

Angebotspalette im Online-Shop optimieren

– Fakten über das Kaufverhalten nutzen

(erschieden im Pago-Report 2005)

Malte Krüger

Seit 1998 führt die Universität Karlsruhe (Institut für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung, Lehrstuhl Geld und Währung) die Umfrage 'Internet-Zahlungssysteme aus Sicht der Verbraucher' (IZV) durch. Mit einem detaillierten Fragenkatalog, der in der jüngsten Befragungswelle von über 14.000 Teilnehmern beantwortet wurde, hat sich IZV zur führenden Befragung zum Thema Online-Payment entwickelt.

Die Befragung auf der Verbraucherseite wird durch eine weitere Befragungsreihe auf Händlerseite ergänzt. 2003 führte die Universität Karlsruhe in Zusammenarbeit mit dem ECC-Handel der Universität Karlsruhe und der fiveforces GmbH zum zweiten Mal die Umfrage 'Internet-Zahlungssysteme aus Sicht der Händler' (IZH) durch.

Im Internet agierende Händler und Konsumenten stehen heutzutage dem Problem gegenüber, daß sich das Angebot an Zahlungsverfahren aufgrund technischer Entwicklungen, sowie vieler Marktein- und -austritte ständig verändert. Die Ergebnisse der Online-Befragungen IZH2 verdeutlichen, daß diese Vielfalt für die Händler durchaus problematisch sein kann.

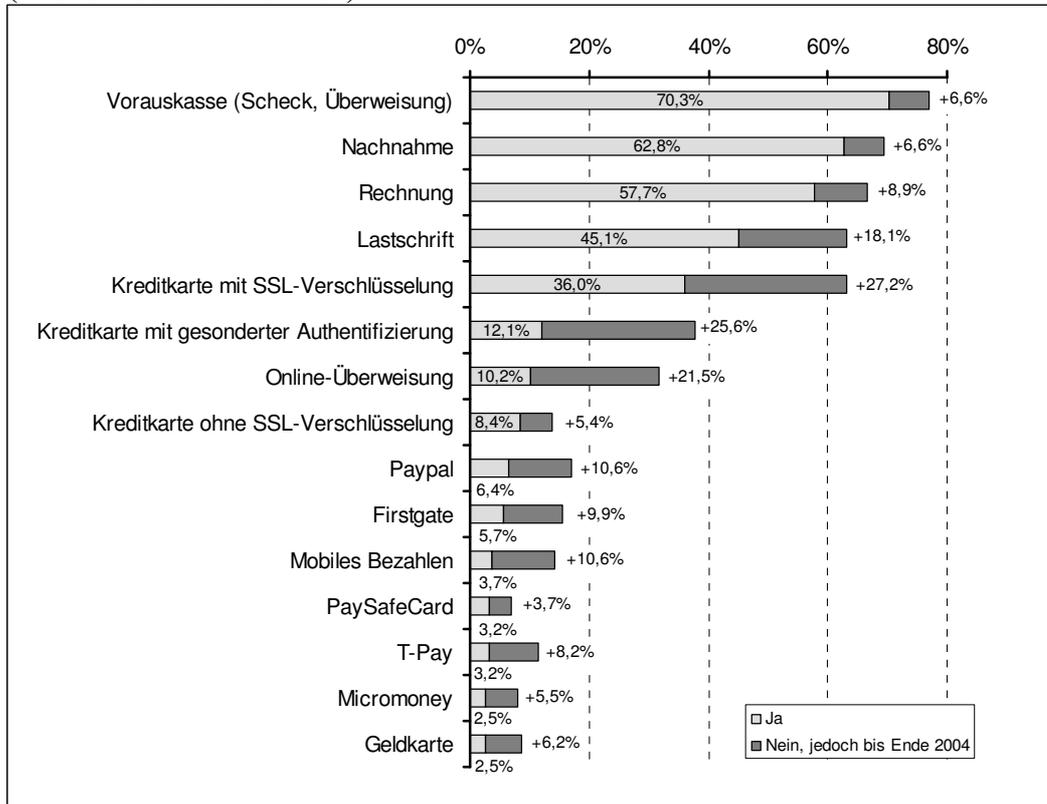
Umgekehrt gilt, daß die Anbieter von Zahlungsverkehrsdienstleistungen sich in einem jungen Markt bewegen und die Bedürfnisse ihrer Händlerkunden häufig nur rudimentär kennen. Gerade an diesem Punkt gibt die vorliegende Studie Hilfestellung. Die Online-Umfrage IZH2 bietet Informationen über die Art der Händler, darüber wie sie das Internet vertrieblich nutzen, welche Zahlungsarten sie akzeptieren, wie sie diese Zahlungsarten beurteilen, wie sie mit Risiken umgehen und vieles mehr. Ein gesondertes Kapitel befaßt sich mit dem Einsatz und der Beurteilung mobiler Zahlungsformen.

Die Studie bietet eine Fülle interessanter Erkenntnisse, beispielsweise die zunehmende Komplexität des Vertriebs: Neben dem Trend zum Multi-Channel-Vertrieb zeigt sich eine erhöhte Neigung, den Internet-Kanal Domänen-übergreifend zu nutzen. Beides erhöht die Anforderungen an die Zahlungssysteme und die Zahlungsdienstleister.

Die Studie macht auch deutlich, daß der Handel zunächst nicht mit einer Konsolidierung auf wenige Zahlungssysteme rechnet. Nahezu alle befragten Händler planen daher, die Anzahl der akzeptierten Zahlungsarten auszudehnen. Diese Trends sowie eine Fülle weiterer Erkenntnisse sind von den Autoren hervorragend herausgearbeitet worden.

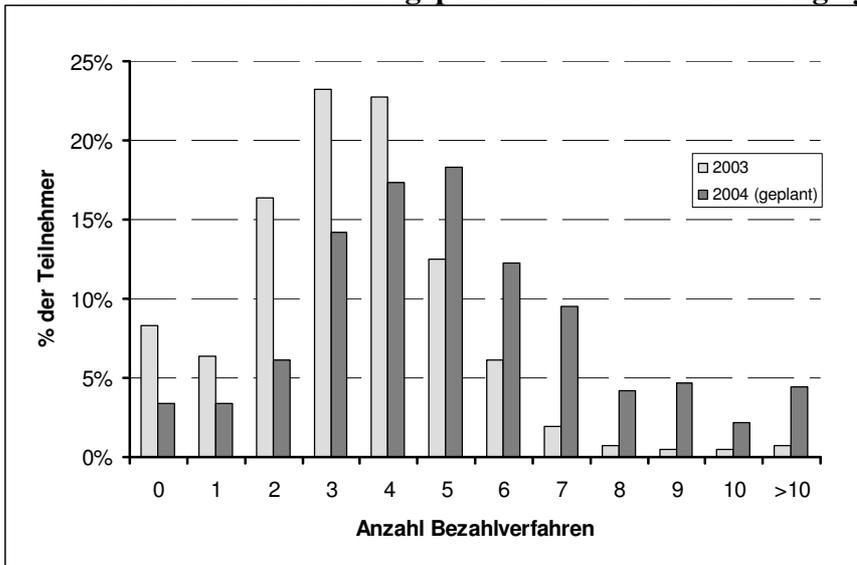
Die Palette der angebotenen Verfahren für Internetzahlungen ist nach wie vor breit. Eine Konsolidierung ist bislang nicht abzusehen. Für den Online-Handel bedeutet dies, daß er in der Regel mehr als ein Zahlungsverfahren anbieten muß.

Aktueller und bis Ende 2004 geplanter Einsatz von einzelnen Zahlungssystemen (Prozent der Teilnehmer)



Mit diesen Zahlen schickt sich der Online-Handel an, den stationären Handel zu überflügeln. Auch dort werden ja in der Regel mehrere Zahlungsmöglichkeiten angeboten. Allerdings geht die Zahl der angebotenen Zahlungsarten selten über drei hinaus (Bar-Zahlung, Debitkarte, Kreditkarte) und dürfte im durchschnitt ungefähr bei zwei Zahlungsmitteln liegen. Im Internet hingegen wurden 2003 im Durchschnitt drei Verfahren angeboten und die Online-Händler planen 2004, die Zahl der angebotenen Verfahren weiter zu erhöhen.

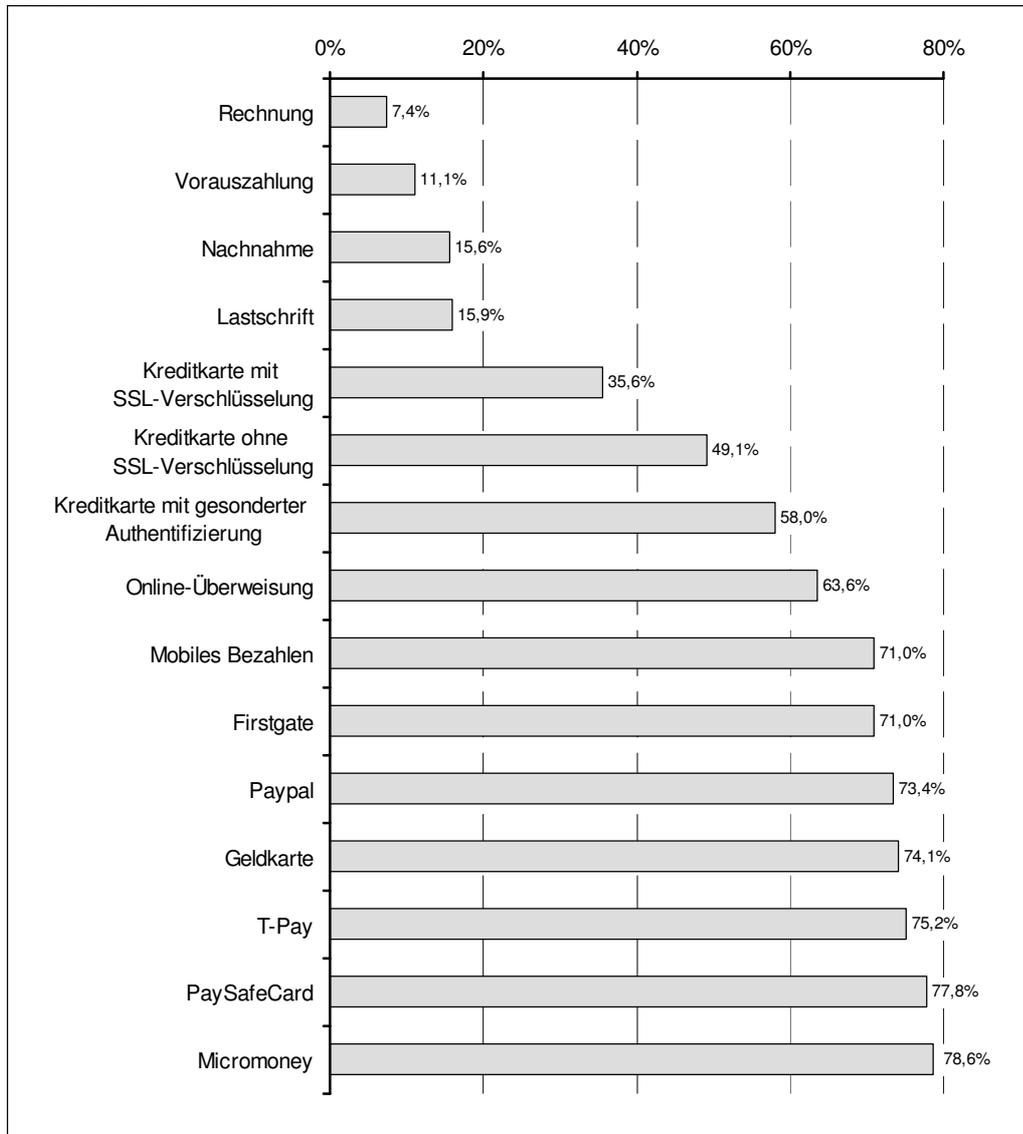
Aktueller und bis Ende 2004 geplanter Einsatz von Zahlungssystemen (Anzahl)



Quelle: IZH2

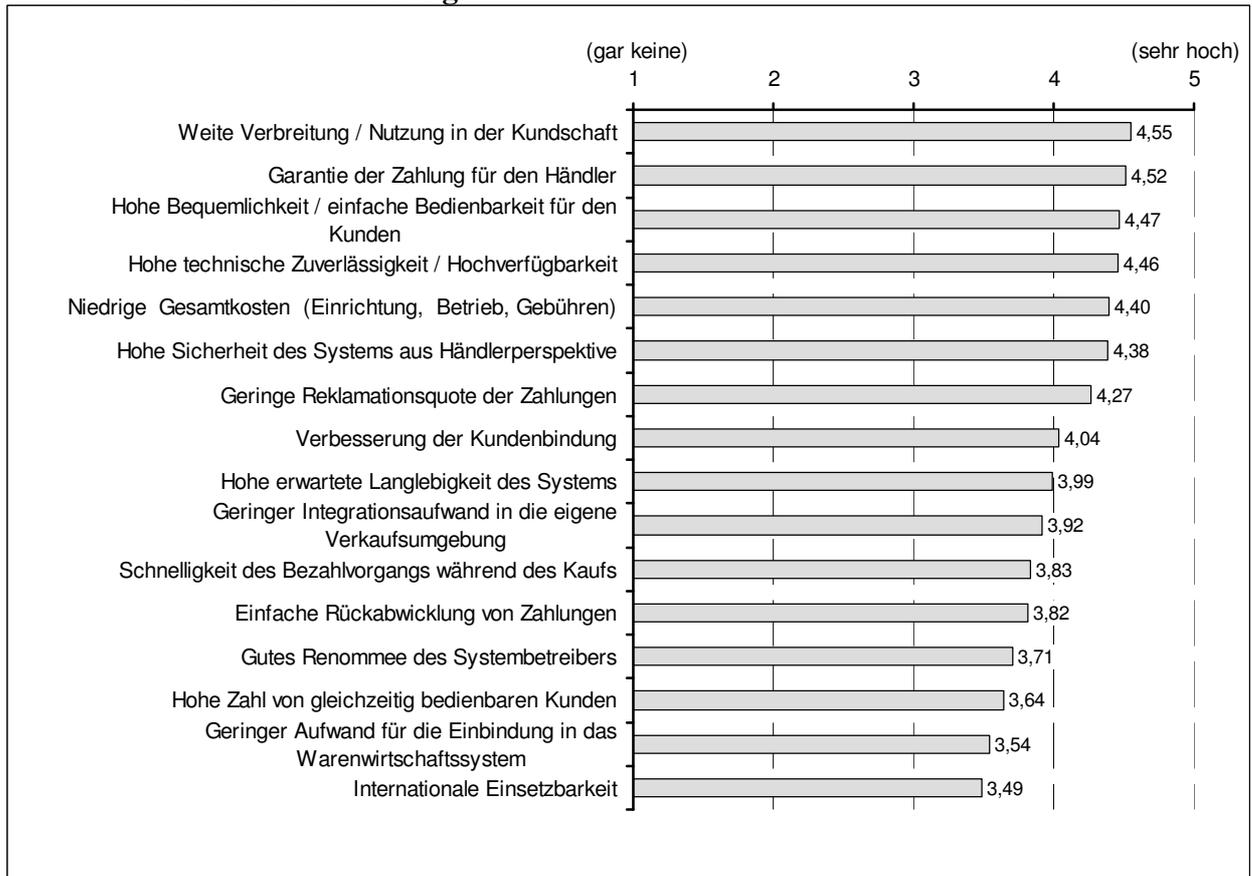
Aus der Sicht des Handels wird die Vielzahl der Internetzahlungsmittel langsam zu einer Belastung. Es wird zunehmend schwer, den Überblick zu behalten. Wie die Ergebnisse der Umfrage IZH2 zeigen, können die die meisten Händler lediglich die Standardverfahren beurteilen.

Informationsmängel: Anteil derjenigen Teilnehmer, die das betreffende Zahlungssystem „nicht beurteilen“ können



Quelle: IZH2

Was ist aus Händlersicht wichtig?



Quelle IZH2

Was sagen aber die Kunden? Schaut man sich die jüngsten Ergebnisse der Universität Karlsruhe an (IZV7), dann läßt sich feststellen, daß der Zahlungsverkehr insgesamt recht gut abschneidet. Zwar geben über 13% der Befragten an, sie hätten schon einmal negative Erfahrungen im Zusammenhang mit dem Bezahlen im Internet gemacht. Diese Zahl muß man jedoch in Perspektive setzen. Denn über 34% der Befragten geben an, daß sie schon einmal beim Einkaufen im Internet negative Erfahrungen gemacht haben. Es ist also eher der E-Commerce generell und nicht so sehr der Internet-Zahlungsverkehr, der schlecht abschneidet.

Haben Sie im Zusammenhang mit dem Bezahlen im Internet schon einmal negative Erfahrungen gemacht?	
Angaben in vH der Teilnehmer	
N = 11.152	IZV7
nein	86,6
ja	13,4
Haben Sie im Zusammenhang mit dem Einkaufen im Internet schon einmal negative Erfahrungen gemacht?	
Angaben in vH der Teilnehmer	
N = 10.981	IZV7
nein	65,7
ja	34,3

Quelle: IZV7

Dies findet sich bestätigt in den Antworten zur Frage, warum Internetnutzer nicht im Internet einkaufen. Die wichtigsten Hinderungsgründe haben mit den Spezifika des Kaufs via Internet zu tun und nicht mit dem Internetzahlungsverkehr. Dies gilt sowohl für den Kauf materieller Güter als auch für den Kauf digitaler Güter. So sehen 54,9% der Befragten, die noch keine materiellen Güter im Internet gekauft haben, in der fehlenden Möglichkeit, die Ware zu sehen und zu prüfen einen wichtigen Hinderungsgrund. Das Fehlen eines geeigneten Zahlungsmittels wird jedoch nur von 12,1% als Hinderungsgrund angegeben. Erstaunlicherweise ist dieser Prozentsatz mit 13,4% bei digitalen Gütern kaum höher.

Warum haben Sie noch nie MATERIELLE Güter über das Internet bestellt?	
Angaben in vH der Teilnehmer, jeder Teilnehmer konnte 3 Punkte angeben	
Ware nicht sehen/prüfen	54,9
Angst vor Missbrauch persönlicher Daten durch Online-Shops oder Dritte	41,9
fehlende Beratung/Service	35,4
...	
es gibt keine geeignete Bezahl-Methode	12,1
Warum haben Sie noch nie DIGITALE Güter über das Internet gekauft?	
Angaben in vH der Teilnehmer, jeder Teilnehmer konnte 3 Punkte angeben	
Ware nicht sehen/prüfen	41,6
Ware nicht billiger als sonst	37,3
möchte digitale Güter in materieller Form erwerben (z.B. auf CD, Papier, etc.)	35,4
...	
es gibt keine geeignete Bezahl-Methode	13,0

Quelle: IZH/

Wie andere Untersuchungen auch, belegt IZV7 die Dominanz herkömmlicher Zahlungsverfahren im Internet. Die beliebtesten Zahlungsverfahren sind die Online-Überweisung (nach Rechnung), die Lastschrift, Barzahlung bei Lieferung (Nachnahme) und die Kreditkarte. Die starke Position dieser Verfahren macht es den innovativen neuen Verfahren schwer, sich durchzusetzen. So sehen viele Teilnehmer der Befragung keine Notwendigkeit, neue Verfahren wie Mobiltelefon oder Inkasso/Billing zu wählen, da ja immer traditionelle Verfahren angeboten werden.

Warum haben dieses Zahlungsverfahren noch nicht benutzt?						
Angaben in vH der Teilnehmer, jeder Teilnehmer konnte 3 Punkte angeben						
1: Sie stimmen voll zu; 6: Sie stimmen überhaupt nicht zu	1	2	3	4	5	6
Die von Ihnen eingesetzte Bezahlvarianten wurden immer angeboten, sodass Sie keine Notwendigkeit sahen, das Mobiltelefon zu wählen.	66,7	15,9	8,0	3,4	1,9	4,2
Die von Ihnen eingesetzte Bezahlvarianten wurden immer angeboten, sodass Sie keine Notwendigkeit sahen, Inkasso/Billing Verfahren zu wählen.	60,6	18,0	9,9	5,2	2,4	3,8
Die von Ihnen eingesetzte Bezahlvarianten wurden immer angeboten, sodass Sie keine Notwendigkeit sahen, Vorausbezahlte Verfahren zu wählen.	56,1	19,6	13,0	5,0	2,3	4,0

Quelle: IZH/

Bei der Wahl des Zahlungsverfahrens spielt auf der Kundenseite das Vertrauen eine wichtige Rolle. Vertrauen in ein Zahlungsmittel beruht auf dem Vertrauen in den Herausgeber und auf den bereits gemachten Erfahrungen. Insofern haben es traditionelle Anbieter von Zahlungsverkehrsdienstleistungen leichter, denn der Kunde vertraut ihnen und ihren Produkten. Neue Anbieter haben es selbst dann schwer, wenn sie aus anderen Märkten wohl bekannt sind.

Dabei nimmt die Bedeutung des Vertrauens mit der Höhe des Zahlungsbetrags zu. Dies bedeutet für den Handel, daß neue Verfahren wie mobile Zahlungen, Inkasso- und

Billingsysteme oder Vorausbezahlte Systeme am ehesten dort angenommen werde, wo es um kleine Zahlungsbeträge geht. Dies spiegelt sich deutlich in den Befragungsergebnissen wider.

Bis zu welchem Betrag sind Sie bereit, mit diesem Zahlungsverfahren zu zahlen?					
in % der Teilnehmer	Online Banking	Kreditkarte	Inkasso/Billing	Mobile Zahlung	Vorausbezahlt
bis 5 Euro	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
bis 25 Euro	99,4	99,2	93,3	83,5	83,5
bis 50 Euro	98,7	98,3	75,6	62,7	62,7
bis 200 Euro	94,5	91,2	40,8	31,5	31,5
mehr als 200 Euro	80,6	71,0	19,0	16,1	16,1

Quelle: IZH/

Insgesamt, scheint es demnach dem Online-Handel mit dem Angebot einer breiten Palette von Zahlungsmöglichkeiten, die Kunden recht gut zu befriedigen. Allerdings zeigt eine Quote von 10% bis 15% Unzufriedener, daß noch weiterer Optimierungsbedarf besteht. Dabei können sich gerade solche Innovationen als interessant erweisen, die an bestehenden Verfahren anknüpfen. Ein wichtiges Beispiel hierfür ist die in den Kaufvorgang integrierte Online-Überweisung.



Dr. Malte Krüger ist Unternehmensberater bei der PaySys Consultancy GmbH (Frankfurt) und hat seit Februar 2004 die Vertretung des Lehrstuhls „Geld und Währung“ an der Universität Karlsruhe inne. Er hat 1994 im Fach Volkswirtschaftslehre an der Universität zu Köln promoviert und war als Gastwissenschaftler bei der Banco de España und an der University of Western Ontario (Kanada) tätig. Es folgten Aufenthalte als Lecturer an der University of Durham und als Gastwissenschaftler am Institute of Prospective Technological Studies (IPTS) in Sevilla. Dr. Krüger hat vielfach in nationalen und internationalen Zeitschriften über den Zahlungsverkehr veröffentlicht und an mehreren Forschungsprojekten zum Thema „elektronischer Zahlungsverkehr“ mitgewirkt.

PaySys Consultancy GmbH
 Im Uhrig 7
 D-60433 Frankfurt am Main
 Tel.: +49 69 95 11 77 -12
 E-Mail: mkrueger@paysys.de
 URL: www.paysys.de

Universität Karlsruhe (TH)
 IWW, Sektion Geld und Währung
 Postfach 69 80
 D-76128 Karlsruhe
 Tel.: +49 721 608-6329
 E-Mail: krueger@iww.uni-karlsruhe.de
 URL: <http://www.iww.uni-karlsruhe.de/>