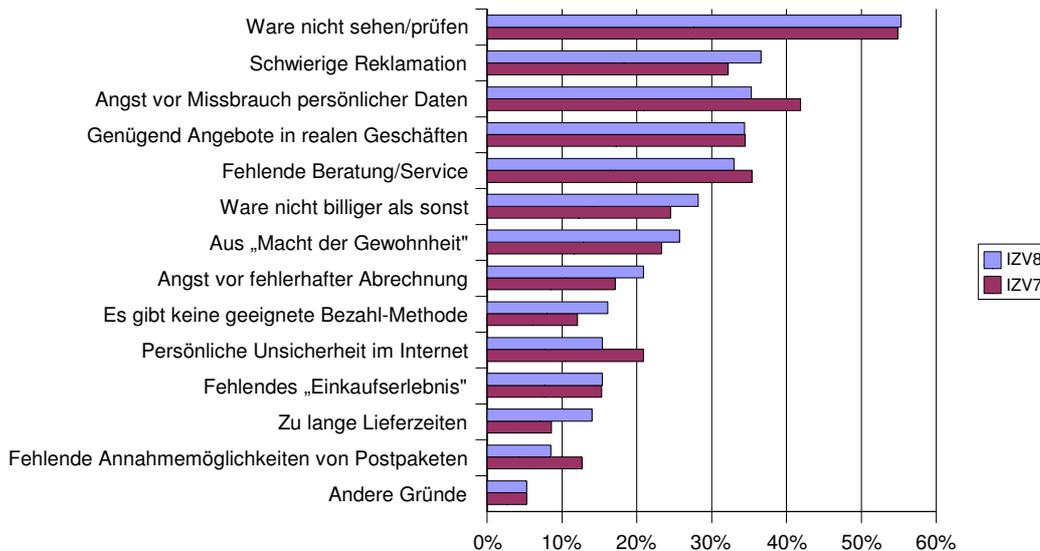


Abbildung 22: Warum haben Sie noch nie materielle Güter über das Internet bestellt?

Auf die Frage, ob sich diejenigen Teilnehmer, die bisher keine materiellen Güter online gekauft haben, vorstellen könnten online einzukaufen, wenn die vorher genannten Gründe wegfielen, antworteten insgesamt 73,9% mit ja. Als optimistischste Gruppe erwiesen sich die Newsleser, von denen 78% wahrscheinlich nach einer Lösung ihrer Hindernisgründe online kaufen würden. Überraschend zeigten sich die erfahrensten Teilnehmer am pessimistischsten, da von ihnen nur 68,1% nach der Verbesserung online kaufen würden.

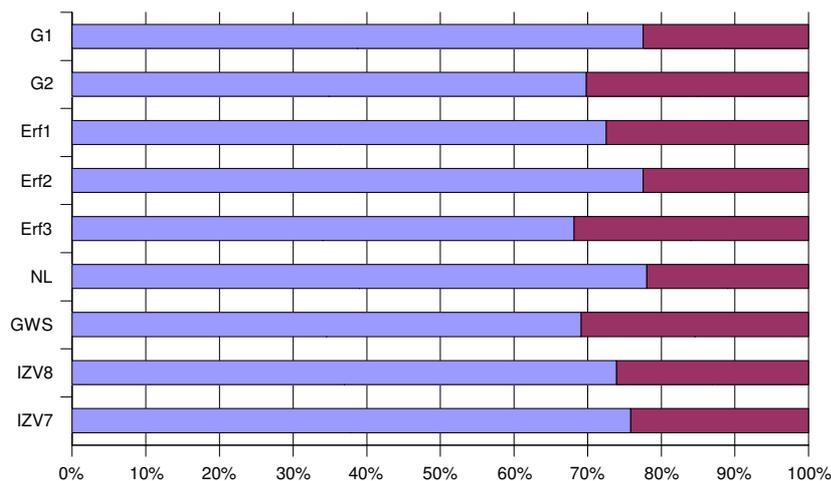


Abbildung 23: Könnten Sie sich vorstellen Waren über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme geeignet gelöst werden?

3.4.5 Zahlungsbereitschaft für digitale Güter

In vorherigen Studien wurde die hohe Bereitschaft der Benutzer festgestellt, für digitale Inhalte zu bezahlen. Verzichteten vor einem Jahr noch 15,2% der Teilnehmer gänzlich auf digitale kostenpflichtige Güter, so sind es nunmehr 14,2%. Weiter gestiegen ist auch die Zahl derer, die sofort für digitale Inhalte bezahlen würden, ohne zunächst nach einer kostenlosen Alternative zu suchen. Ihr Anteil stieg geringfügig von 33,5% im Vorjahr auf 34,7% in diesem Jahr. Insgesamt steigt die Bereitschaft für digitale Inhalte zu bezahlen mit der Erfahrung an. Während bei den weniger erfahrenen Teilnehmer 21,3% nicht bereit sind zu zahlen, so sind es bei den sehr erfahrenen Teilnehmern nur noch 13,3%.

Allerdings gab es eine wichtige inhaltliche Änderung: mit dieser Studie konnte nun ein signifikanter Sprung in der Zahl tatsächlich gekaufter digitaler Güter festgestellt werden. Musik haben vor einem Jahr 25,7% der Teilnehmer digital gekauft. In diesem Jahr hat sich dieser Anteil nahezu verdoppelt auf 50,2%. Online-Musikdienste haben sich im Jahr 2005 durchgesetzt.

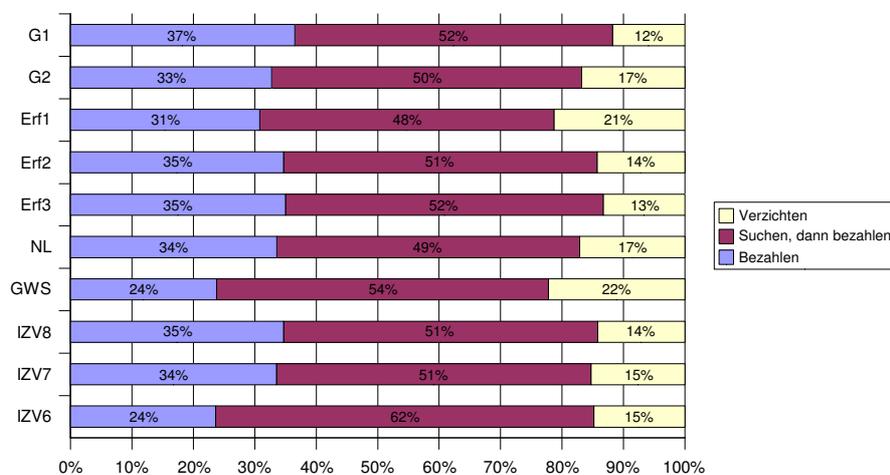


Abbildung 24: Angenommen, Sie haben im Internet ein digitales und kostenpflichtiges Gut gefunden, welches Sie interessiert. Wie handeln Sie?

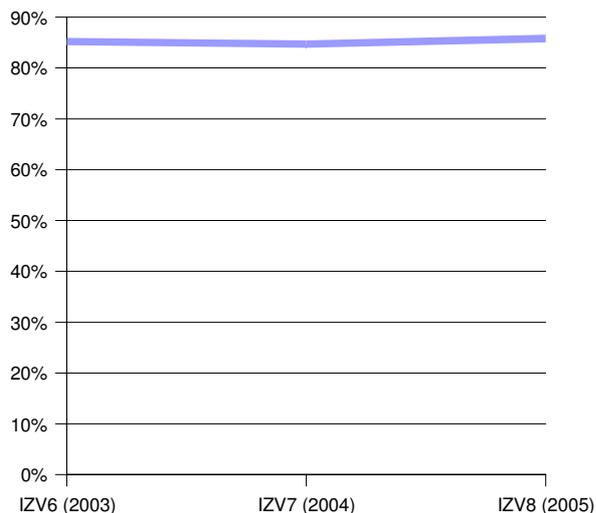


Abbildung 25: Bereitschaft für digitale Güter zu bezahlen

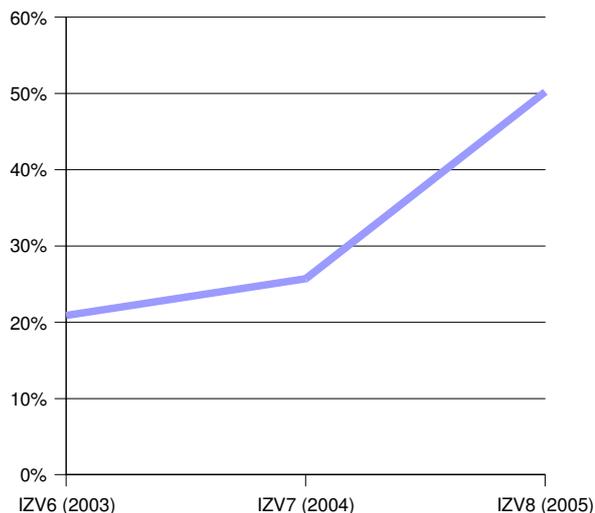


Abbildung 26: Kauf von Musik bei Online-Musikdiensten

Wie im Vorjahr liegt mit 70% der Nennungen der Kauf von Software mit großem Abstand an erster Stelle beim Kauf digitaler Güter. Wie bereits erwähnt, schoss aber mit großer Steigerung der Kauf von Musik auf Platz zwei mit 50,2%. Das stärkste Wachstum konnte allerdings im Bereich Glücksspiele/Wetten registriert werden: hier wuchs der Kauf von 7,7% im Vorjahr auf 16,6% jetzt. Auf Platz drei und vier mit jeweils noch über 40% folgen Reisen und Ticketing. Erotik, Kontaktanzeigen und Kontaktbörsen liegen unter 7% . Hier stehen die Ergebnisse der Umfrage erneut im Gegensatz zu der weit verbreiteten Ansicht, dass der Erotikmarkt einer der umsatzstärksten Teilmärkte im Internet sei.

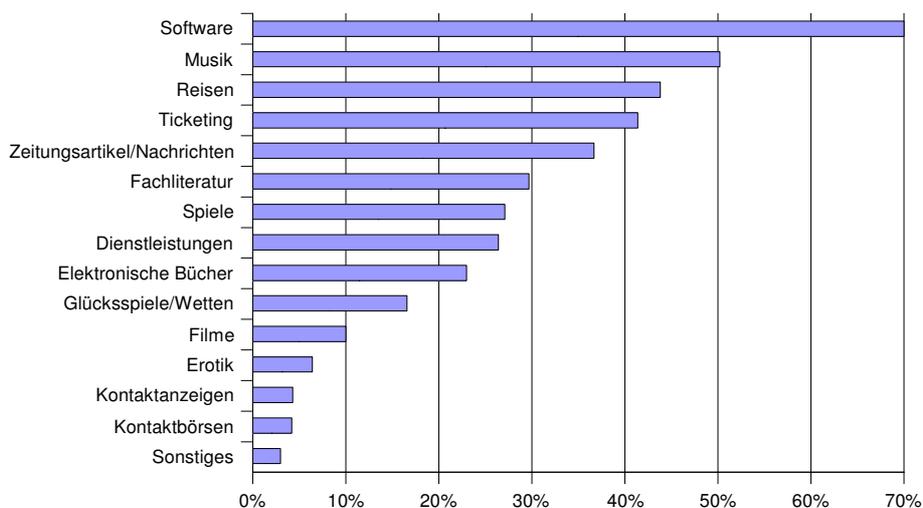


Abbildung 27: Welche Arten von digitalen Gütern haben Sie bereits über das Internet gekauft?

Wurden bei den materiellen Gütern ausgeprägte geschlechtsspezifische Unterschiede festgestellt, so wird dieses Bild bei den digitalen Gütern deutlich neutraler. Es gibt hier nur zwei Kategorien, in denen ein überdurchschnittliches Interesse der Männer festgestellt werden kann. Das ist zum einen der Kauf von (digital gelieferter) Software (75% der Männer und 53% der Frauen) und zum anderen der Bereich Erotik (Männer 8% und Frauen 3%). Insgesamt liegen jedoch die Anteile, die in einem bestimmten Segment gekauft haben, bei Männern und Frauen nah beieinander.

Man kann also sagen, dass der Bereich des digitalen Güterkaufes weit weniger geschlechtstypische Ausprägungen aufweist als der Markt materieller Güter.

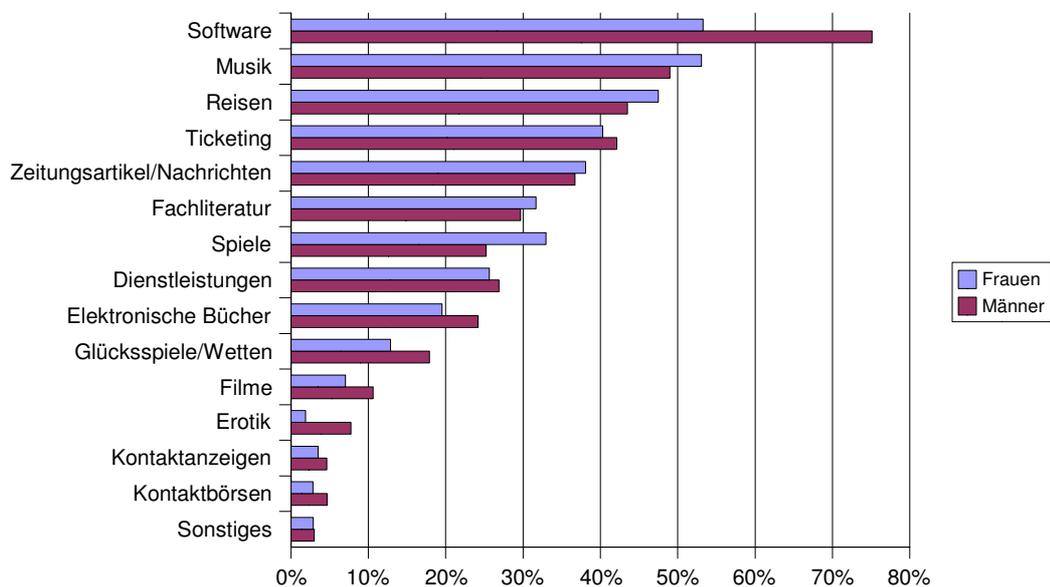


Abbildung 28: Kauf digitaler Güter nach Geschlecht

Es kann zwar ein Anstieg beim Kauf digitaler Güter vermerkt werden, mit 64,9% haben aber immer noch deutlich weniger Teilnehmer digitale Güter als materielle Güter online gekauft. Die Gründe, warum noch keine digitalen Güter gekauft wurden, haben die Teilnehmer ähnlich wie im letzten Jahr beantwortet. Das Hauptargument gegen den Kauf war wie bei den materiellen Gütern, dass die Ware vorher nicht gesehen bzw. geprüft werden kann (38,9%). Der zweitwichtigste Grund ist in diesem Jahr, dass die Teilnehmer digitale Güter auch in materieller Form erwerben wollen, so z.B. Musik oder Software auch auf CD besitzen möchten (38,8%). Hier erkennt man deutlich den Gedanken, dass einmal erworbene Güter auf Lebenszeit gekauft sind und digitalen Gütern noch eine gewisse

„Flüchtigkeit“ beigemessen wird. Auf Rang drei begründen die Teilnehmer ihre Meinung, dass die Ware durch den Kauf im Internet in digitaler Form nicht billiger sei (35,8%). Dieser Grund war in der vorigen Umfrage auf Rang zwei. Auf Rang fünf wird erneut angeführt, dass die Reklamation sich schwierig gestalten kann. Der größte Unterschied zum Vorjahr findet sich bei dem Argument, dass der Download des Gutes zu lange dauern würde. Bejahten dies im Vorjahr noch 26,8%, so führten diesen Grund dieses Jahr nur noch 20,6% an. Hier kann man deutlich den großen Anstieg Breitbandiger Internetzugänge erkennen.

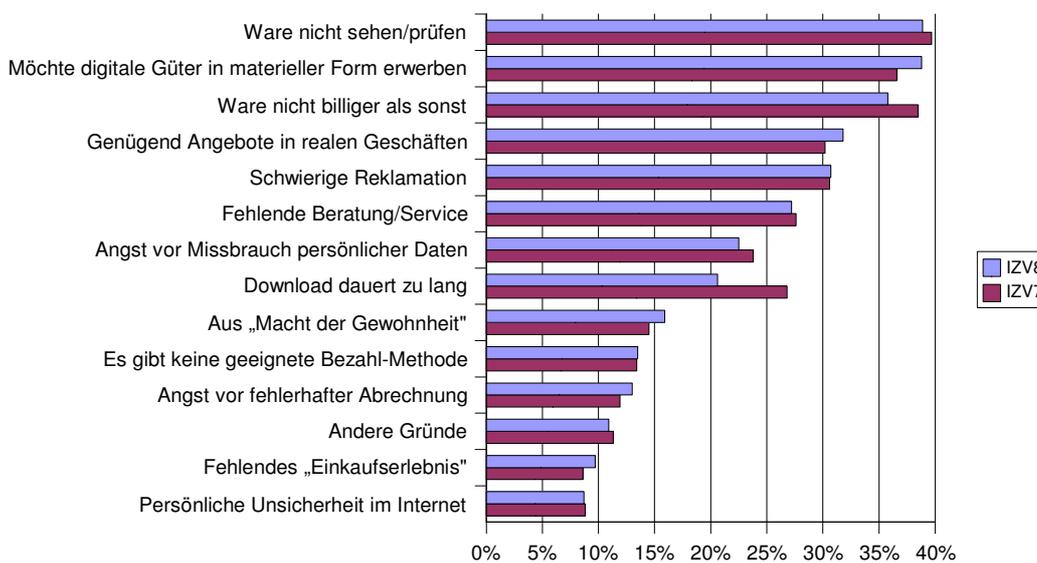


Abbildung 29: Warum haben Sie noch nie digitale Güter über das Internet gekauft?

Auf die Frage, ob sich diejenigen Teilnehmer, die bisher keine digitalen Güter online gekauft haben, vorstellen könnten online einzukaufen, wenn die vorher genannten Gründe wegfielen, antworteten insgesamt 76,1% mit ja.

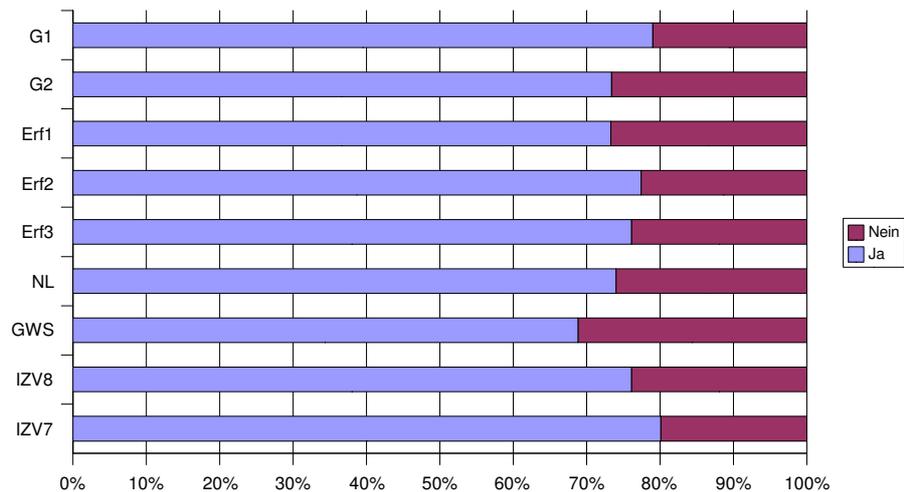


Abbildung 30: Könnten Sie sich vorstellen digitale Güter über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme gelöst sind?

3.5 Einzelsysteme

Wie in den Vorjahren wurden die Bezahlssysteme erneut in fünf Kategorien eingeteilt und diese jeweils getrennt befragt, je nachdem welche Systeme die Teilnehmer in Frage 1.9 „Welche Zahlungsmethoden kennen Sie oder haben Sie schon beim Einkaufen oder Bestellen über das Internet benutzt?“ als bekannt angegeben haben.

Hieraus ergaben sich für die Kategorien unterschiedlich große Teilnehmerzahlen, die bei der Interpretation berücksichtigt werden müssen:

	Bekannt	... und benutzt	... und nicht benutzt
Mobiltelefon	4.422	442	3.980
Inkasso-/Billing-Verfahren	9.555	5.625	3.930
Online-Banking	11.387	10.736	651
Kreditkarte	10.062	6.574	3.488
Vorausbezahlte Verfahren	8.031	2.868	5.163

Bei der Betrachtung der Nutzungsdauer der jeweiligen Systeme fällt auf, dass die beiden „alteingesessenen“ Systeme Banking und Kreditkarte am längsten benutzt werden. Hier haben jeweils fast genau acht von zehn Teilnehmern angegeben, diese beiden Systeme bereits länger als ein Jahr zu nutzen. Die vergleichsweise neueren Systeme werden entsprechend kürzer benutzt.

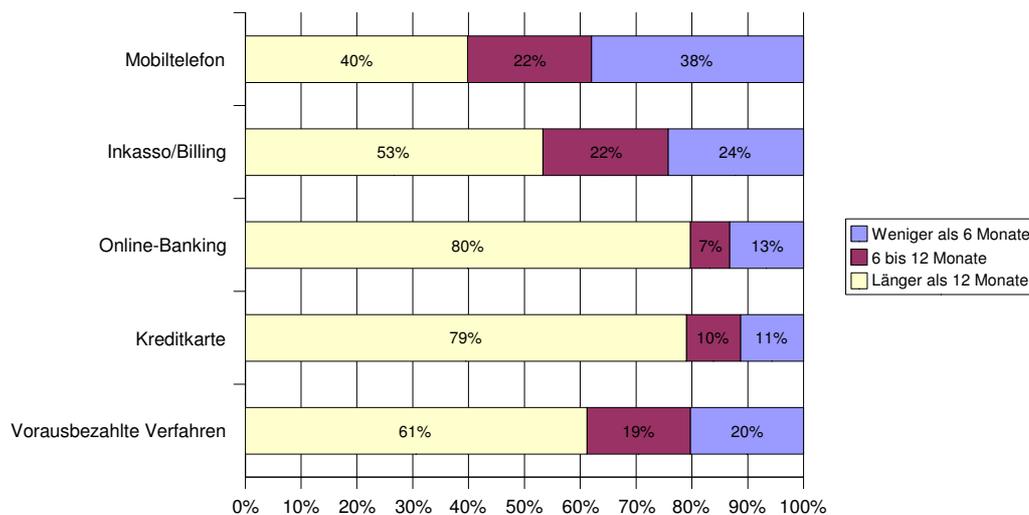


Abbildung 31: Seit wann benutzen Sie das jeweilige System?

3.5.1 Mobiltelefon

Zahlungsverfahren via Mobiltelefon scheinen für die Teilnehmer das System zu sein, mit dem kleinere Beträge gut beglichen werden können. Bei größeren Beträgen schwindet jedoch das Vertrauen der Befragten. So würden rund sechs von zehn Teilnehmern mit dem Mobiltelefon keine Beträge über 25 € begleichen, was auch dem Marktsegment von Klingeltönen und Handyspielen entspricht.

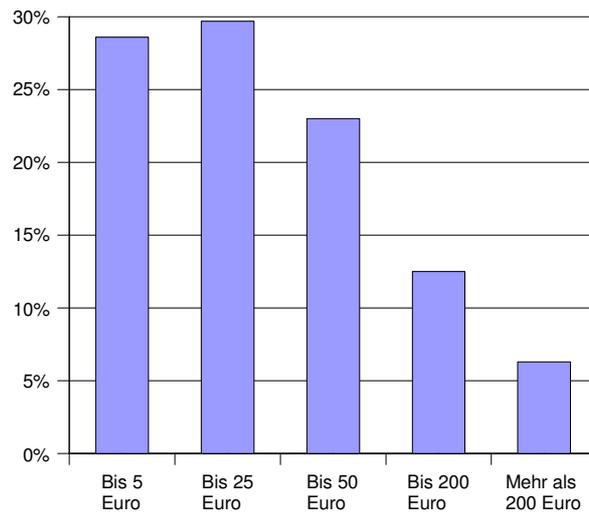


Abbildung 32: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon zu zahlen?

Die Teilnehmer wurden über ihre Gründe befragt, warum sie das mobiltelefonbasierte Zahlungssystem einsetzen und worin aus ihrer Sicht die Vorteile liegen. Dazu wurden zehn Gründe zur Auswahl gestellt, die mit einem Schulnotensystem bewertet werden konnten: stimmten die Teilnehmer vollkommen überein, vergaben sie eine „1“, stimmten sie absolut gegen einen Punkt, vergaben sie eine „6“.

Wenig überraschend wird beim Mobiltelefon als einer der wichtigsten Gründe die Mobilität genannt: zwei Drittel der Teilnehmer vergaben eine „1“ oder „2“ bei dem Punkt, dass das Verfahren von überall aus einsetzbar sei. Darauf folgt der Grund der einfachen Installation bzw. des einfachen Erlernens des Systems. 60,9% der Teilnehmer gaben dem Mobiltelefon hier eine „1“ oder eine „2“. Ähnlich gelagert ist der dritt wichtigste Punkt: für die einfache Handhabung stimmten 54,1% mit einer „1“ oder „2“. Es folgt mit 52,1% der Grund des Belastungszeitpunkts. Beim Mobiltelefon erhält der Kunde erst die Ware und muss dann bezahlen. Die darauf folgenden Gründe kamen jeweils unter 50%.

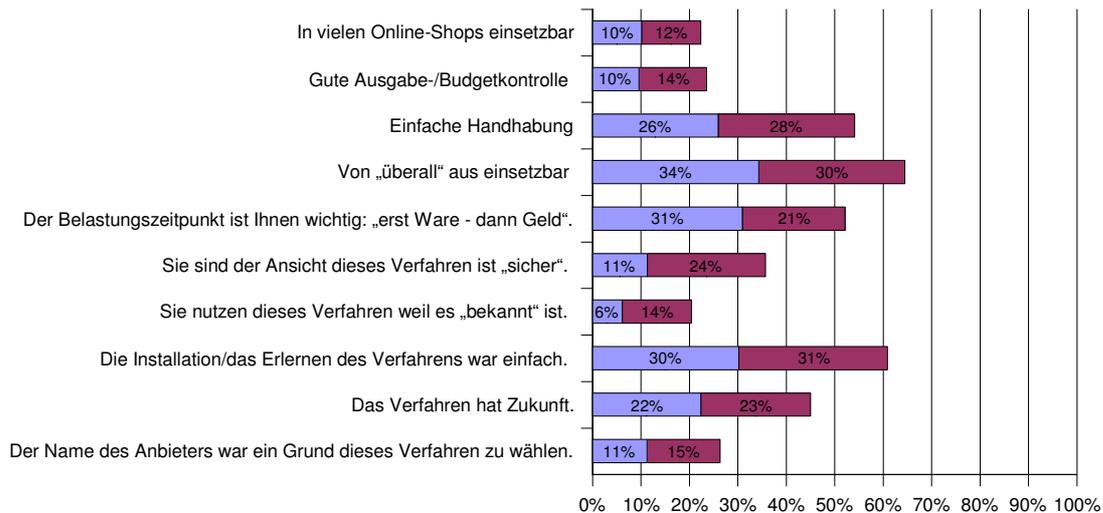


Abbildung 33: Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon?

Vergebene Noten „1“ und „2“, wobei „1“ vollkommene Zustimmung bedeutet.

3.5.2 Inkasso-/Billingsysteme

Bei Verfahren, die auf einem Inkasso-/Billingsystem beruhen, verschiebt sich die Grenze des höchsten Zahlungsbetrages im Vergleich zum Mobiltelefon. Sechs von zehn Teilnehmern würden hier bis zu 50 € mit einem solchen System begleichen.

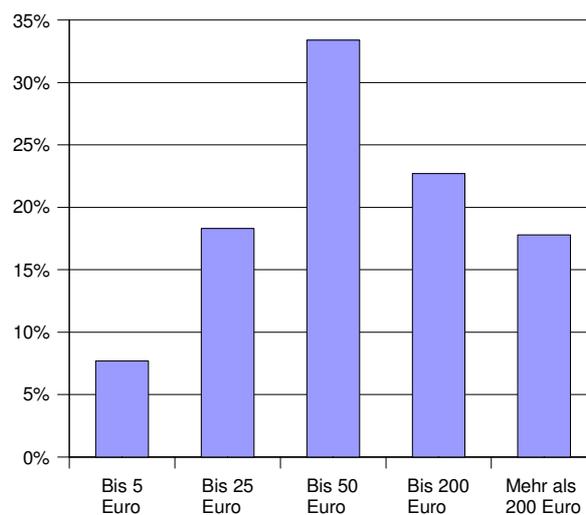


Abbildung 34: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing zu zahlen?

Die Beweggründe für den Einsatz von Inkasso-/Billing-Verfahren liegen ähnlich wie beim Mobiltelefon, fallen aber noch deutlicher aus. So geben hier 70,7% der Teilnehmer an, dass das Installieren bzw. Erlernen eines solchen Systems einfach ist, indem sie eine „1“ oder eine „2“ vergaben. Die einfache Handhabung folgt direkt dahinter mit 66,3%. Die Mobilität wird ebenfalls als hoch eingeschätzt, so dass 64,1% der Teilnehmer hier eine „1“ bzw. eine „2“ gaben. Als zukunftssträchtig wird das Verfahren mit 63,2% auch angesehen. Den Belastungszeitpunkt erachten noch 58,8% als wichtig, als sicher wird das System von 52,3% angesehen. Die folgenden Punkte erreichen unter 50%.

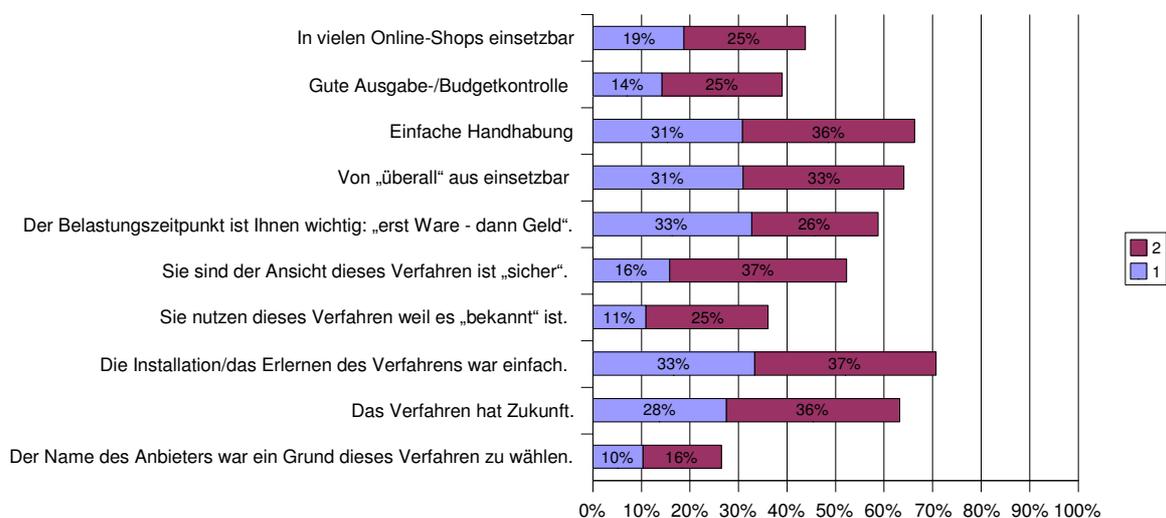


Abbildung 35: Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing?
 Vergebene Noten „1“ und „2“, wobei „1“ vollkommene Zustimmung bedeutet.

3.5.3 Online-Banking

Das klassische Banking hat bei der Umfrage den höchsten Wert von den Teilnehmern bekommen, bis zu dem sie mit dem System bezahlen würden. So sind mehr als zwei Drittel der Teilnehmer bereit via Online-Banking Beträge größer als 200 € zu bezahlen.

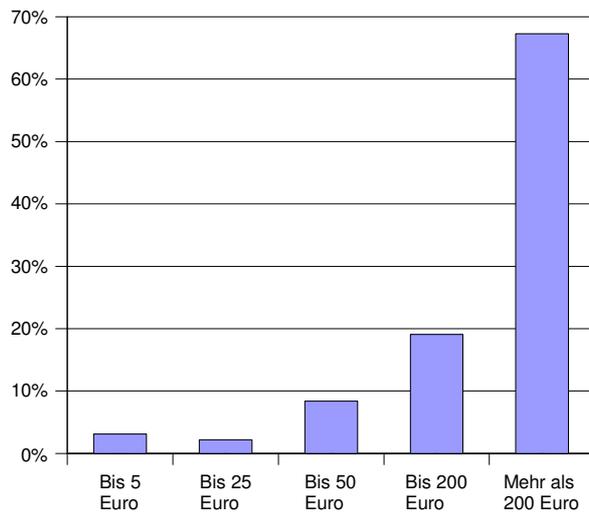


Abbildung 36: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Online-Banking zu zahlen?

Acht von zehn Teilnehmern waren der Meinung, dass Online-Banking einfach zu handhaben ist und haben deshalb eine „1“ oder eine „2“ für diesen Punkt vergeben. Auf fast identische Ergebnisse kommen die Punkte, dass das Verfahren als zukunftssicher angesehen wird, eine einfache Installation bzw. einfaches Erlernen möglich sind und dass mit Online-Banking eine gute Ausgabenkontrolle gegeben ist. 69,4% sind noch der Meinung, dass das System von überall aus einsetzbar ist. Dass das Verfahren in vielen Online-Shops benutzt werden kann, geben 58,5% an. Als sicher sehen noch 56,1% das Online-Banking an. Die weiteren Punkte liegen unter 50%.

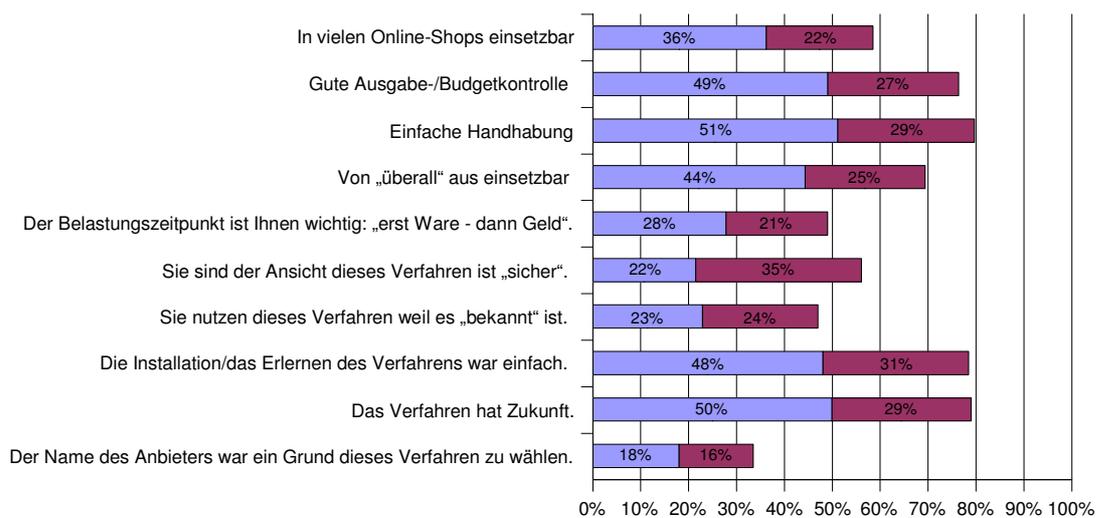


Abbildung 37: Wie beurteilen Sie Online-Banking?

Vergebene Noten „1“ und „2“, wobei „1“ vollkommene Zustimmung bedeutet.

3.5.4 Kreditkarte

64,1% der Teilnehmer geben an, mit der Kreditkarte Beträge über 200 € zu bezahlen. Dies sind nur geringfügig weniger als beim Online-Banking.

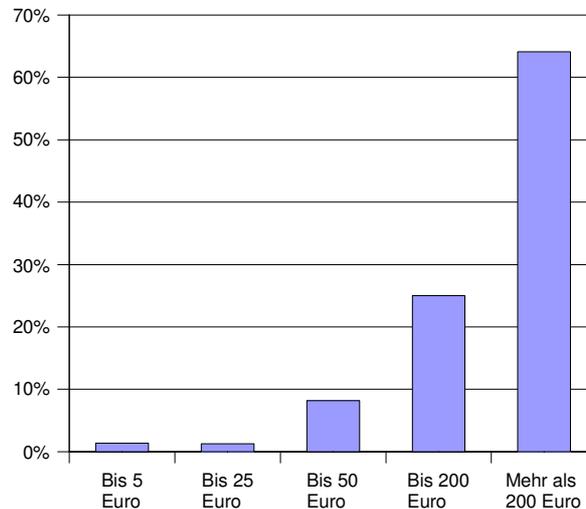


Abbildung 38: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit der Kreditkarte online zu zahlen?

Als die beiden Hauptgründe für den Einsatz der Kreditkarte haben die Teilnehmer am deutlichsten von allen verglichenen Systemen die einfache Installation/das einfache Erlernen und die einfache Handhabung der Kreditkarte hervorgehoben. So haben diese beiden Punkte zu 87% bzw. 86% eine „1“ oder eine „2“ zugesprochen bekommen. Auch die Mobilität wird als sehr hoch eingeschätzt, so haben 84,6% der Teilnehmer hier noch eine „1“ oder eine „2“ vergeben. Auch die gute Einsetzbarkeit in Online-Shops wird mit 83,9% als sehr hoch bewertet. 74,3% sind sich sicher, dass das Verfahren Zukunft hat. Das Argument des späteren Belastungszeitpunkts heben noch 55,6% hervor. Weil das System einen hohen Bekanntheitsgrad genießt, nutzen es noch 52,5%. Die folgenden Punkte liegen unter 50%.

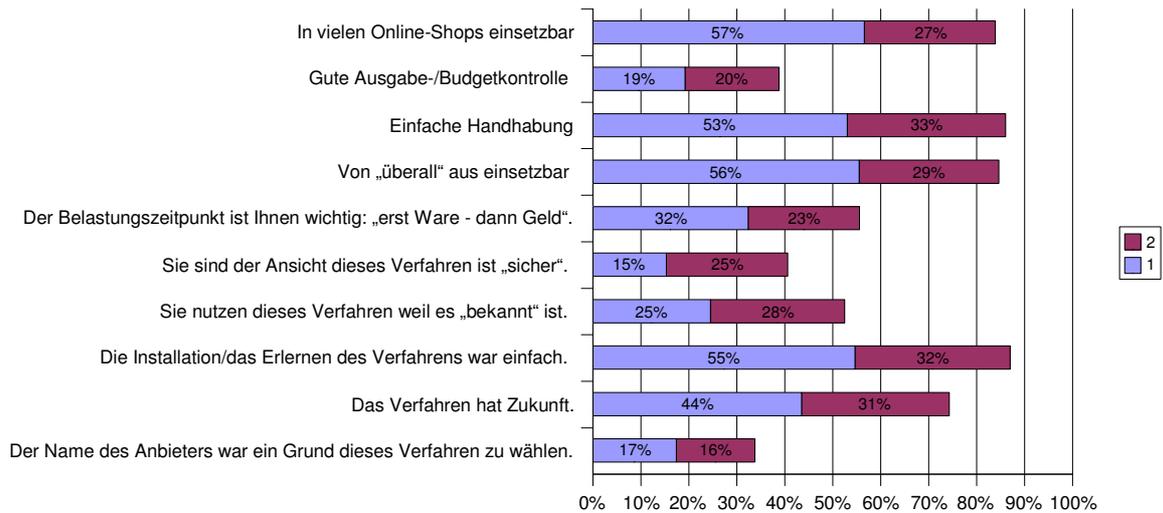


Abbildung 39: Wie beurteilen Sie die Kreditkarte online?

Vergebene Noten „1“ und „2“, wobei „1“ vollkommene Zustimmung bedeutet.

3.5.5 Vorausbezahlte Systeme

Drei Viertel der Befragten sind bereit, mit vorausbezahlten Systemen bis zu 50 € zu bezahlen.

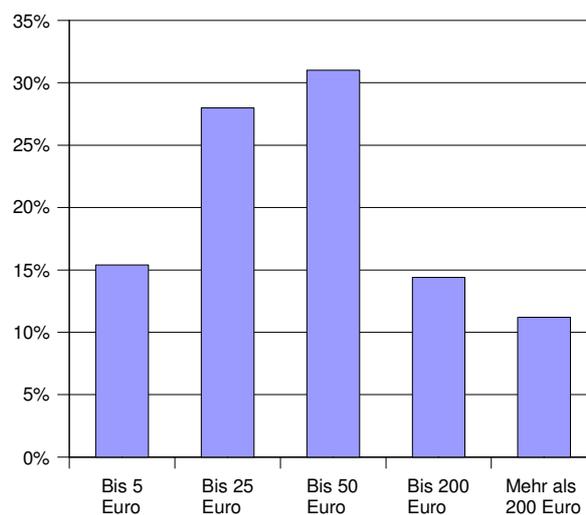


Abbildung 40: Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit vorausbezahlten Systemen zu zahlen?

Als Hauptargument für den Einsatz wurde von den Teilnehmern genannt, dass die Installation bzw. das Erlernen einfach waren. So vergaben 62,9% hier eine „1“ oder eine „2“. Die einfache Handhabung wird noch von 59% geschätzt. Eine hohe Mobilität sehen 57,3% der Teilnehmer, eine hohe Sicherheit sprechen dem System 53,6% zu.

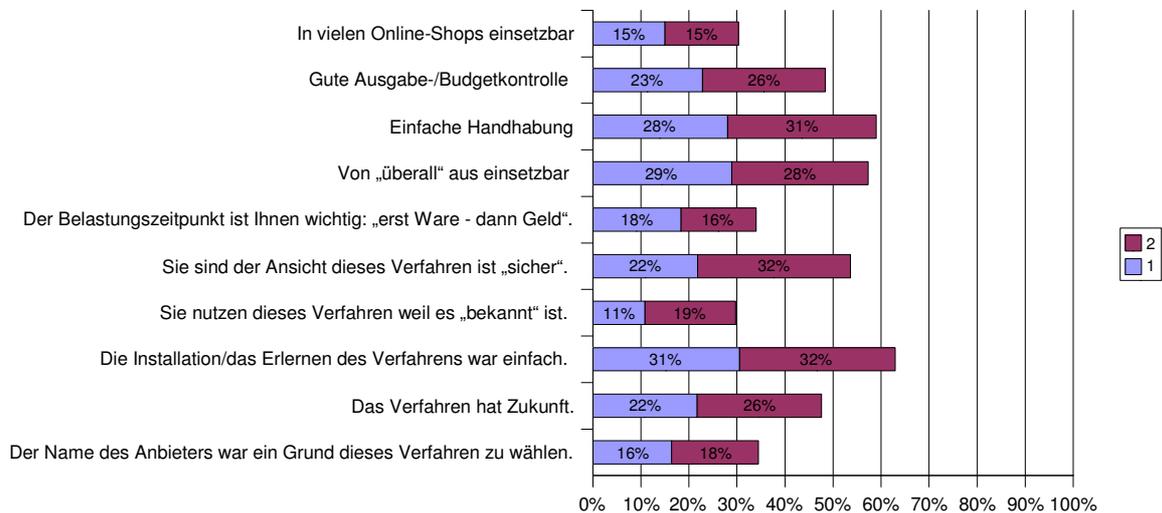


Abbildung 41: Wie beurteilen Sie die vorausbezahlte Systeme im Internet?
Vergebene Noten „1“ und „2“, wobei „1“ vollkommene Zustimmung bedeutet.

Interessant ist auch die Fragestellung, bis zu welchem Betrag die Teilnehmer mit dem jeweiligen System bezahlen würden. Hier ergeben sich sehr deutliche Unterschiede, die hier in einer Übersichtsgraphik dargestellt werden sollen.

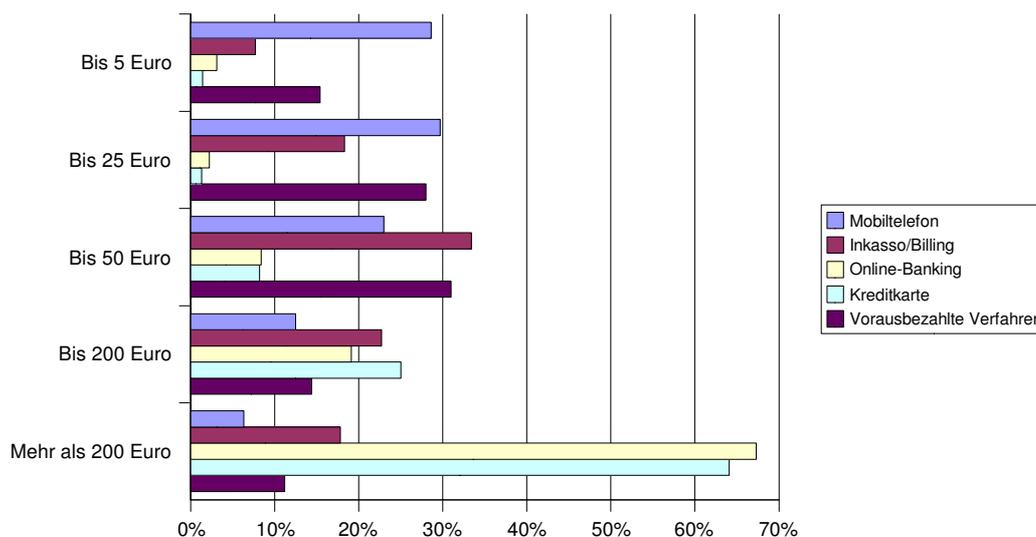


Abbildung 42: Vergleich der Einzelsysteme: Bis zu welchem Betrag würden Sie zahlen?

3.6 Erhöhung der Attraktivität von Bezahlssystemen im Internet

Wie auch im letzten Jahr hat sich bei der Frage, wie man Bezahlssysteme im Internet attraktiver gestalten könnte, eine Dreiergruppe deutlich abgezeichnet. Die Teilnehmer wünschen sich eine höhere Absicherung durch gesetzliche Rahmen, generell bessere Informationen zur Haftung im Schadensfall und eine Vereinheitlichung von Zahlungsverfahren im Internet.

Im Fragebogen konnten die Teilnehmer selbst Vorschläge machen, so dass z.T. sehr interessante Ansätze bzw. Begriffe aufkamen. Eine Art Zertifizierung von Online-Händlern durch die Zahlungsanbieter wurde oft vorgeschlagen (Schlagwort „Händler TÜV“).

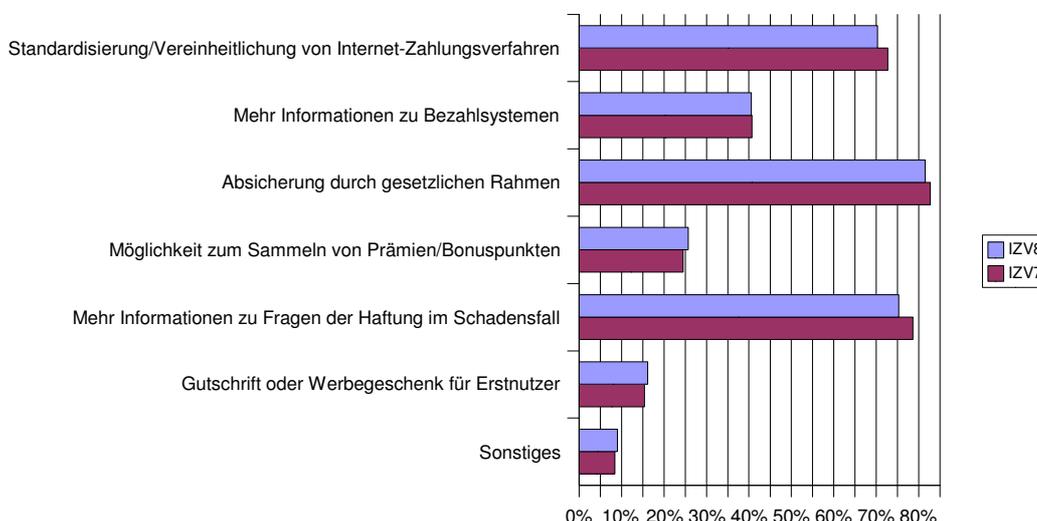


Abbildung 43: Was sollte getan werden, um das Bezahlen im Internet attraktiver zu machen?

Wie bei vorangegangenen Umfragen ist das Vertrauen der Teilnehmer (83%) den Banken gegenüber am höchsten. Mit Abstand folgen die Kreditkartengesellschaften (54%) und weit dahinter folgen Internet-Service-Provider, Telekommunikationsgesellschaften und unabhängige Dritte. Im Vergleich zum Vorjahr ist generell ein leichter Vertrauensrückgang bei durchweg allen in Frage kommenden Anbietern zu verzeichnen.

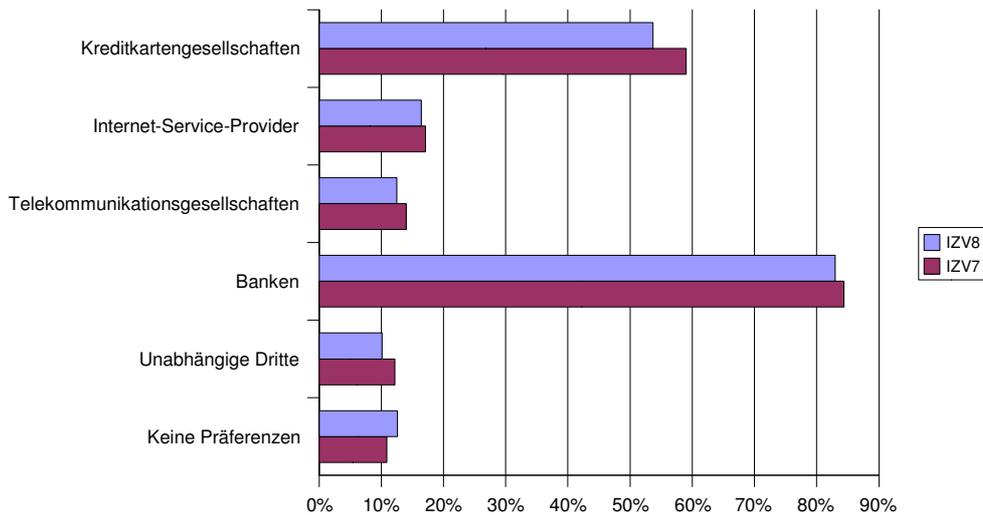


Abbildung 44: Welchem Anbieter von Bezahlssystemen schenken Sie Ihr Vertrauen?

Große Unterschiede kann man verzeichnen zwischen der festzustellenden Bereitschaft und Begeisterung, online einzukaufen und der gefühlten Sicherheit beim Bezahlen im Internet. Haben z.B. 97% der Teilnehmer bereits materielle Güter im Netz eingekauft, so fühlen sich nur 61% der Teilnehmer generell sicher, wenn sie online einkaufen.

Eine getrennte Betrachtung der Gruppen von IZV8 zeigt, dass sich die wenig erfahrenen Teilnehmer beim Bezahlen am unsichersten fühlten. 69% hatten kein gutes Gefühl beim Bezahlen. Von den sehr erfahrenen Teilnehmern fühlten sich hingegen 70% sicher beim Bezahlen im Internet. Hier besteht für die Zahlungsanbieter noch eine große Aufgabe, diese Lücke zu schließen bzw. auf Sicherheitsstandards hinzuweisen.

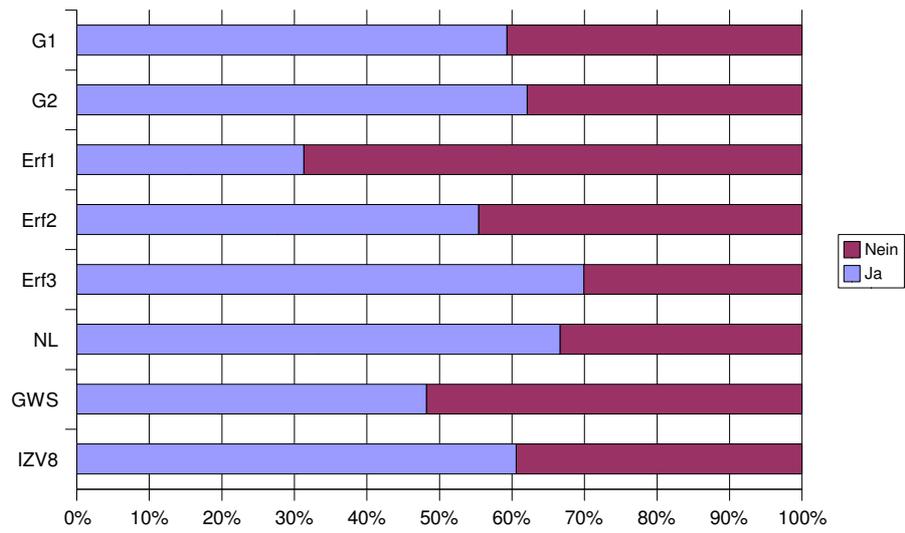


Abbildung 45: Fühlen Sie sich generell sicher, wenn Sie im Internet bezahlen?

A Anhang: Ergebnisse IZV8

Die Teilnehmer der Umfrage konnten einzelne Fragen nicht beantworten, wenn sie dies nicht wollten oder sich dazu nicht in der Lage sahen. In den folgenden tabellarisch dargestellten Ergebnissen wird deshalb immer die Anzahl gültiger Antworten von maximal N=15342 gültigen Antworten angegeben. Die Prozentzahlen beziehen sich auf das jeweilige N der Gruppierung und addieren sich wegen Rundungen nicht immer zu 100 auf. Gruppierungen der aktuellen Umfrage IZV8 sind zur Unterscheidung von Ergebnissen vorheriger Umfragen mit fetten Überschriften versehen.

Gruppierung der Teilnehmer				
Angaben in vH der Teilnehmer				
Kriterium	Abkürzung	Bedeutung	IZV8	IZV7
Erfahrung	Erf1	Wenig erfahrene Teilnehmer	6,6	7,9
	Erf2	Erfahrene Teilnehmer	47,7	47,4
	Erf3	Sehr erfahrene Teilnehmer	45,7	44,7
Herkunft	G1	Herkunft von Zahlungsanbietern	49,6	-
	G2	Alle Teilnehmer außer G1	50,4	-
Interesse	Newsleser	Herkunft von News-Seiten	29,6	-
	Gewinnspieler	Herkunft von Gewinnspiel-Seiten	7,8	-

1. Internetnutzung

1.1 Wie schätzen Sie Ihre Erfahrung mit dem Internet ein?								
N=13250, Angaben in vH der Teilnehmer								
	IZV8	G1	G2	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7	IZV6	IZV5
Eher unerfahren	6,6	8,7	4,4	1,4	9,6	7,9	14,6	12,1
Erfahren	47,7	56,3	38,2	29,8	55,1	47,4	54,2	56,0
Sehr erfahren	45,7	35,0	57,4	68,7	35,3	44,7	31,1	31,8

1.2 Seit wann nutzen Sie das Internet?									
N=14028, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Weniger als 1 Jahr	1,1	1,4	0,8	12,1	0,8	0,1	0,3	2,2	1,7
1 bis 3 Jahre	10,4	12,4	8,4	46,5	13,2	2,5	4,6	20,5	14,2
Länger als 3 Jahre	88,4	86,2	90,8	41,5	86,1	97,5	95,2	77,3	84,1

1.3 Wie nutzen Sie das Internet?									
N=13554, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Überwiegend privat	36,9	38,4	35,4	70,5	42,5	26,1	30,0	55,8	31,5
Eher privat als beruflich	35,6	34,4	36,8	17,0	34,9	39,5	40,7	31,1	35,4
Eher beruflich als privat	22,2	22,3	22,2	8,4	18,9	27,7	23,8	10,9	26,7
Überwiegend beruflich	5,3	4,9	5,6	4,1	3,8	6,7	5,5	2,3	6,4

1.4 Wie sind Sie an das Internet angebunden?									
N=14194, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Analog	5,3	7,2	3,2	14,8	7,3	2,1	1,5	6,7	8,8
ISDN	8,8	10,9	6,5	19,2	11,9	4,3	4,3	11,5	14,4
DSL+ADSL	69,6	66,5	73,1	53,4	67,1	73,7	76,6	68,9	58,6
Kabel (TV)	3,0	2,3	3,8	3,1	2,3	3,5	3,8	3,6	-
LAN des Unternehmens, der Universität	12,2	11,8	12,6	6,3	10,2	15,6	13,2	7,7	16,2
Andere	1,1	1,4	0,8	3,1	1,2	0,9	0,5	1,7	2,0

1.5 Wie oft sind Sie durchschnittlich online?									
N=14186, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Täglich mehrere Stunden	52,2	39,8	65,5	17,5	36,5	72,2	73,5	52,9	49,5
Täglich	37,3	45,4	28,5	41,7	49,1	25,2	23,3	35,6	39,2
Mehrmals pro Woche	9,5	13,2	5,5	32,9	13,4	2,5	2,9	10,3	10,2
Mehrmals pro Monat	0,9	1,4	0,4	7,1	0,9	0,1	0,2	1,1	1,1
Mehrmals pro Jahr	0,1	0,1	0,1	0,7	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1

1.6 Wie intensiv nutzen Sie das WWW für...?				
N=(13881-14104), Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich				
	IZV8			
	Nie	Selten	Häufig	Fast immer
Suche nach Informationen	0,5	8,7	53,7	37,1
Unterhaltung	6,9	33,4	37,3	22,4
Kleinanzeigen	25,5	60,1	12,3	2,1
Partnersuche	78,5	17,0	3,4	1,2
Online-Shopping	2,1	27,4	56,5	14,0
Online-Auktionen	14,8	39,2	34,8	11,2
Online-Banking	14,5	8,8	40,8	35,9
Sonstiges	16,7	16,0	32,0	35,3
Häufige Antworten „Sonstiges“ (freie Eingabe)	Administration, Bildung und Weiterbildung, Buchung von Reisen, Chat, E-Mail, Foren, Gewinnspiele, Instant Messaging, Internettelefonie, Kommunikation, Nachrichten, Preisvergleich, Produktinformationen, Reiseinformationen, Software Download und Updates, Spiele, Webdesign			

1.7 Haben Sie im Zusammenhang mit dem Einkaufen im Internet schon einmal negative Erfahrung gemacht?									
N=13444, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Nein	73,6	76,3	70,6	85,1	77,5	68,2	66,1	83,6	65,7
Ja	26,4	23,7	29,4	14,9	22,5	31,8	33,9	16,4	34,3
Häufige Antworten „Ja“ (freie Eingabe)	Abbuchung vor Warenlieferung, Beschädigte Ware, Betrug, Betrug bei Online-Auktion, Defekte Ware, Falsche Produktbeschreibung, Falsche Ware geliefert, Inanspruchnahme der Gewährleistung problematisch, Insolvenz des Verkäufers nach Bezahlung, Keine Rücknahme beschädigter Ware, Kommunikation mit Händler schwierig, Lange Lieferzeiten, Lieferung unvollständig, Rückgabe kompliziert, Schlechte Qualität der Ware, Schlechter Service, Überhöhte Versandkosten, Ware auf dem Versandweg verloren, Ware nicht geliefert, Ware nicht lieferbar, Ware offensichtlich Fälschung/Raubkopie								

1.8 Haben Sie im Zusammenhang mit dem Bezahlen im Internet schon einmal negative Erfahrung gemacht?									
N=13385, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Nein	92,4	93,3	91,4	95,0	93,9	90,7	90,0	96,2	87,6
Ja	7,6	6,7	8,6	5,0	6,1	9,3	10,0	3,8	12,4
Häufige Antworten „Ja“ (freie Eingabe)	Abbuchung ohne Auftrag, Abbuchung von Girokonto doppelt/mehrfach, Abonnement nicht wie gewünscht gekündigt, Betrug, Datendiebstahl, Falsche Rechnung, Falsche Währungsumrechnung, Kreditkartenbetrug, Lange Wartezeit bis Gutschrift erfolgte, Problematische Erstattung nach Rücksendung								

1.9 Welche Zahlungsmethoden kennen Sie oder haben Sie schon beim Einkaufen oder Bestellen über das Internet benutzt?									
N=(12518-13234), Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
		IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Mobiltelefon	Bekannt und verwendet	1,5	1,6	1,3	2,1	1,4	1,5	1,2	1,5
	Bekannt, nicht verwendet	20,0	19,6	20,5	14,9	19,8	20,7	20,3	20,4
	Unbekannt	78,5	78,8	78,2	82,9	78,8	77,9	78,5	78,1
Vorausbezahlte Systeme	Bekannt und verwendet	9,0	10,5	5,9	7,5	9,2	9,1	5,5	3,7
	Bekannt, nicht verwendet	28,3	25,2	30,3	22,5	25,9	31,6	31,5	25,1
	Unbekannt	62,7	64,4	63,9	70,0	64,9	59,4	63,0	71,1
Inkasso-/Billing-Verfahren	Bekannt und verwendet	29,6	35,7	22,9	21,1	29,5	30,9	23,4	11,6
	Bekannt, nicht verwendet	37,4	32,7	45,5	25,3	33,7	42,6	45,4	36,9
	Unbekannt	33,0	31,6	34,6	53,5	36,9	26,3	31,3	51,5
Kreditkarte	Bekannt und verwendet	47,3	48,5	46,0	23,7	41,7	56,0	50,3	25,7
	Bekannt, nicht verwendet	33,2	31,2	35,3	32,0	34,9	32,1	35,7	38,9
	Unbekannt	19,5	20,3	18,7	44,3	23,4	11,9	14,0	35,4
Bezahlen per E-Mail	Bekannt und verwendet	18,1	18,3	18,0	8,1	16,2	22,8	19,7	13,7
	Bekannt, nicht verwendet	35,7	32,3	39,3	25,8	35,5	38,9	40,6	38,7
	Unbekannt	46,1	49,3	42,7	66,1	48,3	38,3	39,6	47,7
Elektronische Lastschrift vom Händler initiiert	Bekannt und verwendet	53,2	51,2	55,4	26,9	45,8	64,2	61,9	35,2
	Bekannt, nicht verwendet	30,1	30,6	29,6	38,4	34,0	25,1	27,2	36,9
	Unbekannt	16,6	18,2	15,0	34,7	20,2	10,7	10,9	27,9
Online Lastschrift	Bekannt und verwendet	54,2	55,6	52,5	32,4	50,1	61,0	56,9	39,3
	Bekannt, nicht verwendet	33,9	32,3	35,6	44,5	36,7	29,7	33,4	42,3
	Unbekannt	12,0	12,0	11,9	23,1	13,1	9,3	9,7	18,4

1.9 Welche Zahlungsmethoden kennen Sie oder haben Sie schon beim Einkaufen oder Bestellen über das Internet benutzt?									
N=(12518-13234), Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
		IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Online Überweisung	Bekannt und verwendet	77,6	78,5	76,7	55,3	74,4	84,3	81,3	61,2
	Bekannt, nicht verwendet	17,5	16,5	18,7	30,2	20,3	12,9	15,3	29,2
	Unbekannt	4,8	5,0	4,6	14,5	5,3	2,8	3,4	9,6
Papiergebundene Lastschrift	Bekannt und verwendet	36,3	38,3	34,2	30,4	37,0	36,2	34,4	32,0
	Bekannt, nicht verwendet	51,6	48,8	54,7	45,1	49,4	55,2	56,6	49,0
	Unbekannt	12,1	13,0	11,1	24,5	13,6	8,6	9,1	19,0
Papiergebundene Überweisung	Bekannt und verwendet	52,9	54,1	51,7	49,8	53,7	52,7	52,0	50,8
	Bekannt, nicht verwendet	38,2	36,4	40,2	31,5	36,5	41,0	41,9	34,3
	Unbekannt	8,9	9,6	8,1	18,7	9,8	6,3	6,1	14,9
Nachnahme	Bekannt und verwendet	62,5	56,8	68,6	43,4	56,8	70,6	74,6	55,0
	Bekannt, nicht verwendet	32,7	37,5	27,5	42,6	37,4	26,8	23,1	35,8
	Unbekannt	4,8	5,7	3,9	14,1	5,8	2,6	2,4	9,2
Häufige Antworten „Sonstige“ (freie Eingabe)		Bargeld per Post versandt, Barzahlung bei Abholung, Bidpay, Click2pay, Dialer, e-gold, EPS, früher: Paybox, Geldkarte, iclear, Neteller, Scheck, Telefon: Premium Rate-Dienste, Western Union							

2. Kauf- und Bezahverhalten im Internet: Materielle Güter

2.1 Haben Sie schon materielle Güter über das Internet bestellt?									
N=13464, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	96,6	96,5	96,7	84,8	96,2	98,7	98,9	90,0	95,3
Nein	3,4	3,5	3,3	15,2	3,8	1,3	1,1	10,0	4,7

2.2 Wo haben Sie Ihre materiellen Güter bestellt?									
N=8307, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Nur im Inland	49,8	50,9	48,6	69,2	55,7	41,7	45,3	61,6	54,4
Überwiegend im Inland	47,3	46,8	47,9	28,6	42,2	54,6	51,2	35,9	42,8
Überwiegend im Ausland	2,7	2,2	3,2	2,0	1,9	3,5	3,3	2,3	2,6
Nur im Ausland	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2

2.3 Welche materiellen Güter haben Sie bereits über das Internet gekauft?									
N=12739, Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Bücher	87,6	89,1	85,9	72,4	86,2	90,8	86,5	80,5	87,9
Zeitschriften/Abonnements	41,4	42,5	40,2	25,8	37,6	47,1	42,8	28,3	43,6
Musik	67,8	69,7	65,8	49,7	65,3	72,9	66,9	60,3	65,6

2.3 Welche materiellen Güter haben Sie bereits über das Internet gekauft?									
N=12739, Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Filme	55,8	52,7	59,2	31,5	49,4	64,4	63,9	50,7	51,6
Entwicklung digitaler Bilder	33,5	33,6	33,5	12,4	28,6	40,8	35,9	21,5	27,0
Software	61,1	58,5	64,0	37,9	55,5	69,0	69,8	44,1	62,9
Hardware/Zubehör	69,1	61,3	77,9	32,4	59,2	82,8	88,0	50,5	65,0
Unterhaltungselektronik	46,7	42,1	51,9	21,5	37,6	58,2	58,9	37,0	40,0
Kleidung, Sportartikel	58,3	63,7	52,2	57,8	60,0	57,1	50,2	59,0	53,3
Sonstige	18,1	20,0	16,0	24,3	19,7	16,7	15,2	13,4	20,0
Häufige Antworten „Sonstige“ (freie Eingabe)	Alles Mögliche, Autoteile, Fahrkarten, Blumen, Büroartikel, Drogerieartikel, Einrichtungsgegenstände, Fahrradzubehör, Fotoartikel/-zubehör, Gartenbedarf, Geschenkartikel, Reinigungsmittel, Haushaltsartikel/-geräte, Lebensmittel, Medikamente, Kontaktlinsen, Kosmetikartikel, Küchengeräte, Möbel, Musikinstrumente, Reisen, Schmuck, Spielwaren, Tickets, Tierfutter, Waschmaschine, Wein, Werkzeug								

2.4 Wie oft haben Sie folgende Zahlungsmethoden bei Ihren Online-Bestellungen von materiellen Gütern in den letzten sechs Monaten eingesetzt?									
N=(1335-11755), Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
		IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Mobiltelefon	nie (0)	95,4	94,8	96,2	93,6	95,8	95,2	97,1	95,6
	selten (1-5)	4,1	5,0	3,2	6,0	3,7	4,3	2,9	4,0
	regelmäßig (6-15)	0,3	0,5	0,1	0,3	0,3	0,3	0,1	0,2
	häufig (ab 16)	0,2	0,3	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,2
Vorausbezahlte Systeme	nie (0)	80,9	74,8	87,9	78,5	77,7	83,8	89,8	87,8
	selten (1-5)	16,4	21,8	10,3	17,9	19,2	13,8	9,0	10,7
	regelmäßig (6-15)	2,1	2,8	1,5	2,3	2,6	1,8	0,9	1,5
	häufig (ab 16)	0,6	0,8	0,3	1,4	0,5	0,6	0,3	0,0
Inkasso-/Billing-Verfahren	nie (0)	64,0	56,1	72,9	61,6	61,0	66,8	74,7	79,2
	selten (1-5)	29,0	34,7	22,5	33,2	31,7	26,4	21,6	16,8
	regelmäßig (6-15)	5,8	7,7	3,7	4,6	6,2	5,5	3,1	3,4
	häufig (ab 16)	1,3	1,6	0,9	0,5	1,1	1,4	0,6	0,6
Kreditkarte	nie (0)	43,7	41,9	45,5	58,1	47,8	39,7	43,9	61,5
	selten (1-5)	29,8	31,6	28,0	30,6	31,5	28,6	28,1	24,3
	regelmäßig (6-15)	20,1	20,5	19,7	8,8	16,6	23,3	20,4	11,9
	häufig (ab 16)	6,4	6,0	6,8	2,6	4,1	8,4	7,6	2,3
Bezahlen per E-Mail	nie (0)	68,9	66,7	70,9	78,0	72,1	66,2	70,2	74,1
	selten (1-5)	23,4	24,7	22,2	19,7	22,2	24,3	22,6	20,5
	regelmäßig (6-15)	5,9	6,7	5,1	2,0	4,5	7,2	5,4	4,6
	häufig (ab 16)	1,8	1,9	1,7	0,2	1,3	2,2	1,9	0,7
Elektronische Lastschrift vom Händler initiiert	nie (0)	42,0	42,6	41,4	58,9	47,3	36,4	38,3	54,7
	selten (1-5)	39,4	40,1	38,7	34,4	38,3	40,9	40,0	31,0
	regelmäßig (6-15)	14,6	13,9	15,3	5,7	11,7	17,6	16,6	10,9
	häufig (ab 16)	4,0	3,4	4,6	1,0	2,7	5,1	5,1	3,5

2.4 Wie oft haben Sie folgende Zahlungsmethoden bei Ihren Online-Bestellungen von materiellen Gütern in den letzten sechs Monaten eingesetzt?

N=(1335-11755), Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich

		IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Online Lastschrift	nie (0)	45,0	43,7	46,5	57,2	48,1	41,5	44,2	53,1
	selten (1-5)	36,9	38,1	35,5	30,7	36,4	38,1	37,1	30,6
	regelmäßig (6-15)	14,3	14,7	13,8	10,0	12,6	15,8	14,6	12,9
	häufig (ab 16)	3,8	3,5	4,2	2,1	2,9	4,6	4,4	3,4
Online Überweisung	nie (0)	21,6	20,5	22,7	33,9	24,2	17,4	20,2	30,0
	selten (1-5)	26,8	26,6	27,0	25,3	26,4	27,4	27,7	24,3
	regelmäßig (6-15)	30,8	31,9	29,7	28,4	30,4	31,6	30,3	26,8
	häufig (ab 16)	20,8	21,0	20,6	12,4	19,0	23,5	21,8	18,9
Papiergebundene Lastschrift	nie (0)	70,5	69,0	72,1	60,7	69,8	73,0	74,2	62,0
	selten (1-5)	22,9	24,2	21,4	29,9	23,4	21,2	20,6	25,7
	regelmäßig (6-15)	5,1	5,1	5,1	6,8	5,4	4,3	4,2	10,1
	häufig (ab 16)	1,5	1,7	1,4	2,6	1,4	1,5	1,1	2,2
Papiergebundene Überweisung	nie (0)	57,8	56,4	59,4	41,6	54,0	63,8	63,3	42,6
	selten (1-5)	28,2	28,9	27,6	35,0	30,5	25,2	25,9	33,0
	regelmäßig (6-15)	9,8	10,6	9,0	17,0	11,3	7,4	7,5	16,6
	häufig (ab 16)	4,1	4,1	4,1	6,4	4,2	3,7	3,3	7,8
Nachnahme	nie (0)	45,5	50,3	40,3	51,3	49,4	42,2	37,2	44,6
	selten (1-5)	42,7	41,1	44,4	40,3	40,9	44,3	45,7	41,3
	regelmäßig (6-15)	8,3	6,3	10,3	6,5	7,0	9,2	11,5	10,3
	häufig (ab 16)	3,6	2,3	4,9	1,9	2,8	4,4	5,6	3,9

2.5 Warum haben Sie noch nie materielle Güter über das Internet bestellt?

N=436, Angaben in vH der Teilnehmer, Auswahl der drei wichtigsten Gründe

	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ware nicht billiger als sonst	28,2	27,2	29,4	19,5	28,8	41,2	36,6	25,3	24,5
Zu lange Lieferzeiten	14,0	14,0	13,9	14,4	12,6	14,7	14,6	14,7	8,6
Ware nicht sehen/prüfen	55,3	55,3	55,2	61,0	53,5	51,5	43,6	58,9	54,9
Genügend Angebote in realen Geschäften	34,4	33,6	35,3	35,6	34,4	30,9	39,0	34,7	34,5
Fehlende Beratung/Service	33,0	32,3	33,8	32,2	34,0	25,0	36,6	30,5	35,4
Schwierige Reklamation	36,6	34,0	35,3	35,6	32,1	35,3	41,5	32,6	32,2
Es gibt keine geeignete Bezahl-Methode	16,1	14,5	17,9	18,6	14,0	16,2	22,0	18,9	12,1
Angst vor fehlerhafter Abrechnung	20,9	20,9	20,9	21,2	19,1	20,6	19,5	26,3	17,1
Persönliche Unsicherheit im Internet	15,4	19,2	10,9	29,7	11,2	5,9	4,9	14,7	20,9
Angst vor Missbrauch persönlicher Daten durch Online-Shops oder Dritte	35,3	39,2	30,9	37,3	37,7	20,6	36,6	31,6	41,9
Fehlendes „Einkaufserlebnis“	15,4	14,0	16,9	8,5	17,7	14,7	19,5	16,8	15,3
Aus „Macht der Gewohnheit“, im herkömmlichen Laden einzukaufen	25,7	27,2	23,9	23,7	26,5	30,9	26,8	26,3	23,3

2.5 Warum haben Sie noch nie materielle Güter über das Internet bestellt?									
N=436, Angaben in vH der Teilnehmer, Auswahl der drei wichtigsten Gründe									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Fehlende Annahmemöglichkeiten von Postpaketen	8,5	10,6	6,0	10,2	7,0	8,8	4,9	8,4	12,7
Andere Gründe	5,3	4,7	6,0	2,5	6,5	8,8	7,3	2,1	5,3

2.6 Könnten Sie sich vorstellen Waren über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme geeignet gelöst werden?									
N=449, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	73,9	77,5	69,8	72,5	77,5	68,1	78,0	69,1	75,8
Nein	26,1	22,5	30,2	27,5	22,5	31,9	22,0	30,9	24,2

3. Kauf- und Bezahverhalten im Internet: Digitale Güter

3.1 Angenommen, Sie haben im Internet ein digitales und kostenpflichtiges Gut gefunden, welches Sie interessiert. Wie handeln Sie?									
N=12953, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Bezahlen	34,7	36,5	32,7	30,8	34,7	35,0	33,6	23,8	33,5
Suchen, dann bezahlen	51,1	51,7	50,4	47,9	51,0	51,7	49,3	54,0	51,2
Verzichten	14,2	11,8	16,8	21,3	14,3	13,3	17,1	22,2	15,3

3.2 Haben Sie schon digitale Güter über das Internet gekauft?									
N=12995, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	64,9	67,5	61,9	40,8	60,8	72,3	66,7	38,0	62,2
Nein	35,1	32,5	38,1	59,2	39,2	27,7	33,3	62,0	37,8

3.3 Wo haben Sie Ihre digitalen Güter gekauft?									
N=4586, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Nur im Inland	52,6	57,7	46,6	70,7	62,1	43,5	42,7	64,8	52,4
Überwiegend im Inland	38,5	36,9	40,4	26,1	32,6	43,9	42,4	29,6	36,7
Überwiegend im Ausland	7,8	4,9	11,2	2,7	4,6	11,1	12,5	5,1	9,3
Nur im Ausland	1,1	0,5	1,9	0,5	0,7	1,5	2,4	0,5	1,6

3.4 Welche Arten von digitalen Gütern haben Sie bereits über das Internet gekauft?									
N=8262, Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Musik	50,2	53,2	46,4	40,8	48,5	52,2	44,4	56,6	25,7
Spiele	27,1	28,4	25,5	29,6	26,9	26,8	24,7	35,6	-
Filme	10,0	9,9	10,2	11,6	9,3	10,4	10,1	12,1	9,4
Software	70,0	67,8	72,8	61,1	67,2	72,5	75,4	54,6	-

3.4 Welche Arten von digitalen Gütern haben Sie bereits über das Internet gekauft?									
N=8262, Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Zeitungsartikel/Nachrichten	36,7	39,1	33,8	23,5	34,6	39,3	34,9	17,2	40,5
Fachliteratur	29,7	32,4	26,4	19,3	28,7	31,5	25,0	19,3	32,5
Elektronische Bücher	23,0	23,9	21,9	19,0	19,9	25,8	22,0	14,4	23,6
Dienstleistungen	26,4	28,3	24,0	21,9	23,5	29,3	25,2	18,7	20,6
Ticketing	41,4	41,3	41,4	26,0	36,9	46,3	43,5	31,6	39,2
Reisen	43,8	45,5	41,6	33,4	41,2	46,8	40,9	32,5	38,9
Kontaktanzeigen	4,3	4,8	3,7	6,1	4,2	4,2	3,8	3,7	-
Kontaktbörsen	4,2	4,5	3,9	4,8	3,6	4,7	3,9	4,0	-
Glücksspiele/Wetten	16,6	17,4	15,7	11,6	15,2	18,3	15,9	11,8	7,7
Erotik	6,4	6,2	6,6	7,7	5,6	6,9	7,1	3,2	8,9
Sonstiges	3,0	2,6	3,5	2,3	2,5	3,4	3,7	2,6	4,1

3.5 Würden Sie wieder digitale und kostenpflichtige Güter über das Internet kaufen?									
N=8225, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	95,3	95,8	94,7	90,3	94,9	96,1	95,1	89,2	96,0
Nein	4,7	4,2	5,3	9,7	5,1	3,9	4,9	10,8	4,0

3.6 Digitale Güter: Wie haben Sie bezahlt?									
N=(886-7576), Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich									
		IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Mobiltelefon	nie (0)	95,8	95,0	96,6	88,4	95,8	96,0	97,3	91,6
	selten (1-5)	3,4	4,0	2,7	8,4	3,5	3,2	2,1	5,8
	regelmäßig (6-15)	0,6	0,5	0,7	3,2	0,4	0,6	0,5	1,8
	häufig (ab 16)	0,3	0,4	0,1	0,0	0,3	0,2	0,0	0,9
Vorausbezahlte Systeme	nie (0)	80,3	75,6	86,5	76,2	77,8	82,4	88,3	88,6
	selten (1-5)	15,6	20,0	10,5	18,6	18,2	13,5	9,4	8,0
	regelmäßig (6-15)	2,9	3,7	2,0	3,6	3,0	2,8	1,5	3,4
	häufig (ab 16)	1,1	1,3	0,9	1,6	1,0	1,3	0,7	0,0
Inkasso-/Billing-Verfahren	nie (0)	59,8	53,3	72,6	56,0	56,2	63,1	69,5	73,9
	selten (1-5)	29,6	34,6	20,5	36,6	33,8	25,9	22,4	19,1
	regelmäßig (6-15)	8,0	9,3	5,0	6,0	7,9	7,9	6,2	5,5
	häufig (ab 16)	2,6	2,8	1,9	1,4	2,0	3,1	2,0	1,6
Kreditkarte	nie (0)	48,1	48,6	47,5	58,7	52,4	44,8	46,0	63,9
	selten (1-5)	30,9	31,0	30,8	27,8	31,4	30,3	31,3	23,9
	regelmäßig (6-15)	15,6	15,5	15,8	9,5	13,2	17,8	16,4	10,0
	häufig (ab 16)	5,4	4,9	6,0	4,0	2,9	7,1	6,3	2,2
Bezahlen per E-Mail	nie (0)	77,6	76,7	78,6	81,5	79,7	76,6	77,5	81,8
	selten (1-5)	17,0	17,6	16,5	14,7	16,8	16,8	17,1	14,1
	regelmäßig (6-15)	4,0	4,2	3,6	3,8	2,6	4,9	3,9	3,6
	häufig (ab 16)	1,4	1,5	1,3	0,0	0,9	1,7	1,5	0,5

3.6 Digitale Güter: Wie haben Sie bezahlt?

N=(886-7576), Angaben in vH der Teilnehmer, Mehrfachnennungen möglich

		IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Elektronische Lastschrift vom Händler initiiert	nie (0)	66,2	65,5	66,9	63,3	65,4	66,8	67,5	68,3
	selten (1-5)	25,4	26,4	24,2	31,0	27,8	23,4	23,1	23,4
	regelmäßig (6-15)	6,7	6,6	6,8	4,8	5,6	7,6	7,2	7,2
	häufig (ab 16)	1,8	1,5	2,1	1,0	1,2	2,1	2,1	1,1
Online Lastschrift	nie (0)	65,6	63,4	68,3	62,2	63,9	67,6	69,5	64,7
	selten (1-5)	24,5	26,7	21,9	30,7	27,3	22,0	21,1	20,8
	regelmäßig (6-15)	7,8	8,1	7,5	5,5	7,3	8,2	7,1	12,1
	häufig (ab 16)	2,0	1,8	2,3	1,7	1,6	2,1	2,3	2,4
Online Überweisung	nie (0)	49,2	46,4	52,5	39,9	46,3	52,5	53,8	52,2
	selten (1-5)	28,4	29,7	26,8	35,7	29,8	26,6	26,2	22,8
	regelmäßig (6-15)	15,5	16,5	14,2	17,4	16,8	14,1	13,7	16,9
	häufig (ab 16)	6,9	7,4	6,4	7,0	7,1	6,7	6,3	8,1
Papiergebundene Lastschrift	nie (0)	86,5	85,3	88,0	73,5	84,4	89,3	89,5	79,1
	selten (1-5)	10,3	11,5	9,0	19,1	12,5	8,1	7,7	14,7
	regelmäßig (6-15)	2,6	2,7	2,5	6,5	2,6	2,0	2,3	4,8
	häufig (ab 16)	0,6	0,6	0,6	0,9	0,5	0,6	0,5	1,4
Papiergebundene Überweisung	nie (0)	81,3	79,6	83,2	62,2	77,8	85,6	85,2	70,7
	selten (1-5)	13,5	15,0	11,7	24,3	16,4	10,5	10,4	18,4
	regelmäßig (6-15)	3,9	4,1	3,6	10,0	4,3	2,9	3,0	7,9
	häufig (ab 16)	1,4	1,2	1,6	3,5	1,5	1,1	1,5	3,0

3.7 Warum haben Sie noch nie digitale Güter über das Internet gekauft?

N=4453, Angaben in vH der Teilnehmer, Auswahl der drei wichtigsten Gründe

	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ware nicht billiger als sonst	35,8	30,1	41,3	20,5	31,7	46,5	47,6	33,3	38,5
Download dauert zu lang	20,6	25,5	15,8	25,7	24,8	13,0	11,6	21,0	26,8
Ware nicht sehen/prüfen	38,9	40,9	36,9	38,8	40,8	36,1	33,7	43,3	39,7
Genügend Angebote in realen Geschäften	31,8	31,3	32,4	22,1	32,2	34,2	34,1	31,9	30,2
Fehlende Beratung/Service	27,2	31,6	22,9	35,3	31,5	18,2	18,3	28,2	27,6
Schwierige Reklamation	30,7	29,7	31,6	27,5	30,3	31,7	31,7	32,2	30,6
Es gibt keine geeignete Bezahl-Methode	13,5	9,8	17,1	11,6	11,3	17,1	20,7	11,3	13,4
Angst vor fehlerhafter Abrechnung	13,0	14,6	11,4	23,0	13,8	8,4	8,4	16,4	11,9
Persönliche Unsicherheit im Internet	8,7	11,8	5,7	37,5	7,4	1,4	2,2	9,0	8,8
Angst vor Missbrauch persönlicher Daten durch Online-Shops oder Dritte	22,5	24,5	20,6	36,2	23,3	17,0	18,9	18,1	23,8
Fehlendes „Einkaufserlebnis“	9,7	9,7	9,7	8,9	10,1	8,6	9,1	12,3	8,6
Aus „Macht der Gewohnheit“, im herkömmlichen Laden einzukaufen	15,9	18,1	13,8	20,8	17,5	12,0	11,0	17,4	14,5
Möchte digitale Güter in materieller Form erwerben	38,8	34,4	43,0	24,3	37,0	46,7	51,5	32,4	36,6
Andere Gründe	10,9	7,4	14,3	4,2	8,0	17,0	19,3	5,5	11,3

3.8 Könnten Sie sich vorstellen digitale Güter über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme gelöst sind?									
N=4468, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	76,1	79,0	73,4	73,3	77,4	76,1	74,0	68,8	80,1
Nein	23,9	21,0	26,6	26,7	22,6	23,9	26,0	31,2	19,9

4.1 Einzelsysteme: Mobiltelefon

4.1.1 Seit wann benutzen Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon?									
N=442, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Weniger als 6 Monate	38,0	38,1	37,8	51,6	42,9	31,5	26,4	62,1	39,5
6 bis 12 Monate	22,2	23,7	20,0	16,1	20,9	23,6	20,8	27,6	>6:
Länger als 12 Monate	39,8	38,1	42,2	32,3	36,3	44,8	52,8	10,3	60,5

4.1.2 Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon?						
N=(435-444), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	10,1	12,2	16,8	17,0	21,6	22,3
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	9,6	13,9	20,7	23,2	16,9	15,7
Einfache Handhabung	25,9	28,2	22,0	10,1	6,9	6,9
Von „überall“ aus einsetzbar	34,3	30,2	19,9	8,0	3,4	4,1
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	30,9	21,2	23,9	11,0	5,9	7,2
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	11,3	24,4	29,8	17,2	9,0	8,4
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	6,1	14,3	22,5	22,0	17,3	17,7
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	30,2	30,7	20,0	9,8	3,9	5,5
Das Verfahren hat Zukunft.	22,3	22,7	25,2	15,7	5,0	9,1
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	11,2	15,1	18,3	16,2	14,0	25,2

4.1.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon zu zahlen?								
N=448, Angaben in vH der Teilnehmer								
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Bis 5 Euro	28,6	26,4	31,6	16,7	35,6	24,0	31,8	35,5
Bis 25 Euro	29,7	31,4	27,3	46,7	27,1	30,9	20,6	45,2
Bis 50 Euro	23,0	24,5	20,9	26,7	21,3	24,0	18,7	9,7
Bis 200 Euro	12,5	10,7	15,0	10,0	11,2	12,7	20,6	9,7
Mehr als 200 Euro	6,3	6,9	5,3	0,0	4,8	8,3	8,4	0,0

4.1.4 Warum haben Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon noch nicht eingesetzt?						
N=(3905-3980), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	20,2	13,6	20,4	20,3	12,5	13,0
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	58,7	17,5	9,2	3,5	2,6	8,4
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	73,7	13,9	5,5	2,6	1,4	3,0
Das Verfahren ist zu kompliziert.	14,4	11,6	25,5	22,7	12,4	13,3
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	8,2	6,6	15,9	20,5	15,7	33,1

4.1.5 Könnten Sie sich vorstellen Bezahlverfahren mittels Mobiltelefon trotzdem einzusetzen?									
N=4022, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	15,6	16,0	15,2	7,0	11,1	20,7	17,7	8,1	44,9
Eventuell	54,0	57,3	50,3	51,2	58,0	51,0	49,5	53,7	-
Nein	30,4	26,6	34,5	41,9	30,9	28,3	32,8	38,3	55,1

4.2 Einzelsysteme: Inkasso/Billing

4.2.1 Seit wann benutzen Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing?									
N=5625, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Weniger als 6 Monate	24,3	25,8	21,6	40,9	28,0	19,4	18,6	37,1	37,4
6 bis 12 Monate	22,4	23,4	20,5	26,2	24,9	19,8	20,0	27,7	>6:
Länger als 12 Monate	53,3	50,7	57,9	32,9	47,1	60,8	61,4	35,2	62,6

4.2.2 Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing?						
N=(5515-5591), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	18,7	25,1	29,6	14,7	8,0	3,8
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	14,2	24,8	27,7	17,7	9,9	5,7
Einfache Handhabung	30,8	35,5	20,4	7,8	3,0	2,4
Von „überall“ aus einsetzbar	30,9	33,2	21,2	8,6	3,6	2,5
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	32,7	26,1	21,5	10,3	5,3	4,1
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	15,8	36,5	31,1	9,8	4,0	2,9
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	10,9	25,2	26,5	17,9	10,5	9,0
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	33,3	37,4	17,9	6,7	2,4	2,2
Das Verfahren hat Zukunft.	27,5	35,7	23,3	7,8	3,2	2,6
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	10,3	16,2	19,6	17,3	13,7	22,9

4.2.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing zu zahlen? N=5644, Angaben in vH der Teilnehmer								
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Bis 5 Euro	7,7	6,4	10,1	9,5	7,3	7,6	11,8	10,8
Bis 25 Euro	18,3	17,2	20,3	18,6	17,3	19,2	21,0	20,9
Bis 50 Euro	33,4	34,2	32,0	42,1	35,4	30,8	29,9	39,9
Bis 200 Euro	22,7	24,2	20,1	21,5	25,1	20,8	18,4	17,1
Mehr als 200 Euro	17,8	18,0	17,5	8,3	14,9	21,6	18,9	11,4

4.2.4 Warum haben Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing noch nicht eingesetzt? N=(3840-3930), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	19,5	15,0	23,3	20,6	12,3	9,3
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	53,3	18,4	10,3	4,8	3,6	9,5
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	68,7	16,8	7,1	3,3	1,7	2,4
Das Verfahren ist zu kompliziert.	15,4	13,9	27,4	22,2	11,3	9,9
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	10,9	8,0	18,3	21,1	14,3	27,4

4.2.5 Könnten Sie sich vorstellen Bezahlverfahren mittels Inkasso/Billing trotzdem einzusetzen? N=3981, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	9,1	10,1	8,4	5,7	7,9	10,6	8,7	4,5	47,5
Eventuell	53,5	57,8	50,5	55,7	55,0	52,3	50,9	47,2	-
Nein	37,4	32,1	41,0	38,5	37,1	37,1	40,4	48,3	52,5

4.3 Einzelsysteme: Online-Banking

4.3.1 Seit wann benutzen Sie Online-Banking? N=10736, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Weniger als 6 Monate	13,3	13,4	13,1	28,2	16,1	9,1	10,7	26,2	7,4
6 bis 12 Monate	7,0	7,2	6,8	13,5	8,1	5,4	5,7	13,0	>6: 92,7
Länger als 12 Monate	79,7	79,4	80,1	58,6	75,8	85,5	83,5	60,8	

4.3.2 Wie beurteilen Sie Online-Banking? N=(10738-10874), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	36,2	22,3	17,7	10,3	6,5	6,9
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	49,0	27,4	13,1	5,6	2,3	2,7
Einfache Handhabung	51,1	28,6	12,4	4,6	1,5	1,9

4.3.2 Wie beurteilen Sie Online-Banking?		N=(10738-10874), Angaben in vH der Teilnehmer					
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8						
	1	2	3	4	5	6	
Von „überall“ aus einsetzbar	44,3	25,1	15,6	7,8	3,9	3,4	
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	27,8	21,2	22,3	15,6	6,4	6,6	
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	21,5	34,6	24,9	10,1	4,3	4,6	
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	22,9	24,1	19,5	13,7	8,2	11,6	
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	48,0	30,5	12,8	4,6	1,7	2,3	
Das Verfahren hat Zukunft.	49,9	29,1	12,7	4,2	1,6	2,4	
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	18,0	15,5	17,4	14,6	9,8	24,7	

4.3.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Online-Banking zu zahlen?		N=10846, Angaben in vH der Teilnehmer						
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Bis 5 Euro	3,1	2,7	3,5	8,5	3,5	2,0	2,7	7,8
Bis 25 Euro	2,2	2,5	1,9	4,9	2,7	1,3	1,2	5,0
Bis 50 Euro	8,4	9,1	7,5	16,3	9,8	6,4	6,0	14,0
Bis 200 Euro	19,1	19,6	18,8	24,0	22,3	15,3	15,7	29,5
Mehr als 200 Euro	67,3	66,5	68,3	46,3	61,6	75,0	74,3	43,7

4.3.4 Warum haben Sie Online-Banking noch nicht eingesetzt?		N=(635-651), Angaben in vH der Teilnehmer					
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8						
	1	2	3	4	5	6	
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	31,5	15,8	15,4	10,1	11,2	16,0	
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	33,6	15,7	14,0	8,8	6,6	21,1	
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	42,4	18,2	13,0	7,7	6,0	12,7	
Das Verfahren ist zu kompliziert.	12,6	11,2	19,8	18,1	12,8	25,5	
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	10,2	6,9	14,8	15,9	14,4	37,8	

4.3.5 Könnten Sie sich vorstellen Online-Banking trotzdem einzusetzen?		N=663, Angaben in vH der Teilnehmer								
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7	
Ja	37,6	44,3	31,2	23,6	37,5	42,7	35,3	24,8	66,7	
Eventuell	39,5	36,8	42,1	46,1	41,1	35,4	41,2	47,7	-	
Nein	22,9	18,9	26,8	30,3	21,4	22,0	23,5	27,5	33,3	

4.4 Einzelsysteme: Kreditkarte

4.4.1 Seit wann benutzen Sie die Kreditkarte online?									
N=6574, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Weniger als 6 Monate	11,3	11,6	11,0	20,9	12,0	10,0	9,4	25,3	10,7
6 bis 12 Monate	9,7	10,1	9,1	17,6	11,0	7,9	8,6	12,6	>6:
Länger als 12 Monate	79,0	78,4	79,9	61,5	77,0	82,0	82,0	62,1	89,2

4.4.2 Wie beurteilen Sie die Kreditkarte online?						
N=(6553-6615), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	56,6	27,3	10,5	3,4	1,1	1,1
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	19,2	19,6	24,0	19,5	11,4	6,4
Einfache Handhabung	53,0	33,0	9,6	2,5	0,8	1,0
Von „überall“ aus einsetzbar	55,5	29,1	9,3	3,3	1,4	1,4
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	32,4	23,2	20,9	13,1	5,5	4,9
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	15,3	25,3	29,6	16,3	8,6	4,9
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	24,5	28,0	20,7	11,3	6,4	9,1
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	54,6	32,4	9,0	2,0	0,9	1,1
Das Verfahren hat Zukunft.	43,5	30,8	16,0	5,8	2,1	1,8
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	17,4	16,4	18,5	14,6	9,4	23,7

4.4.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit der Kreditkarte online zu zahlen?								
N=6626, Angaben in vH der Teilnehmer								
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Bis 5 Euro	1,4	1,2	1,8	2,9	1,7	1,2	1,3	5,3
Bis 25 Euro	1,3	1,5	1,2	1,7	1,6	1,2	0,8	3,5
Bis 50 Euro	8,2	9,1	7,1	13,8	10,0	6,4	5,8	13,4
Bis 200 Euro	25,0	26,7	22,8	39,7	29,9	19,6	20,9	29,7
Mehr als 200 Euro	64,1	61,6	67,1	41,8	56,8	71,6	71,1	48,1

4.4.4 Warum haben Sie die Kreditkarte online noch nicht eingesetzt?						
N=(3435-3488), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	26,7	15,4	18,3	14,7	9,4	15,5
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	59,0	19,5	9,7	3,8	1,9	6,0
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	56,2	17,3	10,1	6,5	3,3	6,6
Das Verfahren ist zu kompliziert.	6,9	6,9	16,8	22,6	19,1	27,6
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	6,0	4,0	12,4	19,1	17,1	41,5

4.4.5 Könnten Sie sich vorstellen die Kreditkarte online trotzdem einzusetzen?									
N=3554, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	20,1	22,5	17,8	20,5	18,8	20,9	19,3	13,7	45,9
Eventuell	44,7	46,5	43,0	44,1	47,8	41,5	42,0	45,1	-
Nein	35,3	31,0	39,3	35,5	33,4	37,6	38,7	41,2	54,1

4.5 Einzelsysteme: Vorausbezahlte Verfahren

4.5.1 Seit wann benutzen Sie vorausbezahlte Verfahren?									
N=2868, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Weniger als 6 Monate	20,3	20,3	20,1	32,0	24,0	15,5	17,5	25,0	33,2
6 bis 12 Monate	18,5	18,4	18,8	20,8	19,4	17,5	17,5	27,5	>6:
Länger als 12 Monate	61,2	61,2	61,1	47,2	56,6	67,0	64,9	47,5	66,8

4.5.2 Wie beurteilen Sie vorausbezahlte Verfahren?						
N=(2869-2898), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	15,0	15,3	25,2	21,4	14,2	9,0
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	22,8	25,6	25,0	14,8	7,0	4,9
Einfache Handhabung	28,0	31,0	23,9	10,3	3,7	3,1
Von „überall“ aus einsetzbar	28,9	28,4	23,9	10,7	4,7	3,4
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	18,3	15,7	24,2	19,7	9,0	13,1
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	21,8	31,8	25,9	11,7	4,4	4,3
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	10,8	18,9	26,3	20,2	11,2	12,6
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	30,5	32,4	22,5	9,0	2,7	2,8
Das Verfahren hat Zukunft.	21,7	25,9	26,2	13,9	6,2	6,2
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	16,4	18,1	21,3	15,7	8,2	20,4

4.5.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit vorausbezahlten Verfahren zu zahlen?								
N=2913, Angaben in vH der Teilnehmer								
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler
Bis 5 Euro	15,4	13,9	19,1	10,9	13,1	17,9	20,6	30,0
Bis 25 Euro	28,0	28,5	26,8	20,9	27,3	29,8	26,1	27,5
Bis 50 Euro	31,0	32,3	28,1	47,3	34,0	26,2	26,9	25,0
Bis 200 Euro	14,4	14,4	14,4	13,2	16,0	13,0	14,6	8,8
Mehr als 200 Euro	11,2	11,0	11,6	7,8	9,7	13,0	11,7	8,8

4.5.4 Warum haben Sie vorausbezahlte Verfahren noch nicht eingesetzt?						
N=(5071-5163), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	15,7	13,3	21,4	21,2	14,0	14,4
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	60,7	20,5	9,4	3,2	1,9	4,3
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	63,4	18,7	8,6	4,0	2,2	3,2
Das Verfahren ist zu kompliziert.	13,6	14,2	24,0	21,3	12,9	14,1
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	7,8	6,1	15,4	20,7	16,6	33,5

4.5.5 Könnten Sie sich vorstellen vorausbezahlte Verfahren trotzdem einzusetzen?									
N=5232, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	16,6	18,1	15,1	15,9	15,8	17,5	16,2	13,4	43,1
Eventuell	52,9	56,3	49,4	60,6	55,6	50,5	47,4	53,4	-
Nein	30,5	25,6	35,5	23,5	28,6	32,1	36,4	33,2	56,9

5 Attraktivität von Bezahlssystemen im Internet

5.1 Was sollte getan werden, um das Bezahlen im Internet attraktiver zu machen?									
N=11884, Angaben in vH der Teilnehmer, Auswahl der drei wichtigsten Gründe									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Standardisierung/Vereinheitlichung von Internet-Zahlungsverfahren (z.B. einheitliche Formulare)	70,3	68,2	72,9	62,9	67,3	74,1	76,1	62,2	72,7
Mehr Informationen zu Bezahlssystemen	40,6	41,1	40,0	49,5	43,6	36,6	37,1	44,3	40,7
Absicherung durch gesetzlichen Rahmen	81,5	83,3	79,5	81,9	83,9	78,9	79,1	81,5	82,7
Möglichkeit zum Sammeln von Prämien/Bonuspunkten	25,7	29,1	21,7	22,0	26,6	25,1	18,8	31,1	24,5
Mehr Informationen zu Fragen der Haftung im Schadensfall	75,3	75,5	75,4	71,4	75,7	75,6	76,4	69,8	78,6
Gutschrift oder Werbegeschenk für Erstnutzer	16,2	17,8	14,3	15,9	16,0	15,8	13,0	19,3	15,4
Sonstiges	9,0	7,2	11,0	5,7	7,2	11,5	13,3	4,4	8,4
Häufige Antworten „Sonstiges“ (freie Eingabe)	Anonymes Einkaufen, Benutzbarkeit der Verfahren auch außerhalb des Internet, Bessere/Standardisierte Signatur/Authentifizierung, Betrugsprävention, Datenschutz, Einfachere Handhabung, Einführung biometrischer Verfahren, Grenzüberschreitend einsetzbare Verfahren, Größere Auswahl von Bezahlssystemen pro Online-Shop, Größere Transparenz, „Händler TÜV“, Händler Zertifizierung durch den Zahlungsanbieter, Höhere Hürden bei der Zulassung eines Zahlungsanbieters im Internet, Höhere Sicherheit auf technischer Ebene, Höhere Sicherheit durch Garantien bzw. Versicherungen, Information und Aufklärung über Bezahlssysteme und Risiken, Offener Umgang mit Sicherheitsproblemen, Reduktion der Gebühren als Bonus für regelmäßiges Benutzen, Siegel für Händler, Subventionierte Kartenleser für den heimischen PC, Treuhandsystem, Verhinderung von Nutzerprofilen, Wählbares Limit für Transaktionen								

5.2 Welchem Anbieter von Bezahlsystemen schenken Sie Ihr Vertrauen?									
N=11840, Angaben in vH der Teilnehmer, Auswahl der drei wichtigsten Gründe									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Kreditkartengesellschaften	53,7	54,9	52,3	41,0	50,9	57,8	55,0	37,9	59,0
Internet-Service-Provider	16,4	18,0	14,6	11,6	16,1	17,2	15,0	10,1	17,1
Telekommunikationsgesellschaften	12,5	12,4	12,7	8,6	11,4	13,9	12,4	11,0	14,0
Banken	83,0	82,9	83,0	78,1	82,5	84,1	83,5	82,4	84,4
Unabhängige Dritte	10,1	9,8	10,5	5,9	8,7	11,9	11,4	5,4	12,2
Keine Präferenzen	12,6	12,6	12,6	15,6	13,1	11,8	12,4	12,9	10,9

5.3 Fühlen Sie sich generell sicher, wenn Sie im Internet bezahlen?									
N=11913, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	
Ja	60,6	59,3	62,1	31,3	55,4	69,9	66,6		48,2
Nein	39,4	40,7	37,9	68,8	44,6	30,1	33,4		51,8

6. Demographie

6.1 Geschlecht									
N=11876, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Männlich	71,8	63,6	81,3	48,9	62,6	83,8	91,4	54,3	76,4
Weiblich	28,2	36,4	18,7	51,1	37,4	16,2	8,6	45,7	23,6

6.2 Alter									
N=11923, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Bis 18	6,5	5,9	7,2	6,7	6,8	6,0	6,9	11,5	2,4
19-25	22,6	18,1	27,8	11,1	19,5	27,6	30,5	32,2	19,0
26-35	28,8	27,8	30,0	16,5	23,6	35,7	31,7	26,0	33,4
36-45	22,7	24,8	20,3	23,8	24,3	21,0	19,6	18,3	24,3
46-55	12,6	15,0	9,8	21,8	16,2	7,3	7,9	9,0	14,0
56 und älter	6,7	8,4	4,8	20,1	9,5	2,3	3,2	3,1	6,9

6.3 In welchem Land wohnen Sie?									
N=11925, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Deutschland	94,7	96,2	92,9	95,9	95,6	93,6	93,6	92,3	95,2
Österreich	2,4	1,3	3,6	2,0	1,8	3,1	2,9	3,9	2,3
Schweiz	1,2	0,5	2,0	0,3	0,9	1,5	1,9	2,8	1,3
Luxemburg	0,1	0,1	0,2	0,3	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
Anderes Land	1,3	1,5	1,1	1,1	1,3	1,3	1,1	0,8	1,1
Keine Angabe	0,3	0,4	0,1	0,4	0,2	0,3	0,2	0,0	0,1

6.4 In welchem Bundesland wohnen Sie?									
N=11113, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Baden-Württemberg	17,0	17,6	16,4	17,7	16,7	17,3	16,5	14,4	19,2
Bayern	14,3	14,7	13,8	14,7	13,3	15,3	13,7	14,0	14,3
Berlin	6,2	6,6	5,8	6,5	6,5	6,1	6,0	5,0	6,0
Brandenburg	2,3	2,2	2,4	2,6	2,6	1,9	2,5	1,7	2,1
Bremen	0,8	0,8	0,9	0,5	0,7	1,0	1,0	0,9	0,8
Hamburg	3,3	3,4	3,2	3,8	3,0	3,3	3,0	3,9	2,6
Hessen	8,6	8,9	8,1	7,8	8,8	8,3	8,3	8,1	9,1
Mecklenburg-Vorpommern	1,3	1,1	1,5	1,7	1,5	0,9	1,5	1,3	1,1
Niedersachsen	8,3	7,9	8,7	9,5	8,3	8,1	8,6	9,6	7,6
Nordrhein-Westfalen	21,1	20,1	22,3	20,4	20,3	22,0	22,2	21,4	21,5
Rheinland-Pfalz	4,8	5,0	4,5	3,8	5,3	4,5	4,4	5,8	4,4
Saarland	1,0	1,1	1,0	0,5	1,2	0,9	1,2	0,7	1,0
Sachsen	4,0	4,1	3,8	3,5	4,3	3,8	3,7	4,2	3,6
Sachsen-Anhalt	1,6	1,6	1,7	1,4	2,0	1,4	1,5	2,5	1,4
Schleswig-Holstein	3,1	2,7	3,6	2,9	3,0	3,1	3,7	4,2	2,9
Thüringen	2,1	2,0	2,2	2,9	2,1	2,0	2,3	2,1	2,3
keine Angabe	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,1	0,1

6.5 Wieviele Einwohner hat Ihr Wohnort?									
N=11882, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Bis 10.000	23,6	24,3	22,7	24,6	26,0	21,3	22,0	26,3	22,6
10.001 – 50.000	22,6	22,5	22,7	26,5	22,8	22,1	22,5	23,2	22,8
50.001 – 100.000	9,7	9,6	9,8	10,9	9,3	9,8	9,2	10,1	
Über 100.000	41,6	40,8	42,5	32,3	38,8	45,1	44,5	35,3	
Keine Angabe	2,5	2,8	2,3	5,9	3,0	1,7	1,6	5,1	2,2

6.6 Höchster erreichter Bildungsabschluss?									
N=11598, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Kein Abschluß	0,9	0,9	0,8	1,3	0,8	0,7	0,8	1,6	0,5
Volksschule/Hauptschule	5,3	5,4	5,1	15,0	6,3	2,6	4,7	6,7	6,9
Mittlere Reife/weiterführende Schule	21,7	21,2	22,4	32,4	24,2	17,5	20,9	28,9	20,3
Abitur/Fachabitur	30,7	27,5	34,6	19,1	29,0	34,5	36,9	35,5	27,9
Studium	36,8	40,2	32,8	24,4	34,6	41,0	32,9	21,1	40,3
Anderer Abschluß	1,9	1,9	1,8	2,5	2,1	1,5	1,6	1,9	2,4
Keine Angabe	2,7	2,9	2,5	5,3	3,0	2,1	2,2	4,3	1,8

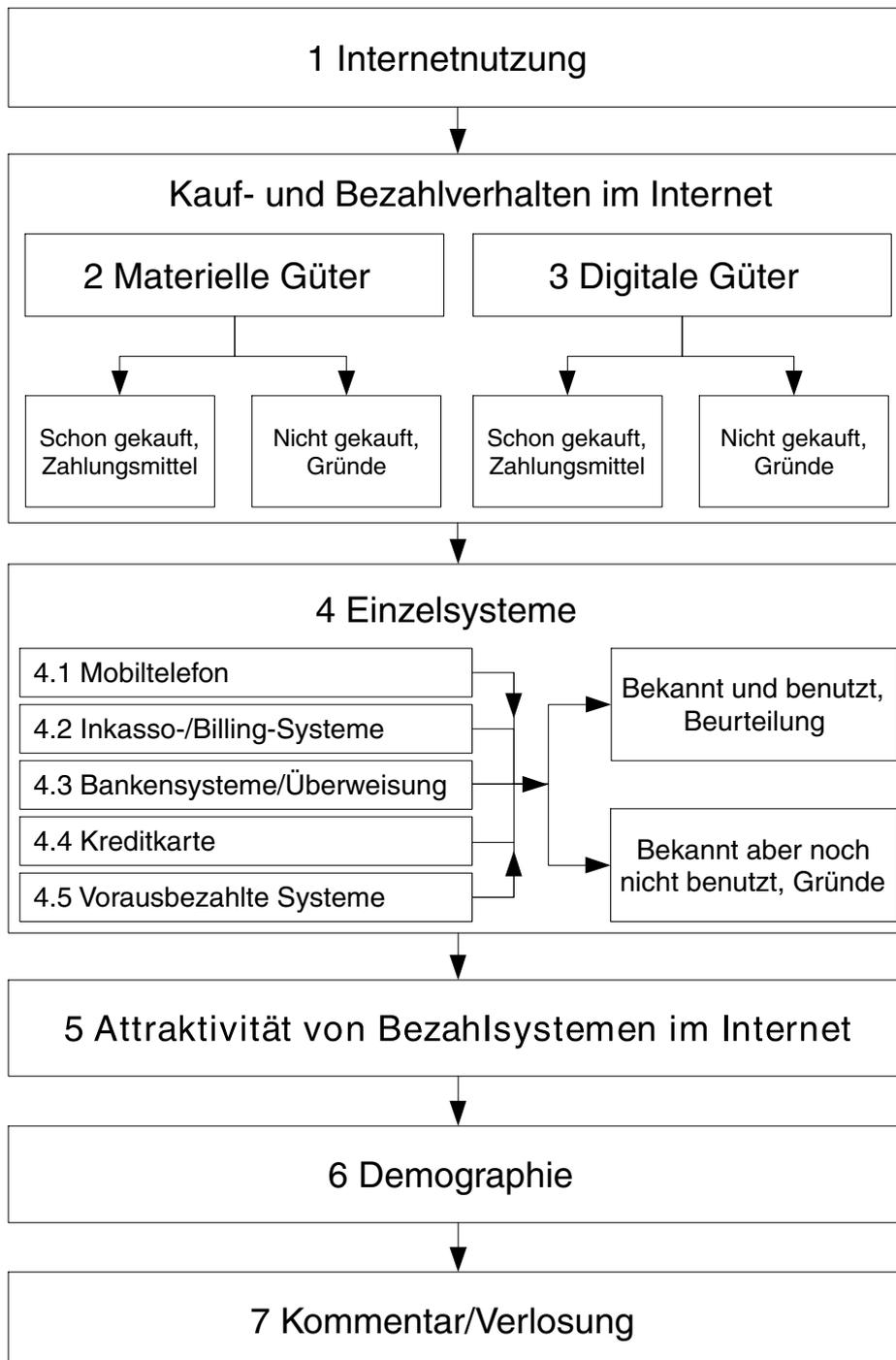
6.7 Besitzen Sie eine Kreditkarte?									
N=11862, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Ja	61,6	64,8	57,9	55,5	60,3	63,9	59,3	42,1	67,1
Nein	32,1	28,5	36,2	33,6	32,7	31,1	36,2	45,9	27,2
Keine Angabe	6,3	6,7	5,9	10,9	7,0	5,0	4,6	11,9	5,7

6.8 Wie ist Ihre Einstellung hinsichtlich Technologien/Technik rund ums Internet?						
N=(11786-11842), Angaben in vH der Teilnehmer						
„1“ bedeutet, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.	IZV8					
	1	2	3	4	5	6
Sie kennen sich mit Technologien/Technik rund ums Internet gut aus.	38,5	35,2	19,0	5,0	1,7	0,6
Sie unterhalten sich stets gerne über Computer, Internet, etc..	35,9	29,3	20,0	8,9	3,8	2,1
Warum bei technischen/neuen Produkten oder Software sofort zugreifen, Warten spart Geld.	24,5	31,3	24,9	11,1	5,5	2,7
Bei Computer-, Software- oder Internetfragen bittet man Sie gerne um Rat.	31,7	27,1	20,4	10,8	6,0	4,1
Sie nutzen technische Neuerungen oder neue Software erst, wenn es sich nicht mehr vermeiden lässt.	4,3	8,9	15,4	21,2	27,3	22,8
Wenn Ihnen etwas gefällt, dann schauen Sie nicht so sehr auf den Preis.	7,5	21,7	29,6	20,3	13,1	7,7
Beim Kauf von technischen Neuerungen (z.B. Computer/Hardware) legen Sie großen Wert auf die Meinung von Freunden und Bekannten.	8,1	19,0	25,9	20,5	15,9	10,5
Sie kaufen/nutzen auf Empfehlung von Freunden und Bekannten Produkte und Internetdienstleistungen.	6,5	20,9	30,7	19,3	13,4	9,3

6.9 Wie hoch ist Ihr jährliches Bruttoeinkommen?									
N=11858, Angaben in vH der Teilnehmer									
	IZV8	G1	G2	Erf1	Erf2	Erf3	Newsleser	Gewinnspieler	IZV7
Bis 5.000	12,2	10,4	14,4	11,1	12,1	12,4	14,4	20,0	8,3
5.001 – 25.000	20,7	20,8	20,6	25,9	20,6	20,2	22,0	20,8	21,2
25.001 – 40.000	19,4	20,0	18,7	20,3	19,4	19,4	19,2	15,4	22,5
40.001 – 60.000	14,6	15,5	13,6	10,1	13,3	16,5	14,8	5,1	17,9
Über 60.001	7,2	7,3	7,2	4,5	6,8	8,0	7,2	2,6	8,6
Keine Angabe	25,7	26,0	25,5	28,3	27,8	23,5	22,4	36,0	21,5

Betriebssystem (laut Browser)		N=15342, Angaben in vH der Teilnehmer
Windows		92,7
Linux		2,9
Apple Mac OS		2,6
andere		1,9

B Anhang: Aufbau der Umfrage IZV8



C Anhang: Fragebogen IZV8

Legende: (_): nur eine Antwort möglich
[_]: mehrere Antworten möglich

1 Internetnutzung

1.1 Wie schätzen Sie Ihre Erfahrung mit dem Internet ein?

unerfahren wenig erfahren erfahren sehr erfahren
(_) (_) (_) (_)

1.2 Seit wann nutzen Sie das Internet?

(_) weniger als 1 Jahr
(_) 1 bis 3 Jahre
(_) länger als 3 Jahre

1.3 Wie nutzen Sie das Internet?

überwiegend privat überwiegend beruflich
(_) (_) (_) (_)

1.4 Wie sind Sie an das Internet angebunden?

(_) Analog
(_) ISDN
(_) DSL+ADSL
(_) Kabel (TV)
(_) LAN des Unternehmens, der Universität
(_) andere

1.5 Wie oft sind Sie durchschnittlich online?

(_) täglich mehrere Stunden
(_) täglich
(_) mehrmals pro Woche
(_) mehrmals pro Monat
(_) mehrmals pro Jahr

1.6 Wie intensiv nutzen Sie das WWW für... ?

	nie	selten	häufig	fast immer
Suche nach Informationen (z.B. Bibliotheken, Datenbanken, Dokumenten, etc.)	(_)	(_)	(_)	(_)
Unterhaltung (z.B. Surfen, Spiele, Musikdownloads, etc.)	(_)	(_)	(_)	(_)
Kleinanzeigen (z.B. Autoverkauf, etc.)	(_)	(_)	(_)	(_)
Partnersuche (z.B. Kontaktanzeigen, etc.)	(_)	(_)	(_)	(_)
Online-Shopping	(_)	(_)	(_)	(_)
Online-Auktionen	(_)	(_)	(_)	(_)

	nie	selten	häufig	fast immer
Online-Banking	(_)	(_)	(_)	(_)
Sonstiges (freie Eingabe)	(_)	(_)	(_)	(_)

1.7 Haben Sie im Zusammenhang mit dem Einkaufen im Internet schon einmal negative Erfahrungen gemacht?

(_) nein

(_) ja, weil (freie Eingabe)

1.8 Haben Sie im Zusammenhang mit dem Bezahlen im Internet schon einmal negative Erfahrungen gemacht?

(_) nein

(_) ja, weil (freie Eingabe)

1.9 Welche Zahlungsmethoden kennen Sie oder haben Sie schon beim Einkaufen oder Bestellen über das Internet benutzt?

Zahlungsprinzip	Anbieter	bekannt und schon verwendet	bekannt und noch nicht verwendet	unbekannt
Mobiltelefon	m-pay	(_)	(_)	(_)
	Handypay	(_)	(_)	(_)
	Digapay	(_)	(_)	(_)
Vorausbezahlte Systeme	Paysafecard	(_)	(_)	(_)
	Micromoney	(_)	(_)	(_)
	WEB.DE WEB.Cent	(_)	(_)	(_)
Inkasso-/Billing-Verfahren	Firstgate click&buy	(_)	(_)	(_)
	T-Pay	(_)	(_)	(_)
Kreditkarte	mit Prüfnummer	(_)	(_)	(_)
	mit SSL	(_)	(_)	(_)
Bezahlen per E-Mail	Paypal	(_)	(_)	(_)
	Moneybookers	(_)	(_)	(_)
Bankverbindung/ Girokonto	elektronische Lastschrift vom Händler initiiert	(_)	(_)	(_)
	Online Lastschrift	(_)	(_)	(_)
	Online Überweisung	(_)	(_)	(_)
	Papiergebundene Lastschrift	(_)	(_)	(_)
	Papiergebundene Überweisung	(_)	(_)	(_)
Nachnahme	Nachnahme	(_)	(_)	(_)
Sonstige	(freie Eingabe)	(_)	(_)	(_)
	(freie Eingabe)	(_)	(_)	(_)

2 Materielle Güter: Kauf- und Bezahlverhalten im Internet

2.1 Haben Sie schon materielle Güter über das Internet bestellt?

- ja (→2.2.)
 nein (→2.5.)

2.2 Wo haben Sie Ihre materiellen Güter bestellt?

(Wenn bei Frage 2.1 mit „ja“ geantwortet wurde.)

- nur im Inland überwiegend im Inland überwiegend im Ausland nur im Ausland

2.3 Welche materiellen Gütern haben Sie bereits über das Internet gekauft?

(Wenn bei Frage 2.1 mit „ja“ geantwortet wurde.)

(Mehrfachnennungen möglich)

- Bücher
 Zeitschriften/Katalog-Abonnements (z.B. FAZ, Chip, etc.)
 Musik (z.B. CDs, Kassetten, etc.)
 Filme (z.B. DVDs, VHS, etc.)
 Entwicklung digitaler Bilder
 Software (auf Datenträgern wie z.B. CDs, etc.)
 Hardware/-Zubehör (z.B. Monitor, Speicherkarten, etc.)
 Unterhaltungselektronik (z.B. Radio, Fernseher, etc.)
 Kleidung, Sportartikel
 sonstige Waren (freie Eingabe)

2.4 Wie oft haben Sie folgende Zahlungsmethoden bei Ihren Online-Bestellungen von materiellen Gütern in den letzten sechs Monaten eingesetzt?

(Wenn bei Frage 2.1 mit „ja“ geantwortet wurde. Nur die Bezahlverfahren, die in Frage 1.9 als „schon benutzt“ oder „kenne ich, aber noch nicht benutzt“ angegeben wurden, werden berücksichtigt.)

	nie (0)	selten (1-5)	regelmäßig (6-15)	häufig (> 15)
m-pay	(_)	(_)	(_)	(_)
Handypay	(_)	(_)	(_)	(_)
Digapay	(_)	(_)	(_)	(_)
Paysafecard	(_)	(_)	(_)	(_)
Micromoney	(_)	(_)	(_)	(_)
WEB.DE WEB.Cent	(_)	(_)	(_)	(_)
Firstgate click&buy	(_)	(_)	(_)	(_)
T-Pay	(_)	(_)	(_)	(_)
Kreditkarte mit Prüfnummer	(_)	(_)	(_)	(_)
Kreditkarte mit SSL	(_)	(_)	(_)	(_)
Paypal	(_)	(_)	(_)	(_)
Moneybookers	(_)	(_)	(_)	(_)
elektronische Lastschrift vom Händler initiiert	(_)	(_)	(_)	(_)
Online Lastschrift	(_)	(_)	(_)	(_)
Online Überweisung	(_)	(_)	(_)	(_)
Papiergebundene Lastschrift	(_)	(_)	(_)	(_)
Papiergebundene Überweisung	(_)	(_)	(_)	(_)
Nachnahme	(_)	(_)	(_)	(_)
(freie Eingabe aus 1.9)	(_)	(_)	(_)	(_)
(freie Eingabe aus 1.9)	(_)	(_)	(_)	(_)
Sonstige	(_)	(_)	(_)	(_)

2.5 Warum haben Sie noch nie materielle Güter über das Internet bestellt?

(Wenn bei Frage 2.1 mit „nein“ geantwortet wurde.)

(Markieren Sie bitte Ihre 3 wichtigsten Punkte.)

- Ware nicht billiger als sonst
- zu lange Lieferzeiten
- Ware nicht sehen/prüfen
- genügend Angebote in realen Geschäften
- fehlende Beratung/Service
- schwierige Reklamation
- es gibt keine geeignete Bezahl-Methode
- Angst vor fehlerhafter Abrechnung
- persönliche Unsicherheit im Internet
- Angst vor Missbrauch persönlicher Daten durch Online-Shops oder Dritte

- fehlendes „Einkaufserlebnis“
- aus „Macht der Gewohnheit“, im herkömmlichen Laden einzukaufen
- fehlende Annahmemöglichkeiten von Postpaketen
- andere Gründe (freie Eingabe)

2.6 Könnten Sie sich vorstellen Waren über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme geeignet gelöst werden?

(Wenn bei Frage 2.1 mit „nein“ geantwortet wurde.)

- ja
- nein

3 Digitale Güter: Kauf- und Bezahlverhalten im Internet

3.1 Angenommen, Sie haben im Internet ein digitales und kostenpflichtiges Gut gefunden, welches Sie interessiert. Wie handeln Sie?

- Ich bin bereit, dafür einen angemessenen Preis zu bezahlen.
- Ich versuche erst, dieses Gut woanders kostenlos zu bekommen und bezahle nur, wenn ich kein kostenloses Angebot gefunden habe.
- Ich verzichte auf das Gut, wenn es nicht kostenlos zu finden ist.

3.2 Haben Sie schon digitale Güter über das Internet gekauft?

- ja (→3.3)
- nein (→3.7)

3.3 Wo haben Sie Ihre digitalen Güter gekauft?

(Wenn bei Frage 3.2 mit „ja“ geantwortet wurde.)

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| nur im Inland | überwiegend im Inland | überwiegend im Ausland | nur im Ausland |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3.4 Welche Arten von digitalen Gütern haben Sie bereits über das Internet gekauft?

(Wenn bei Frage 3.2 mit „ja“ geantwortet wurde.)

- Musik (z.B. mp3, wav, etc.)
- Spiele, Klingeltöne
- Filme (z.B. mpeg, avi, etc.)
- Software (z.B. Installationsprogramme, Updates, etc.)
- Zeitungsartikel/Nachrichten
- Fachliteratur (z.B. Publikationen aus Wissenschaft und Forschung)
- eBooks (z.B. pdf, etc.)
- Dienstleistungen (z.B. SMS, MMS)
- Tickets (z.B. Kino-/Konzertkarten)
- Reisen (z.B. Flugtickets, Pauschalreisen, etc.)
- Kontaktanzeigen
- Kontaktbörsen
- Glücksspiele/Wetten
- Erotik
- anderes (freie Eingabe)

3.5 Würden Sie wieder digitale und kostenpflichtige Güter über das Internet herunterladen?

(Wenn bei Frage 3.2 mit „ja“ geantwortet wurde.)

- ja
- nein

3.6 Wie oft haben Sie folgende Zahlungsmethoden bei Ihren Online-Einkäufen von digitalen und kostenpflichtigen Gütern eingesetzt?

(Wenn bei Frage 3.2 mit „ja“ geantwortet wurde. Nur die Bezahlverfahren, die in Frage 1.9 als „schon benutzt“ oder „kenne ich, aber noch nicht benutzt“ angegeben wurden, werden berücksichtigt.)

	nie (0)	selten (1-5)	regelmäßig (6-15)	häufig (> 15)
m-pay	(_)	(_)	(_)	(_)
Handypay	(_)	(_)	(_)	(_)
Digapay	(_)	(_)	(_)	(_)
Paysafecard	(_)	(_)	(_)	(_)
Micromoney	(_)	(_)	(_)	(_)
WEB.DE WEB.Cent	(_)	(_)	(_)	(_)
Firstgate click&buy	(_)	(_)	(_)	(_)
T-Pay	(_)	(_)	(_)	(_)
Kreditkarte mit Prüfnummer	(_)	(_)	(_)	(_)
Kreditkarte mit SSL	(_)	(_)	(_)	(_)
Paypal	(_)	(_)	(_)	(_)
Moneybookers	(_)	(_)	(_)	(_)
elektronische Lastschrift vom Händler initiiert	(_)	(_)	(_)	(_)
Online Lastschrift	(_)	(_)	(_)	(_)
Online Überweisung	(_)	(_)	(_)	(_)
Papiergebundene Lastschrift	(_)	(_)	(_)	(_)
Papiergebundene Überweisung	(_)	(_)	(_)	(_)
(freie Eingabe aus 1.9)	(_)	(_)	(_)	(_)
(freie Eingabe aus 1.9)	(_)	(_)	(_)	(_)
Sonstige	(_)	(_)	(_)	(_)

3.7 Warum haben Sie noch nie digitale und kostenpflichtige Güter über das Internet heruntergeladen?

(Wenn bei Frage 3.2 mit „nein“ geantwortet wurde.)

(Markieren Sie bitte Ihre 3 wichtigsten Punkte.)

- Ware nicht billiger als sonst
- Download des Gutes dauert zu lange
- Ware nicht sehen/prüfen
- genügend Angebote in realen Geschäften
- fehlende Beratung/Service
- schwierige Reklamation
- es gibt keine geeignete Bezahl-Methode
- Angst vor fehlerhafter Abrechnung
- persönliche Unsicherheit im Internet allgemein
- Angst vor Missbrauch persönlicher Daten durch Online-Shop oder Dritte
- fehlendes „Einkaufserlebnis“
- aus „Macht der Gewohnheit“, im herkömmlichen Laden einzukaufen
- möchte digitale Güter in materieller Form erwerben (z.B. auf CD, Papier)
- andere Gründe (freie Eingabe)

3.8 Könnten Sie sich vorstellen Waren über das Internet zu bestellen, wenn oben genannte Gründe/Probleme geeignet gelöst werden?

(Wenn bei Frage 3.2 mit „nein“ geantwortet wurde.)

- ja
- nein

4 Einzelsysteme

4.1 Mobiltelefon

4.1.1 Seit wann benutzen Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

() weniger als 6 Monate

() 6 bis 12 Monate

() länger 12 Monate

4.1.2 Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	<input type="checkbox"/>					
Einfache Handhabung	<input type="checkbox"/>					
Von „überall“ aus einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	<input type="checkbox"/>					
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	<input type="checkbox"/>					
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	<input type="checkbox"/>					
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren hat Zukunft.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	<input type="checkbox"/>					

4.1.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon zu zahlen?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

- bis 5 Euro
- bis 25 Euro
- bis 50 Euro
- bis 200 Euro
- mehr als 200 Euro

4.1.4 Warum haben Sie Zahlungsverfahren mittels Mobiltelefon noch nicht eingesetzt?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.
„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	<input type="checkbox"/>					
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	<input type="checkbox"/>					
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren ist zu kompliziert.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					

4.1.5 Könnten Sie sich vorstellen Bezahlverfahren mittels Mobiltelefon trotzdem einzusetzen?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

- ja
- eventuell
- nein

4.2 Inkasso-/Billing-Systeme

4.2.1 Seit wann benutzen Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

() weniger als 6 Monate

() 6 bis 12 Monate

() länger 12 Monate

4.2.2 Wie beurteilen Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	<input type="checkbox"/>					
Einfache Handhabung	<input type="checkbox"/>					
Von „überall“ aus einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	<input type="checkbox"/>					
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	<input type="checkbox"/>					
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	<input type="checkbox"/>					
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren hat Zukunft.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	<input type="checkbox"/>					

4.2.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing zu zahlen?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

() bis 5 Euro

() bis 25 Euro

() bis 50 Euro

() bis 200 Euro

() mehr als 200 Euro

4.2.4 Warum haben Sie Zahlungsverfahren mittels Inkasso/Billing noch nicht eingesetzt?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	<input type="checkbox"/>					

	1	2	3	4	5	6
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	<input type="checkbox"/>					
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren ist zu kompliziert.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					

4.2.5 Könnten Sie sich vorstellen Bezahlverfahren mittels Inkasso/Billing trotzdem einzusetzen?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

- ja
- eventuell
- nein

4.3 Bankensysteme/Überweisung

4.3.1 Seit wann benutzen Sie Online-Banking?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

- () weniger als 6 Monate
 () 6 bis 12 Monate
 () länger 12 Monate

4.3.2 Wie beurteilen Sie Online-Banking?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	<input type="checkbox"/>					
Einfache Handhabung	<input type="checkbox"/>					
Von „überall“ aus einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	<input type="checkbox"/>					
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	<input type="checkbox"/>					
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	<input type="checkbox"/>					
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren hat Zukunft.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	<input type="checkbox"/>					

4.3.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit Online-Banking zu bezahlen?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

- () bis 5 Euro
 () bis 25 Euro
 () bis 50 Euro
 () bis 200 Euro
 () mehr als 200 Euro

4.3.4 Warum haben Sie Online-Banking noch nicht eingesetzt?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	<input type="checkbox"/>					

	1	2	3	4	5	6
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	<input type="checkbox"/>					
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren ist zu kompliziert.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					

4.3.5 Könnten Sie sich vorstellen Online-Banking trotzdem einzusetzen?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

ja

eventuell

nein

4.4 Kreditkarte

4.4.1 Seit wann benutzen Sie die Kreditkarte online?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

() weniger als 6 Monate

() 6 bis 12 Monate

() länger 12 Monate

4.4.2 Wie beurteilen Sie die Kreditkarte online?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	<input type="checkbox"/>					
Einfache Handhabung	<input type="checkbox"/>					
Von „überall“ aus einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	<input type="checkbox"/>					
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	<input type="checkbox"/>					
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	<input type="checkbox"/>					
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren hat Zukunft.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	<input type="checkbox"/>					

4.4.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit der Kreditkarte online zu zahlen?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

() bis 5 Euro

() bis 25 Euro

() bis 50 Euro

() bis 200 Euro

() mehr als 200 Euro

4.4.4 Warum haben Sie die Kreditkarte online noch nicht eingesetzt?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	<input type="checkbox"/>					

	1	2	3	4	5	6
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	<input type="checkbox"/>					
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren ist zu kompliziert.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					

4.4.5 Könnten Sie sich vorstellen die Kreditkarte online trotzdem einzusetzen?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

- ja
- eventuell
- nein

4.5 Vorausbezahlte Systeme

4.5.1 Seit wann benutzen Sie vorausbezahlte Verfahren?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

() weniger als 6 Monate

() 6 bis 12 Monate

() länger 12 Monate

4.5.2 Wie beurteilen Sie vorausbezahlte Verfahren?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
In vielen Online-Shops einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Gute Ausgabe-/Budgetkontrolle	<input type="checkbox"/>					
Einfache Handhabung	<input type="checkbox"/>					
Von „überall“ aus einsetzbar	<input type="checkbox"/>					
Der Belastungszeitpunkt ist Ihnen wichtig: „erst Ware - dann Geld“.	<input type="checkbox"/>					
Sie sind der Ansicht dieses Verfahren ist „sicher“.	<input type="checkbox"/>					
Sie nutzen dieses Verfahren weil es „bekannt“ ist.	<input type="checkbox"/>					
Die Installation/das Erlernen des Verfahrens war einfach.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren hat Zukunft.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters war ein Grund dieses Verfahren zu wählen.	<input type="checkbox"/>					

4.5.3 Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit vorausbezahlten Verfahren zu zahlen?

(Wenn bei Frage 1.9 „schon verwendet“ angegeben wurde.)

() bis 5 Euro

() bis 25 Euro

() bis 50 Euro

() bis 200 Euro

() mehr als 200 Euro

4.5.4 Warum haben Sie vorausbezahlte Verfahren noch nicht eingesetzt?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.

„1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
Das Verfahren ist Ihnen zu „unsicher“.	<input type="checkbox"/>					

	1	2	3	4	5	6
Sie nutzen bereits andere Verfahren.	<input type="checkbox"/>					
Sie sahen noch keine Notwendigkeit dieses Verfahren zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					
Das Verfahren ist zu kompliziert.	<input type="checkbox"/>					
Der Name des Anbieters ist der Grund, dieses Verfahren nicht zu nutzen.	<input type="checkbox"/>					

4.5.5 Könnten Sie sich vorstellen vorausbezahlte Verfahren trotzdem einzusetzen?

(Wenn bei Frage 1.9 „bekannt und noch nicht verwendet“ angegeben wurde.)

- ja
- eventuell
- nein

5 Attraktivität

5.1 Was sollte getan werden, um Internetbezahlverfahren attraktiver zu machen?

(Markieren Sie bitte Ihre 3 wichtigsten Punkte.)

- Standardisierung/Vereinheitlichung von Internet-Zahlungsverfahren
(z.B. einheitliche Formulare)
- mehr Informationen zu Internet-Bezahlsystemen
- Absicherung durch gesetzlichen Rahmen
- mehr Information zu Fragen der Haftung im Schadensfall
- Möglichkeit zum Sammeln von Prämien/Bonuspunkten
- Gutschrift oder Werbegeschenk für Erstnutzer
- (freie Eingabe)

5.2 Welchen Anbietern von Bezahlssystemen schenken Sie Ihr Vertrauen?

(Markieren Sie bitte Ihre 3 wichtigsten Punkte.)

- Kreditkartengesellschaften
- Internet-Service-Provider
- Telekommunikationsgesellschaften (Telcos)
- Banken
- unabhängige Dritte
- keine Präferenzen

5.3 Fühlen Sie sich generell sicher, wenn Sie im Internet bezahlen?

- ja
- nein

6 Demographie

6.1 Geschlecht

- weiblich
- männlich

6.2 Alter

- bis 18 Jahre
- 19 - 25
- 26 - 35
- 36 - 45
- 46 - 55
- 56 Jahre und älter

6.3 In welchem Land wohnen Sie?

- Deutschland
- Österreich
- Schweiz
- Luxemburg
- anderes Land
- keine Angabe

6.4 In welchem Bundesland wohnen Sie?

(Wenn Frage 6.3 mit „Deutschland“ beantwortet wurde.)

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen
- keine Angabe

6.5 Wie viele Einwohner hat Ihr Wohnort?

- bis 10.000

- 10.001 - 50.000
- 50.001 - 100.000
- mehr als 100.000
- keine Angabe

6.6 Höchster erreichter Bildungsabschluss?

- kein Abschluss
- Volksschule/Hauptschule
- Mittlere Reife/weiterführende Schule
- Abitur/Fachabitur
- Studium (Universität, Fachhochschule, etc.)
- anderer Abschluss
- keine Angabe

6.7 Besitzen Sie eine Kreditkarte?

- ja
- nein
- keine Angabe

6.8 Wie ist Ihre Einstellung hinsichtlich Technologien/Technik rund ums Internet?

Bitte tragen Sie Ihre Antwort auf der unten angegebenen Skala ein.
 „1“ bedeutet hierbei, dass Sie vollkommen zustimmen. „6“ bedeutet, dass Sie überhaupt nicht zustimmen.

	1	2	3	4	5	6
Sie kennen sich mit Technologien/Technik rund ums Internet gut aus.	<input type="checkbox"/>					
Sie unterhalten sich stets gerne über Computer, Internet, etc..	<input type="checkbox"/>					
Warum bei technischen/neuen Produkten oder Software sofort zugreifen, Warten spart Geld.	<input type="checkbox"/>					
Bei Computer-, Software- oder Internetfragen bittet man Sie gerne um Rat.	<input type="checkbox"/>					
Sie nutzen technische Neuerungen oder neue Software erst, wenn es sich nicht mehr vermeiden lässt.	<input type="checkbox"/>					
Wenn Ihnen etwas gefällt, dann schauen Sie nicht so sehr auf den Preis.	<input type="checkbox"/>					
Beim Kauf von technischen Neuerungen (z.B. Computer/Hardware) legen Sie einen großen Wert auf die Meinung von Freunden und Bekannten.	<input type="checkbox"/>					
Sie kaufen/nutzen auf Empfehlung von Freunden und Bekannten Produkte und Internetdienstleistungen.	<input type="checkbox"/>					

6.9 Wie hoch ist Ihr jährliches Bruttoeinkommen?

- bis 5.000 Euro
- 5.001 - 25.000 Euro
- 25.001 - 40.000 Euro
- 40.001 - 60.000 Euro
- mehr als 60.001 Euro
- keine Angabe

D Anhang: Zahlungssysteme im Internet – eine Übersicht

Online-Shopping liegt weiter im Trend. Der Bedarf an geeigneten Bezahlssystemen ist vorhanden. Dieser wird durch ein vielfältiges Angebot an Bezahlssystemen abgedeckt. So gibt es einerseits die klassischen Bezahlssysteme und andererseits neue, speziell für das Internet entwickelte Systeme. Weitere Einteilungskriterien von Bezahlssystemen sind beispielsweise die Transaktionshöhe (Pico-, Micro-, Small- oder Macropayments) oder der Grad der gewährleisteten Anonymität des Verfahrens.

Eine weit verbreitete Kategorisierung von Bezahlverfahren richtet sich nach dem Zeitpunkt, an dem das Girokonto mit dem Abrechnungsbetrag belastet wird. Dieser Schematisierung folgend kann in *Pre-Paid-Systeme, Pay-Now-Systeme und Pay-Later-Systeme* unterschieden werden.

Pre-Paid-Systeme sind vorausbezahlte Systeme. Der Nutzer dieser System muss, bevor er im Internet einkauft, einen bestimmten Geldbetrag aufwenden, um das Pre-Paid-System damit aufzuladen. Als Beispiele seien hier die paysafecard oder die MicroMoney Karte genannt.

Bei Pay-Now-Systemen wird das Konto des Kunden „genau“ zu dem Zeitpunkt belastet, zu dem der Kunde Waren oder Dienstleistungen einkauft. Dies ist z.B. bei der Nachnahme und bei einer Lastschriftzahlung der Fall.

Bei Pay-Later-Systemen wird der Geldbetrag für den Einkauf des Konsumenten erst eine gewisse Zeit nach dem Einkauf fällig. Das klassische Beispiel ist das Bezahlen nach Erhalt einer Rechnung per Überweisung oder das Bezahlen per Kreditkarte.

paysafecard

Die paysafecard ist als Prepaid Card zum Shoppen im Internet konzipiert. Die paysafecard kann im Handel in vielen Verkaufsstellen wie Kiosken, Tankstellen, Telekomfachhändlern und Elektronikketten erworben werden. Eine Übersicht über die Verkaufs- und Akzeptanzstellen sowie weitere Informationen findet sich unter www.paysafecard.de. Die paysafecard gibt es in zwei verschiedenen Ausführungen. Die blaue „classic paysafecard“ zu € 25, € 50 und € 100 und die rote „< 18 paysafecard“ zu € 25, und € 50. Die blaue

Karte kann uneingeschränkt im Internet eingesetzt werden, die rote „< 18“ Karte ist für bestimmte WWW-Inhalte, z.B. Erotik- oder Wettseiten, gesperrt.

Ablauf: Der Kunde legt die ausgewählten Produkte und Dienstleistungen in den Warenkorb und wählt unter den Bezahloptionen den „paysafecard-Button“. Im erscheinenden paysafecard-Zahlfenster muss nun der 16-stellige PIN-Code und das Passwort, sofern der Nutzer eines gewählt hat, eingegeben werden. Der paysafecard-Server prüft die Eingabe dieser Kartendaten und der Kaufpreis wird der entsprechenden PIN belastet. Dabei treten für den Zahlenden keine weiteren Kosten (z.B. Transaktionskosten oder Gebühren) auf. Nach erfolgreicher Zahlung geht es automatisch zum Webshop zurück.

Weitere Informationen unter: www.paysafecard.com

MicroMoney

Die MicroMoney-Karte ist eine Pre-Paid-Karte, die offline in T-Punkt-Läden erworben werden kann. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Guthaben über das Internet zu beziehen (www.micromoney.de). Bei diesem Bezahlverfahren müssen keine persönliche Daten oder die Bankverbindung bzw. die Kreditkartennummer angegeben werden. Im Internet können Beträge bis zu € 100 mit dem Einsatz von zwei Karten abgerechnet werden.

Ablauf: Der Nutzer wählt auf der Shopseite das Angebot aus und drückt den „MicroMoney“ oder „T-pay“ Button. Die 16-stellige MicroMoney-Nummer kann nun in die erscheinende Maske eingegeben werden. Der systemgesteuerte Bezahlprozess wird durchlaufen und der Betrag der entsprechenden Kartenummer belastet.

Weitere Informationen unter: www.micromoney.de

infin-MicroPayment

infin-MicroPayment ist ein Produkt der Ingenieurgesellschaft für Informationstechnologien mbH & Co. KG, München. Beträge bis € 30 können über die Telefonrechnung bezahlt werden.

Ablauf: Der Kunde wird beim Bezahlvorgang im Shop aufgefordert, eine 0900-Nummer anzurufen, wo er eine TAN-Nummer erhält. Diese wird zum Abschluss des Bezahlvorgangs in der Maske des Online-Shops eingegeben.

Weitere Informationen unter: www.infin-online.de

GeldKarte

Im Prinzip funktioniert das Bezahlen mit der GeldKarte im Internet genauso wie am Fahrschein- oder Parkautomaten. Mit einem kleinen, feinen Unterschied: Der Zahlende muss selbst am Computer ein geeignetes Chip-Kartenlesegerät der Klasse 3 angeschlossen haben.

Ablauf: Zur Zahlung wird die GeldKarte, die bis maximal € 200 aufgeladen werden kann, in den Klasse-3-Leser eingeschoben. Nach der Freigabe der Zahlung wird der Betrag vom GeldKarte-Chip abgebucht. Die GeldKarte eignet sich besonders für Kleinbeträge. Die Zahlung erfolgt ohne die Eingabe einer PIN- oder 16-stellige-Nummer und Bedarf keiner Registrierung. Darüber hinaus kann die GeldKarte universell, d.h. sowohl online als auch offline eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter: www.geldkarte.de oder www.geldkarte-online.de.

WEB.DE Web.Cent

Mit WEB.DE WEB.Cent können WEB.DE-Dienste beglichen und/oder bei über 300 Partnern Waren und Dienste abgerechnet werden. Bevor ein Kunde im Internet einkaufen gehen kann, muss er sich bei WEB.DE registrieren und WEB.Cent kaufen. Das WEB.Cent Konto kann mit Kreditkarte, Bankeinzug, Überweisung oder durch Bareinzahlung aufgeladen werden.

Ablauf: Der Bezahlprozess erfolgt in vier Schritten: Im ersten Schritt wählt der Kunde ein Produkt aus. Im zweiten bestätigt er die Bezahlart „WEB.Cent“ per Mausklick. Es erscheint ein Popup-Fenster, in das der WEB.DE Nutzernamen und das Passwort einzugeben und zu bestätigen sind. Produkt und der Produktpreis werden angezeigt. Nachdem die Zahlung durch einen Klick bestätigt wurde, wird das Produkt freigeschaltet.

Weitere Informationen: www.web.de

iclear

iclear ist ein Internet-Abrechnungssystem, mit dem Käufer nach einmaliger Anmeldung im Internet bestellte Ware bezahlen können. iclear vermittelt zwischen dem Käufer und dem Verkäufer und sorgt für eine sichere und transparente Abwicklung. Der Verkäufer erhält das Geld erst dann von iclear, wenn dem Käufer das Produkt gefällt und er es behalten möchte. Der Verkäufer trägt die Kosten, dem Käufer entstehen somit keinerlei Kosten. Nach der Anmeldung kann er mit Benutzername und Passwort im Netz einkaufen. iclear wird von Kinteki betrieben. Kinteki ist die Fortführung des ehemaligen Kerngeschäfts der EuroCoin iclear GmbH. Nachdem sich der Käufer bei iclear registriert und sein iclear-Konto durch Überweisung aufgeladen hat, kann er online shoppen gehen. Dieser Verfügungsrahmen kann nach einiger Zeit um einen „Überzeihungsrahmen“ erweitert werden.

Ablauf: Nachdem der Kunde seine Waren ausgesucht hat, wählt er die Bezahlart „iclear“. Die iclear-Seite erscheint und der Kunde loggt sich unter Angabe seiner Daten ein. In der

Rubrik „Mein iclear“ kann der Kunde erkennen, ob der Shop die Bestellung erhalten hat und die Ware auf dem Weg ist. Ferner hat der Kunde die Möglichkeit, seine getätigten Transaktionen zu kontrollieren.

Weitere Informationen: www.iclear.de

Nachnahme

Die Zahlung per Nachnahme sichert durch den gleichzeitigen Austausch von physischer Ware und Zahlung den Händler und den Konsumenten gleichermaßen, ist allerdings kostenintensiv und mit Einbußen bei der Bequemlichkeit (Anwesenheitspflicht des Konsumenten, Geldvorhaltung) behaftet. Zudem ist die Zahlung per Nachnahme für online gelieferte Güter nicht darstellbar.

Lastschrift

Die Lastschriftverfahren sind dadurch gekennzeichnet, dass die Zahlungen nicht vom Zahlungspflichtigen, sondern vom Zahlungsempfänger angestoßen werden. Der Dienstleister kann gegen Erhalt der Kontodaten seine Ware oder seine Dienstleistung zur Verfügung stellen und danach den Zahlungsvorgang anstoßen. Das Einzugsermächtigungs-Lastschriftverfahren ist somit für das Internet besonders gut geeignet. Problematisch ist jedoch, dass dieses Verfahren ausdrücklich die handschriftliche Unterzeichnung erfordert, welche über das Internet nicht übermittelbar ist. Damit ist die Rechtsverbindlichkeit in Frage gestellt und der Konsument kann die Bezahlautorisierung relativ leicht, zu Lasten des Händlers, abstreiten.

PayPal

Mit dem Erwerb einer e-Geld Lizenz in Großbritannien besitzt das Unternehmen PayPal Europe Ltd. eine modifizierte Banklizenz und darf nunmehr E-Geld-Geschäfte in Deutschland anbieten. Voraussetzung für die Teilnahme am Internet-Bezahlverfahren ist eine E-Mail-Adresse, ein Bankkonto oder eine Kreditkarte sowie die Eröffnung eines PayPal-Kontos. PayPal bietet ein breites Spektrum von Bezahlverfahren an. Sowohl das Versenden als auch das Empfangen von Geld ist möglich. Grundlage bildet die E-Mail-Adresse. Weist das Basis-Konto noch Limitierungen hinsichtlich der Höhe der Zahlungen sowie ihrer Herkunft auf, so bietet das Premium-Konto u.a. darüber hinaus den Vorteil, auch Geldsendungen entgegenzunehmen, die auf einer Kreditkartenzahlung basieren. Zudem kann der Nutzer ad hoc Zahlungen an Privatpersonen und Händler auslösen, die den Saldo seines PayPal-Kontos überschreiten. Angeboten wird auch die Möglichkeit, per Banküberweisung oder Lastschrift auf ein PayPal-Konto zu zahlen. Je nach Zahlungsvariante gehört PayPal somit zu den Pre-Paid, Pay-Now und Pay-Later Verfahren.

Weitere Informationen: www.paypal.com/de

m-pay

Das mobile Bezahlverfahren m-pay steht allen Vodafone Kunden offen. Die Abrechnung erfolgt über das Vodafone-Konto. Dabei gilt ein monatlicher Verfügungsrahmen bis € 100. CallYa-Kunden bezahlen direkt mit ihrem CallYa-Guthaben. Eine spezielle m-pay Registrierung oder eine zusätzliche Nutzerkennung bzw. ein Passwort sind nicht nötig.

Ablauf: Der Nutzer dieser Bezahlvarianten muss, nachdem er die Ware oder Dienstleistung ausgewählt hat, diese Zahlungsart anklicken und den Hinweisen auf dem Bildschirm folgen: Vodafone-Nummer eingeben und absenden, den 6-stelligen SMS-Bezahlcode abwarten, diesen Code im angegebenen Eingabefeld am Computer eingeben

und bestätigen, die Ware/den Dienst abrufen. Vodafone-Kunden können diesen Dienst ohne zusätzlichen Basispreis nutzen. Eine Übersicht über die getätigten Umsätze erhält der Kunde in einer speziellen Rubrik.

Informationen unter: www.vodafone.de

moxmo

Bei moxmo handelte es sich um den Nachfolger von Paybox-Deutschland. Moxmo erlaubte Geld von Handy zu Handy zu senden oder Rechnungen ohne TAN-Nummern zu begleichen. Moxmo hat den Betrieb zum Oktober 2004 eingestellt.

moneybookers

Moneybookers Limited ist ein Geldtransfer-Service, der unter englischem Recht operiert. Die Dienste von moneybookers umfassen das Senden von Geld per E-Mail von der Kreditkarte oder dem Bankkonto sowie das Empfangen von Geld. Voraussetzung zur Nutzung aller Dienste ist die vorherige Registrierung.

Informationen unter: moneybookers.com

DigaPay

DigaPay ist ein Produkt der digame.de GmbH, einem Joint-Venture der Twister Research International B.V. und der T-Telematik Venture Holding GmbH, einer 100%igen Tochter der Deutschen Telekom AG. Das Prinzip ist relativ einfach, vorausgesetzt ein Telefon ist

vorhanden. Nachdem der Nutzer auf den Pay-Button geklickt hat, erzeugt das System eine individuelle Rufnummer und präsentiert diese in einem speziellen Pop-Up-Fenster. Der Nutzer wählt diese Rufnummer und das System registriert die Zahlung. Der Zugriff auf das entsprechende Webangebot wird freigeschaltet. Die Abrechnung erfolgt über die Telefonrechnung.

Informationen unter: www.digapay.de

Kreditkarte

Die Kreditkarte gehört zu den ältesten und weit verbreiteten Internet-Bezahlverfahren. Anfängen von unverschlüsselten Kartendatenübertragungen bis hin zu sich gegenseitig verifizierenden Verfahren bieten die Kreditkartengesellschaften verschiedenste Abrechnungsverfahren an. Allen Verfahren ist gemein, dass die Kartendaten in eine Maske am Bildschirm eingegeben werden müssen. Der Sicherheitsstatus der Online-Kreditkartenzahlung ist abhängig von der Verschlüsselungsart (unverschlüsselt, SSL) und/oder der zusätzlichen Verifikation durch die 3-stellige Kartenprüfnummer, die sich auf der Rückseite der Kreditkarte befindet.

Informationen unter: www.visa.de

www.mastercard.com/de

Überweisung

Die Überweisung nach Rechnung ist nicht nur im stationären Handel ein altbekanntes Verfahren, auch im Internet wird vielfach per Rechnung bezahlt. Sie ist für den Händler mit einem gewissen Risiko verbunden, da er in Vorleistung gehen muss. Der Abgleich der Kundendaten mit externen Scoring-Unternehmen oder eigenen Datenbanken kann das

Risiko des Händlers reduzieren. Klassische Versandhändler nutzen das Internet als reinen Vertriebskanal ihrer Produkte, die dann „auf Rechnung“ versendet werden.

Der Konsument hat den Vorteil, dass er zuerst die Ware erhält und diese ansehen und prüfen kann, bevor er seinen Überweisungsauftrag aufgibt.

Billing-/Inkasso-Verfahren

Billing- und Inkassosysteme summieren die entstandenen Beträge beim Einkauf im Internet über einen zuvor definierten Zeitraum. Diese können dann über verschiedene Wege beglichen werden. Zur Auswahl steht die Abbuchung über die Telefonrechnung, der Einzug über das Lastschriftverfahren oder Belastung per Kreditkarte.

FIRSTGATE click&buy

Firstgate wurde bereits im Jahr 2000 gegründet und vermarktet das rein internetbasierte System FIRSTGATE click&buy. FIRSTGATE click&buy ist eines der bekanntesten Internet-Bezahlsysteme in Deutschland. Bisher haben sich rund 2,5 Mio. Nutzer entschieden, Internet-Inhalte mit FIRSTGATE click&buy zu kaufen. Der erste Schritt eines jeden neuen FIRSTGATE Nutzers ist die vorherige Anmeldung bei FIRSTGATE. Die Anmeldung beinhaltet die Angabe von E-Mail-Adresse, Passwort, Anschrift und Abrechnungsart (Bankeinzug oder Kreditkarte). FIRSTGATE click&buy wird von über 2.500 Internetgeschäften angeboten.

Ablauf: Die Waren und Dienste werden beglichen, indem der entsprechende Button gewählt wird und Benutzername und Passwort eingegeben werden. Der Betrag wird dann per Bankeinzug oder über die Kreditkartenabrechnung abgerechnet.

Informationen unter: www.firstgate.de

T-pay

T-pay ist die Bezahlplattform der T-com. Insgesamt stehen fünf verschiedene Bezahlmethoden zur Auswahl: Telekom Rechnung, Pay by Call, MicroMoney, Lastschrift oder Kreditkarte. Am Anfang steht auch hier ein 3-stufiges Anmeldeverfahren: Eingabe persönlicher Daten, Auswahl des Passwortes und Bestätigen der Daten. Unterstützt der Onlineshop T-Pay so kann eine der maximal fünf vom Shop angebotenen Bezahlvarianten gewählt werden. Die Abrechnung erfolgt dann per Telekom Rechnung, per Bankeinzug, per Kreditkarte oder durch Belastung der MicroMoney Karte.

Informationen unter: www.t-pay.de