

Link: <https://www.computerwoche.de/a/haendler-lieben-vorkasse-kunden-wollen-rechnungen,2556977>

Online-Payment-Studie

Händler lieben Vorkasse, Kunden wollen Rechnungen

Datum: 31.03.2014

Autor(en): Holger Eriksson

Die Art und Abwicklung der angebotenen Zahlungsverfahren sind für kundenfreundliches Online-Shopping von wesentlicher Bedeutung. Allerdings gehen die Einschätzungen darüber, was ein komfortables Zahlungsverfahren ausmacht, bei Händlern und Kunden auseinander, wie eine aktuelle Studie des ECC Köln und der Hochschule Aschaffenburg zeigt.



Foto: WoGi, Fotolia.de

Das Angebot an Zahlungsverfahren beim Online-Shopping entspricht häufig nicht den Wünschen der Konsumenten, so ein Ergebnis der ECC-Studie "Payment im E-Commerce", die erstmals sowohl die Präferenzen der Verbraucher als auch die der Händler zum Thema Online-Payment untersucht und die Anforderungen beider Gruppen gegenüber stellt. Für die Studie wurden insgesamt 1.970 Internetnutzer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie 901 Online-Händler aus Deutschland online befragt. Das ECC Köln "E-Commerce-Center Köln" ist die Online-Abteilung der **IFH Institut für Handelsforschung GmbH in Köln**¹ (IFH Köln) und befasst sich seit 1999 mit wissenschaftlichen Studien, Auftragsprojekten und Veranstaltungen mit dem Thema Online-Handel.

Rechnung, PayPal und Lastschrift bei den Konsumenten vorn

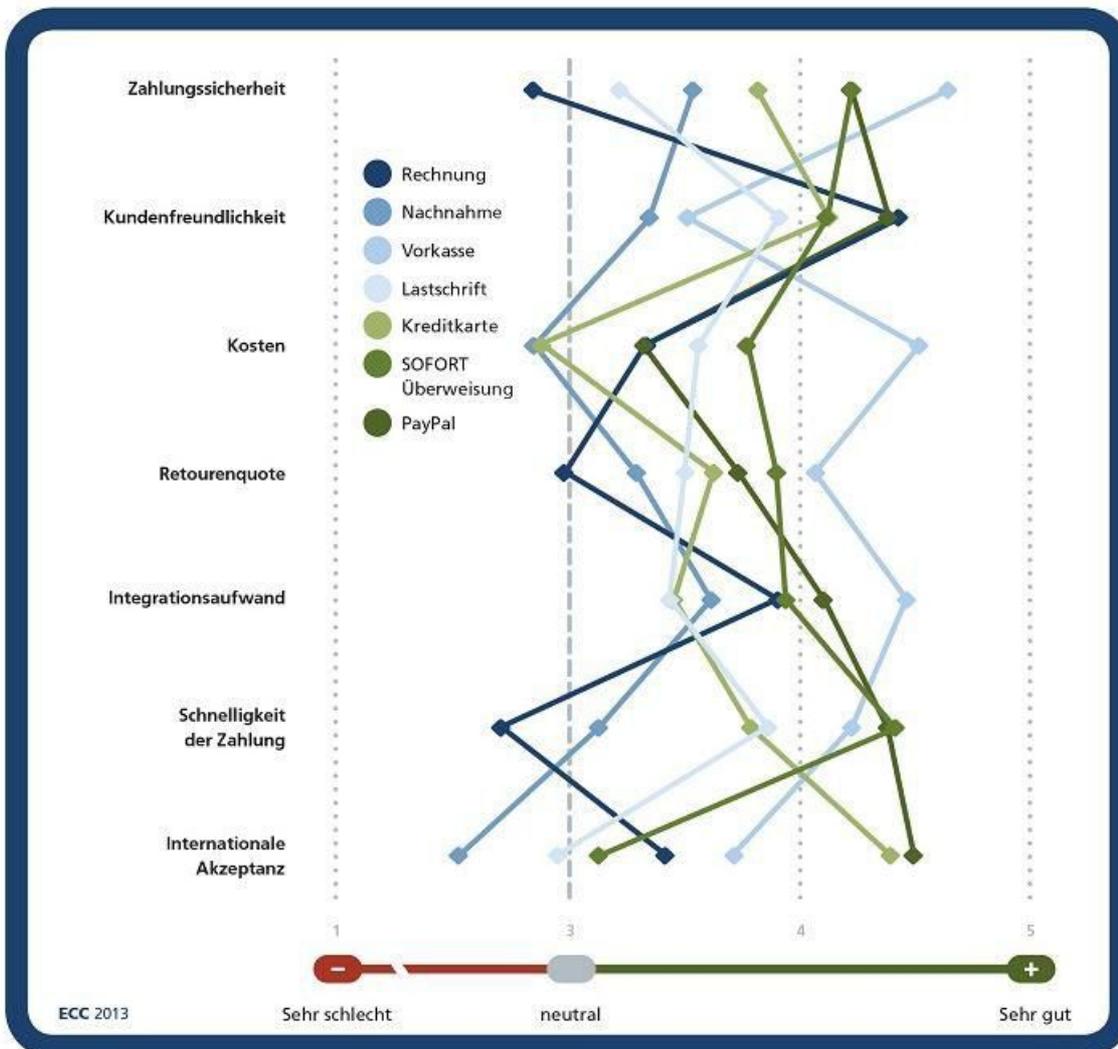
Während bei den Konsumenten - wenig überraschend - die Rechnung unter den Lieblingszahlarten ganz oben rangiert, bieten nur etwas mehr als die Hälfte der befragten Online-Händler diese auch an. Umgekehrt setzen Händler beim Thema Zahlung am liebsten auf Vorkasse, die beim Kunden aber nicht gut ankommt und nur von jedem achten Konsumenten gerne für Online-Einkäufe genutzt wird.

Bewertungsprofil der verbreitetsten Zahlungsverfahren aus Händlersicht, 444 ≤ n ≤ 772.

Fragetext: „Wie bewerten Sie die folgenden Zahlungsverfahren aus Sicht Ihres Unternehmens hinsichtlich der Kriterien ...?“



Foto: ECC Köln



Beim Vergleich anderer Zahlverfahren zeigen sich zumindest in Deutschland weitere Diskrepanzen zwischen Anbieter und Käufer: Die Lastschrift, bei den Konsumenten auf Rang drei der beliebtesten Online-Zahlarten, schafft es bei der Verbreitung unter den Händlern mit 40,7 Prozent gerade einmal auf den achten Platz. Eine Ausnahme dabei ist PayPal: Sowohl bei den Lieblingsverfahren aus Konsumentensicht als auch bezüglich des Angebots der Händler landet PayPal auf Platz zwei. Die bei den Händlern beliebte Sofort-Überweisung (Rang drei) wird nur von jedem fünften Verbraucher gerne genutzt. Dagegen stimmen in Österreich und der Schweiz Angebot und Nachfrage weitestgehend überein. Hier ist vor allem die hohe Verbreitung und Akzeptanz der Kreditkarte auf Händler- und auf Verbraucherseite auffällig.

Kreditkarte, PayPal und Lastschrift als Kompromiss

"Die große Vielfalt an Internetzahlungen ist eine deutsche Besonderheit, die für Händler und Kunden sowohl eine Herausforderung als auch eine Chance darstellt", kommentiert Studienleiter Professor Malte Krüger von der Hochschule Aschaffenburg die Studienergebnisse. Dabei beeinflussen für Händler wie Verbraucher eine Vielzahl von Faktoren das Urteil über eine Zahlungsmethode: Zahlungssicherheit, Kosten, Schnelligkeit sowie die Auswirkungen auf die Retourenquote und Rückerstattungssicherheit im Falle einer Warenrücksendung fließen dabei in die Beurteilung ein.

Gegenüberstellung von Lieblingsverfahren der Verbraucher und Angebot auf Händlerseite (Deutschland),
901 ≤ n ≤ 979.



Fragetext: „Verbraucher: „Welches der folgenden Zahlungsverfahren verwenden Sie am liebsten bzw. würden Sie am liebsten verwenden (unabhängig davon, ob diese angeboten werden)? Bitte wählen Sie Ihre drei liebsten Verfahren aus“; Händler: „Welche der folgenden Zahlungsverfahren bieten Sie an?“

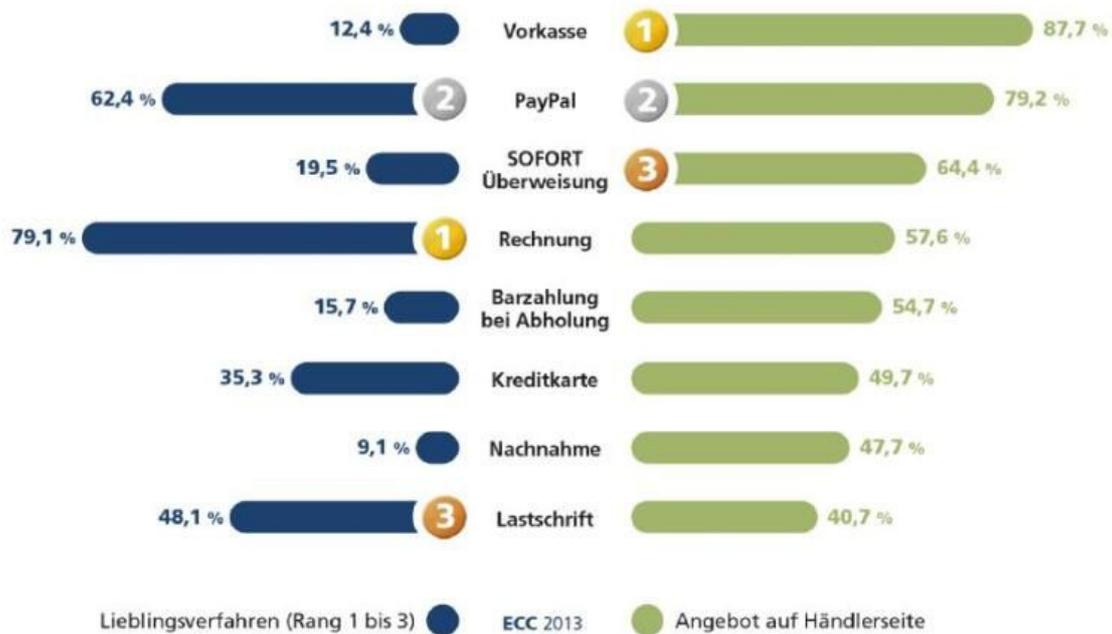


Foto: ECC Köln

Aber während die Verfahren Vorkasse und Rechnung von beiden Seiten kontrovers bewertet werden, zeigten die Ergebnisse auch, dass mit der Kreditkarte, PayPal und der Lastschrift mehrere Verfahren existieren, die sowohl von Händlern als auch Verbrauchern bezüglich der einzelnen Kriterien ähnlich gut bewertet werden.

"Die neue Studie zeigt, dass trotz der Neuerungen im Payment-Markt eine Maxime bestehen bleibt: Auch in Sachen Payment müssen sich die Händler auf die Wünsche der Konsumenten einlassen, um keine Kaufabbrüche zu riskieren", kommentiert Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln, die Studienergebnisse.

Links im Artikel:

¹ <http://www.ifhkoeln.de/>