



research  
an der Universität  
Regensburg GmbH



MasterCard  
Worldwide

**Der Handel.**  
Das Wirtschaftsmagazin für Handelsmanagement

# E-Payment-Barometer

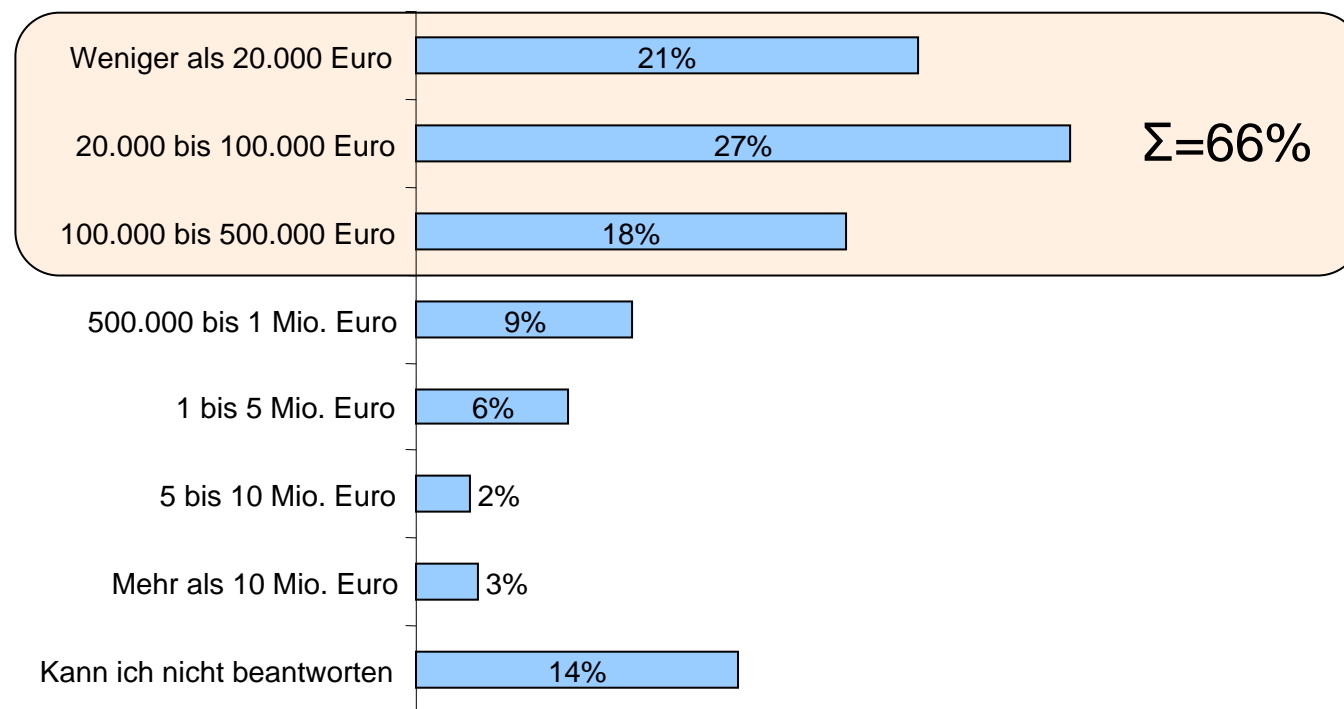
September 2010

## Über das E-Payment-Barometer

- Das E-Payment-Barometer ist eine Umfrage von ibi research und Der Handel, die im Auftrag von MasterCard vierteljährlich durchgeführt wird. Ziel der Umfrage ist es, Marktzahlen zu Trends und aktuellen Entwicklungen im E-Payment zu erheben.
- Im Folgenden sind die Ergebnisse des ersten Befragungszyklus zusammengefasst. Die Befragung war vom 7. Juli bis 18. August 2010 über das Internet zugänglich.
- 267 Online-Händler haben sich im Befragungszeitraum an der Umfrage beteiligt und den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Der Umsatz im Webshop lag im letzten Jahr bei zwei Drittel der Händler unter 500.000 Euro
- Die Fußzeile gibt jeweils die Teilnehmerzahl („n“) je Frage an.

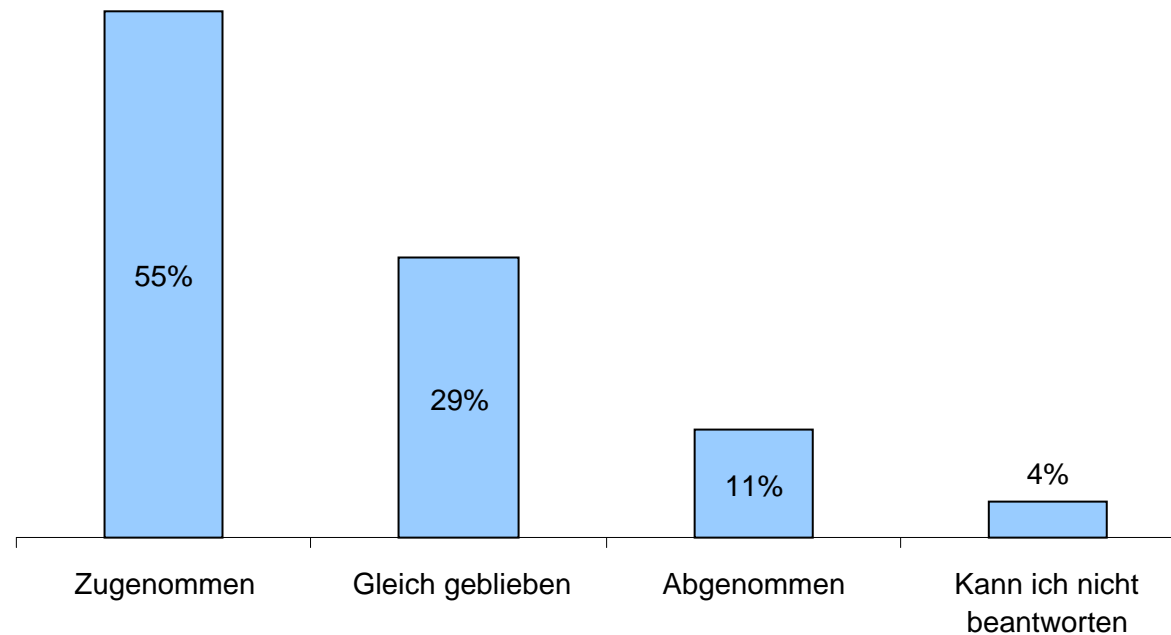
## Der Umsatz im Webshop lag im letzten Jahr bei zwei Drittel der Händler unter 500.000 Euro

### Welcher Umsatz wurde im letzten Jahr über Ihren Webshop getätigt?



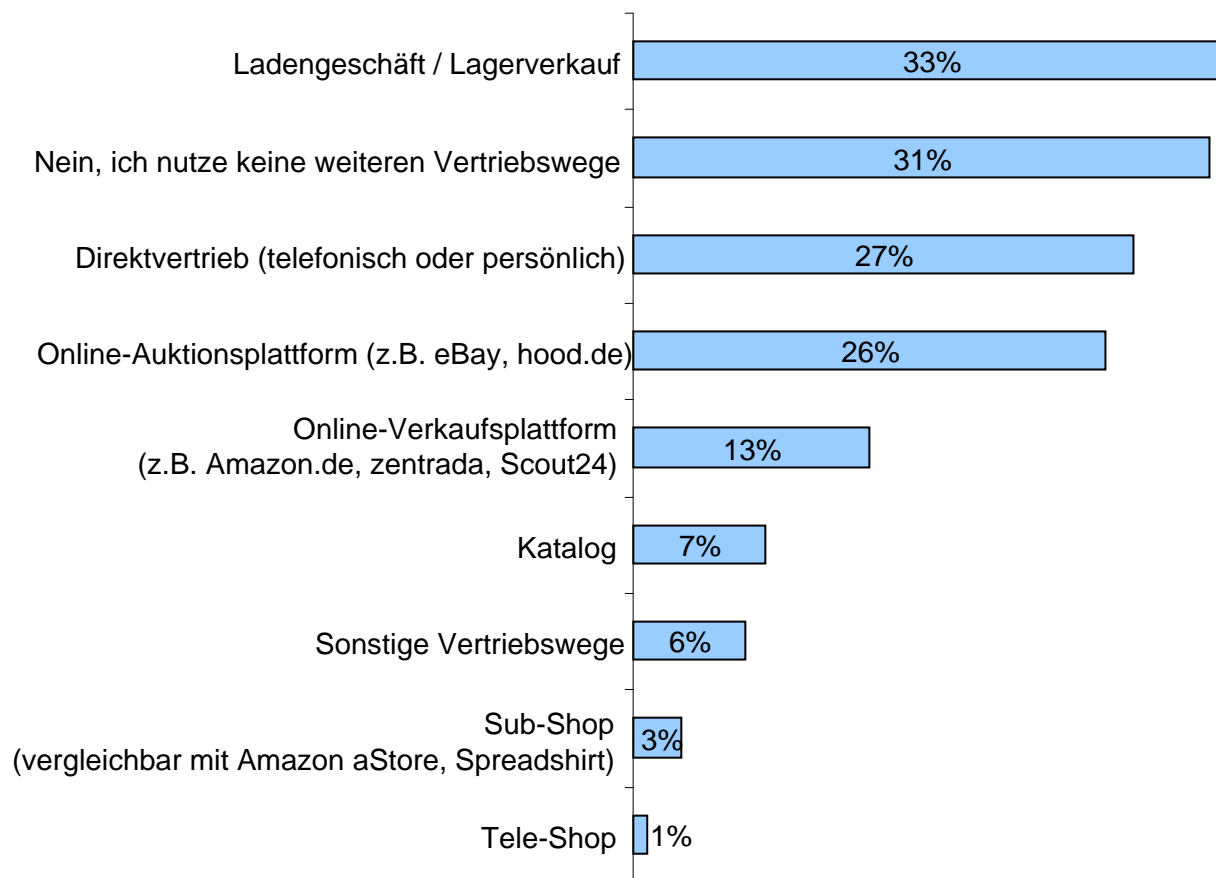
## Bei mehr als der Hälfte der Händler hat der Umsatz in den letzten drei Monaten zugenommen

**Wie haben sich die Umsätze in ihrem Webshop in den letzten drei Monaten entwickelt?**



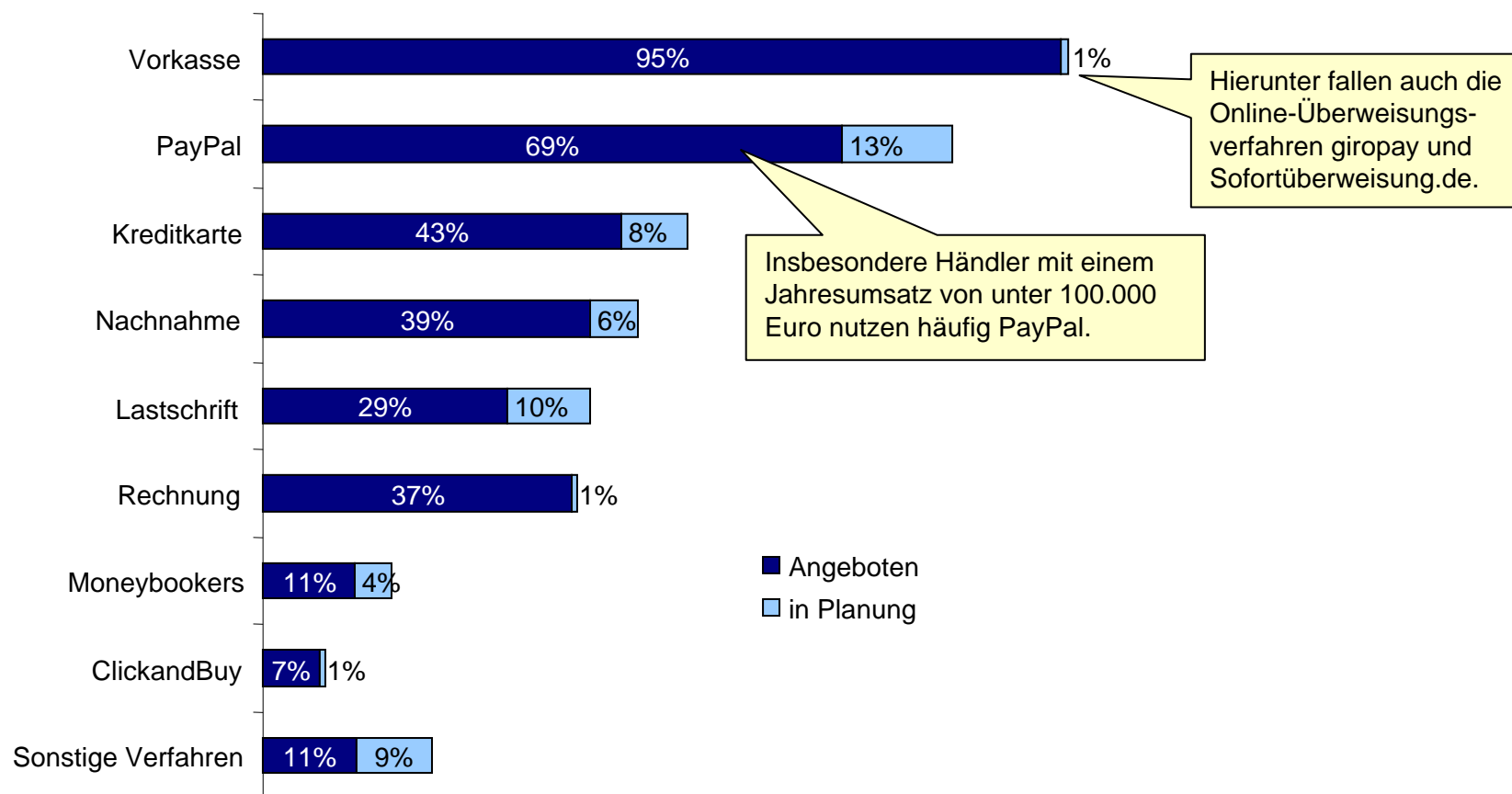
## Ein Drittel der Online-Händler verkauft zusätzlich auch über ein stationäres Geschäft

### Nutzen Sie neben dem Onlineshop noch weitere Vertriebswege?



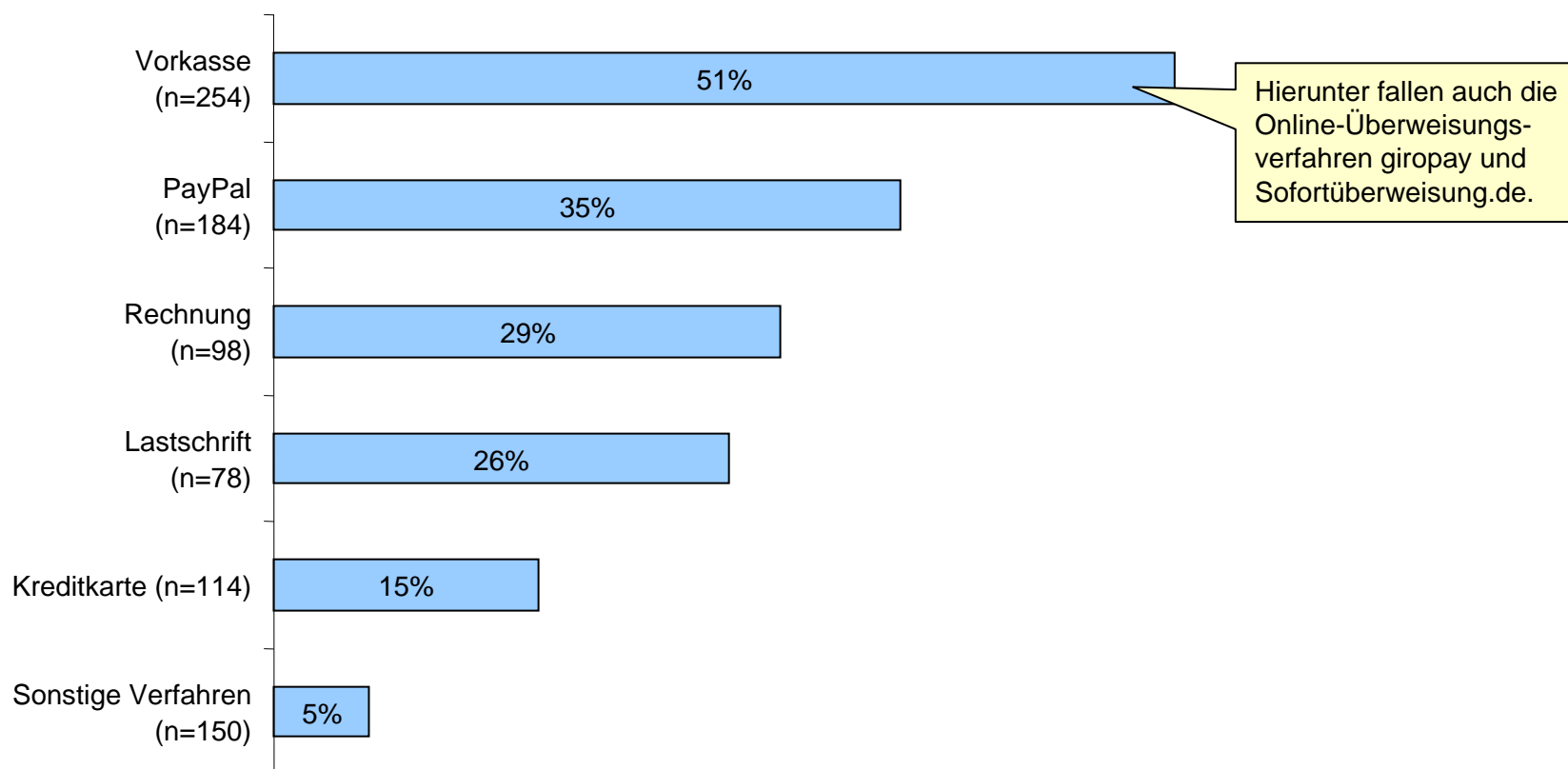
# Die Vorkasse erfreut sich bei den Händlern großer Beliebtheit

## Welche Zahlungsverfahren bieten Sie Ihren Kunden in Ihrem Webshop an?



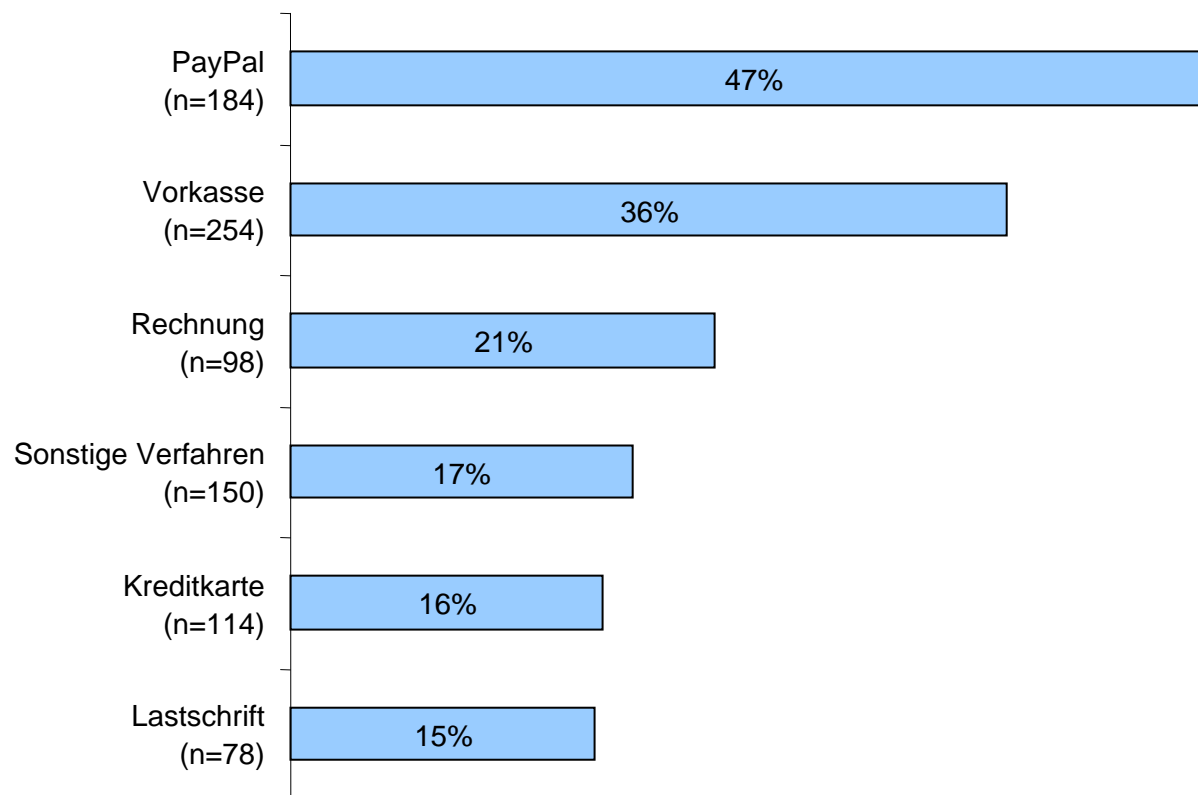
## Bei der Hälfte der Händler, die Vorkasse anbieten, ist diese das meistgenutzte Verfahren

**Welches dieser Zahlungsverfahren wird von Ihren Kunden am häufigsten genutzt?** (bezogen auf die Händler, die das jeweilige Verfahren anbieten)



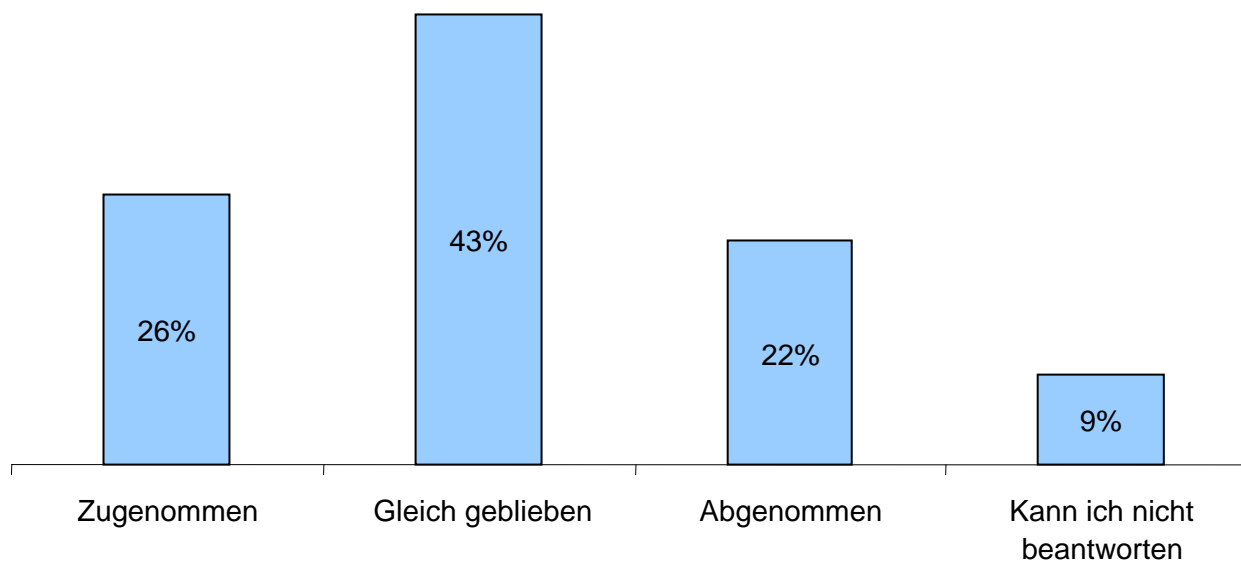
## Bei knapp der Hälfte der Händler, die PayPal anbieten, sind die Transaktionen dort am stärksten angestiegen

**Bei welchem Zahlungsverfahren ist die Anzahl der Transaktionen in den letzten drei Monaten prozentual am stärksten angestiegen? (bezogen auf die Händler, die das jeweilige Verfahren anbieten)**



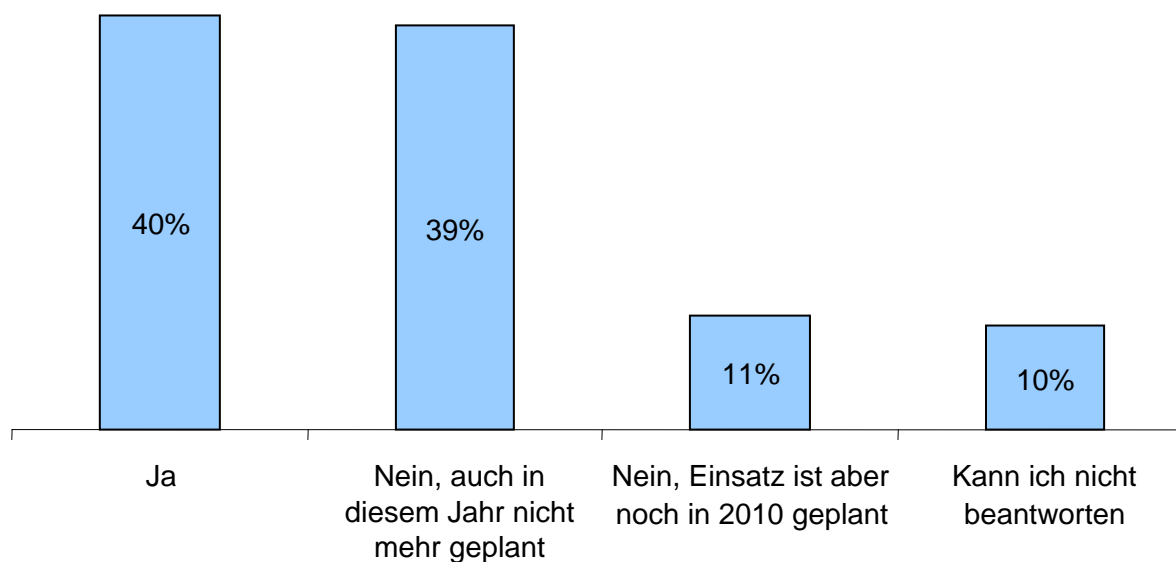
## Der Anteil der mit Kredit- oder Debitkarte bezahlten Umsätze hat bei jedem vierten Händler zugenommen

**Wie hat sich der Anteil der mit Kreditkarte und / oder Debitkarte bezahlten Bestellungen in den letzten drei Monaten entwickelt?**



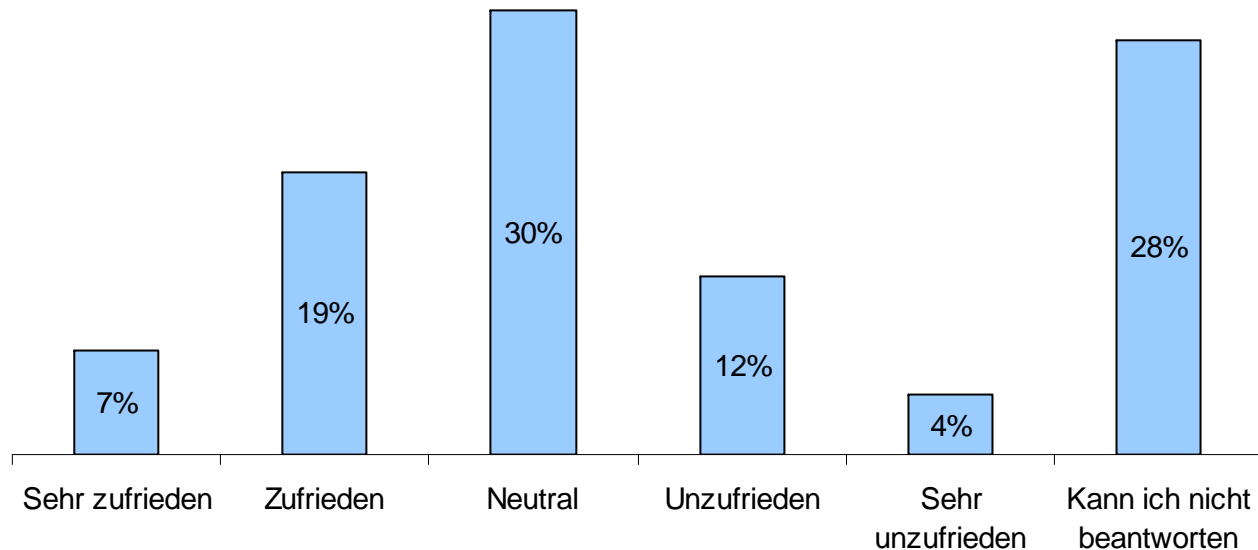
## Jeder zweite Händler nutzt 3-D Secure oder will es bis Ende 2010 nutzen

**Nutzen Sie bei Kartenzahlungen 3-D Secure (MasterCard SecureCode bzw. Verified by Visa)?**



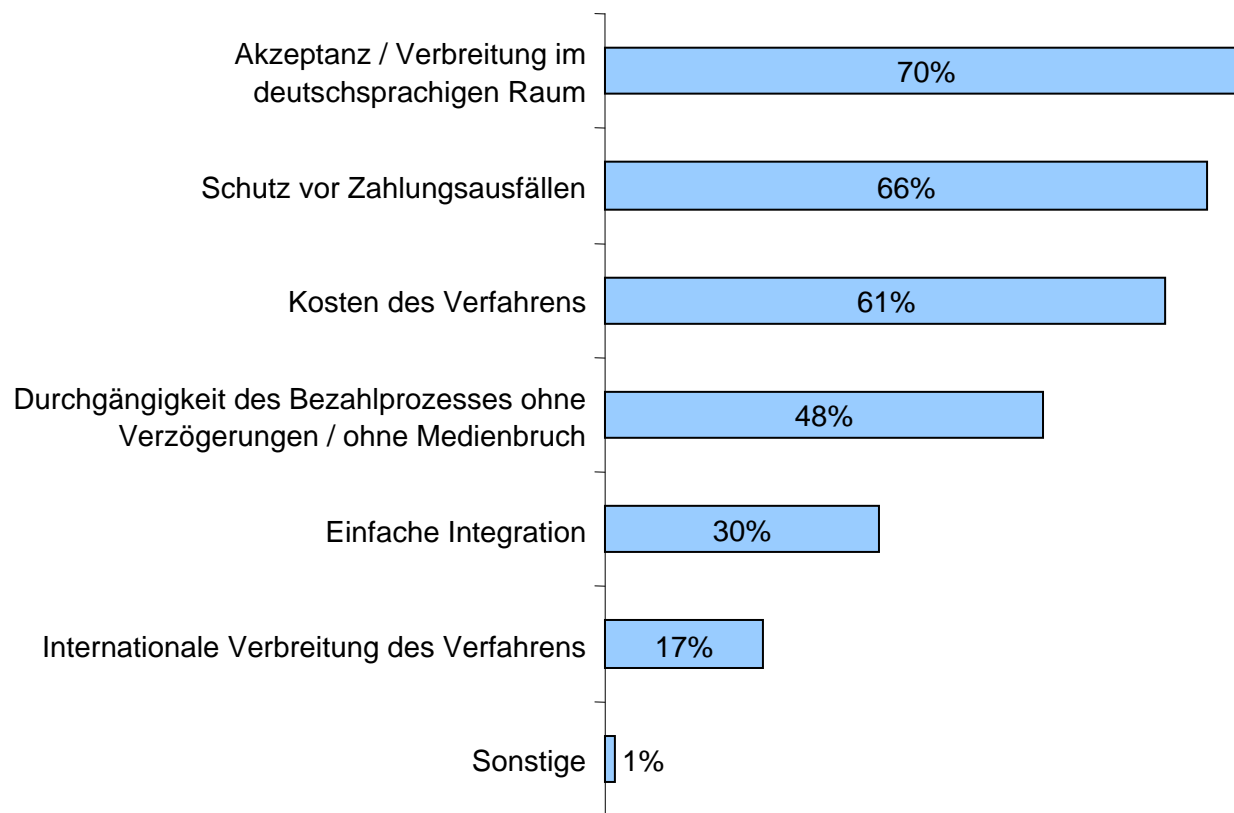
## Mit den Informationen ihres Acquirers zu 3-D Secure sind die Unternehmen überwiegend zufrieden

**Wie zufrieden sind Sie mit den Informationen, die Sie von Ihrem Dienstleister / Acquirer zu 3-D Secure erhalten haben?**



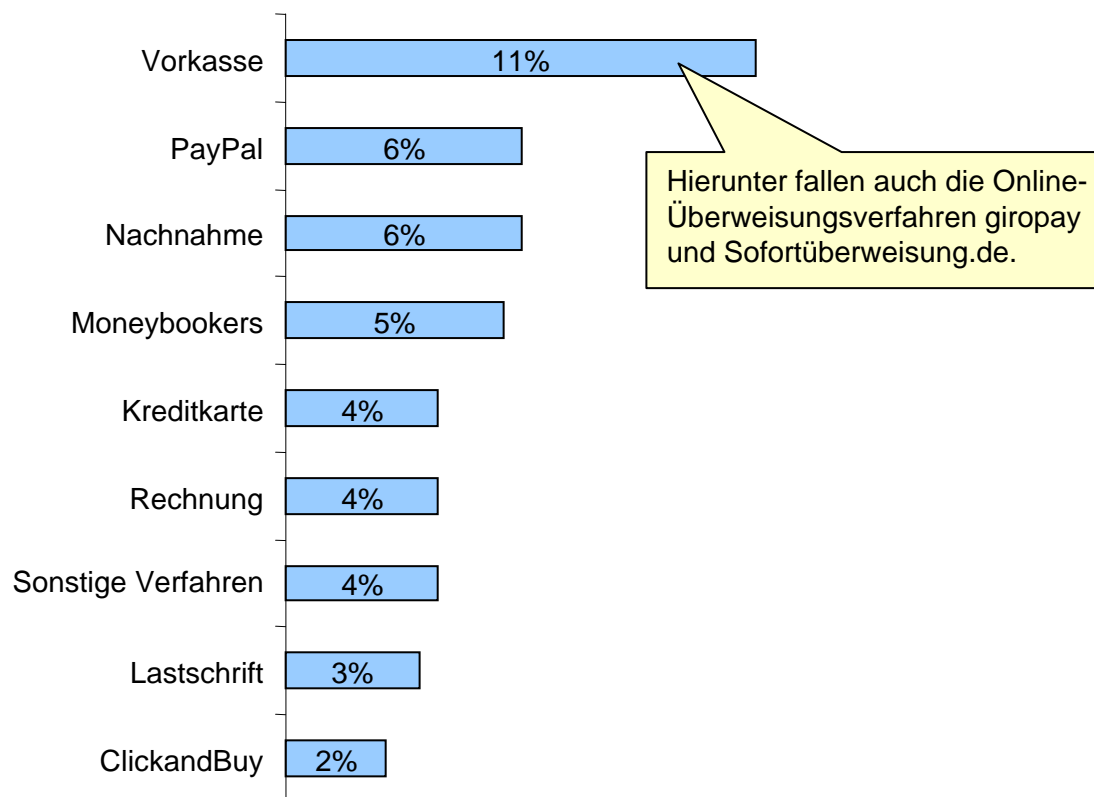
## Die Akzeptanz bei den Kunden und der Schutz vor Zahlungsausfällen sind den Händlern am wichtigsten

### Was sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Anforderungen an ein Zahlverfahren?



## Jeder zehnte Händler, der Vorkasse anbietet, möchte mindestens ein Vorkasse-Verfahren wieder abschaffen

**Welches Zahlungsverfahren wollen Sie eventuell wieder abschaffen?**  
(bezogen auf die Händler, die das jeweilige Verfahren anbieten)



# Impressum

## **Trends und aktuelle Entwicklungen im E-Payment**

ISBN 978-940416-26-1

ibi research an der Universität Regensburg  
Galgenbergstraße. 25  
93053 Regensburg

Telefon: +49 941 943-1901  
Telefax: +49 941 943-1888  
E-Mail: [info@ibi.de](mailto:info@ibi.de)  
Web: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

Alle Rechte vorbehalten

© August 2010 ibi research an der Universität Regensburg  
© Titelfoto: [istockphoto.com](http://istockphoto.com)

Bitte beachten Sie auch die rechtlichen Hinweise im Disclaimer.

## Disclaimer

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt und Eigentum der ibi research an der Universität Regensburg (im Folgenden: ibi research). Verwertungen sind unter Angabe der Quelle „Kartenzahlungen im Online-Handel (www.ibi.de)“ zulässig.

ibi research hat sich bemüht, richtige und vollständige Informationen zur Verfügung zu stellen. Alle Angaben wurden nach bestem Wissen und mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt und überprüft. Dennoch übernimmt ibi research keine Garantie oder Haftung für die Fehlerfreiheit, Genauigkeit, Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen, Texte, Grafiken, Links und sonstigen in dieser Publikation enthaltenen Elemente. Durch die Rundung einiger Umfragewerte kommt es vereinzelt zu von 100% abweichenden Gesamtsummen.

Diese Publikation wird ohne jegliche Gewähr, weder ausdrücklich noch stillschweigend, bereitgestellt. Dies gilt u. a., aber nicht ausschließlich, hinsichtlich der Gewährleistung der Marktgängigkeit und der Eignung für einen bestimmten Zweck sowie für die Gewährleistung der Nichtverletzung geltenden Rechts.

Die Informationen Dritter, auf die Sie möglicherweise über die in diesem Material enthaltenen Internet-Links und sonstige Quellenangaben zugreifen, unterliegen nicht dem Einfluss von ibi research. ibi research unterstützt nicht die Nutzung von Internet-Seiten Dritter und Quellen Dritter und gibt keinerlei Gewährleistungen oder Zusagen über Internet-Seiten Dritter oder Quellen Dritter ab.

Haftungsansprüche gegen ibi research, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen. Dies gilt u. a. und uneingeschränkt für konkrete, besondere und mittelbare Schäden oder Folgeschäden, die aus der Nutzung dieser Materialien entstehen können, sofern seitens ibi research kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Warenbezeichnungen, Handelsnamen und dergleichen in diesem Werk enthaltenen Namen berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen und Marken im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann genutzt werden dürften. Vielmehr handelt es sich häufig um gesetzlich geschützte, eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind. Alle zitierten Marken-, Produkt- und Firmennamen sind das Alleineigentum der jeweiligen Besitzer.

Die Verwendung der Kontaktdaten des Impressums zur gewerblichen Werbung ist ausdrücklich nicht erwünscht, es sei denn, der Anbieter hatte zuvor seine schriftliche Einwilligung erteilt oder es besteht bereits eine Geschäftsbeziehung. Die Autoren und alle in diesem Dokument genannten Personen widersprechen hiermit jeder kommerziellen Verwendung und Weitergabe ihrer Daten.