

Online-Payment-Studie 2012

Daten, Fakten, Hintergründe und Entwicklungen



Online-Payment-Studie 2012

Daten, Fakten, Hintergründe und Entwicklungen zum deutschen Online-Payment-Markt 2011 für physische und digitale Güter

www.online-payment-studie.de



Vorwort	7
Management Summary	8
Einleitung	10
Allgemeine Informationen	14
Zahlungsarten im untersuchten Payment-Mix	22
Rechnung	24
Kreditkarte.....	24
Lastschrift.....	25
PayPal	26
Vorauskasse.....	26
Finanzierung.....	27
Nachnahme	28
Sofortüberweisung.....	28
Parfitt-Collins-Modell	29
Ergebnisse der Befragung	31
Angegebene Kosten der Bezahlverfahren.....	33
Angegebene Payment-Steuerung.....	35
Angegebene Umsatzanteile bei den teilnehmenden Händlern	38
Hochrechnung der Umsatzanteile.....	41
Marktakteure	46
Payment-Service-Provider.....	48
Acquirer	50
Grundüberlegungen für Online-Händler	55
Brand vs. White Label, Checkout und Layout.....	55
Optimaler Payment-Mix.....	55
Hidden-Champion-Rechnung	56
Aktuelle und zukünftige Entwicklungen	58
Fazit	60
Händlerstimmen	63
Abbildungsverzeichnis	65
Quellenverzeichnis	66
Impressum	69



Liebe Leserinnen und Leser,

E-Commerce ist mit jährlich zweistelligen Zuwachsraten der Umsatztreiber im Einzelhandel. Im Online-Verkauf sind aber die bewährten konventionellen Zahlungssysteme des Stationärgeschäfts nicht oder nur begrenzt einsetzbar. Zahlreiche Dienstleister mit immer neuen E-Payment-Verfahren bieten dort ihre Dienstleistungen an. Doch welche davon sind jetzt und in Zukunft wirklich von Bedeutung?

Das EHI Retail Institute hat mit dieser Studie erstmals den Bereich Online-Payment systematisch untersucht. Für den stationären Handel legt das EHI bereits seit 1984 (jährlich seit 1994) eine empirische Studie zur Entwicklung der Zahlungssysteme vor. Die Ergebnisse haben zur Einschätzung des Marktes und der Marktteilnehmer in den letzten Jahren einen beträchtlichen Beitrag geleistet und sind eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für zukünftige Investitionen im Handel.

Basis unserer Studie zum Online-Payment ist eine von Herbst 2011 bis Frühjahr 2012 online, schriftlich und telefonisch durchgeführte Händlerbefragung. Ergänzt wurden die Daten durch Informationen aus der EHI-Studie „E-Commerce-Markt Deutschland 2011“. Ziel der Studie ist es, vorhandene Marktstrukturen aufzuzeigen und zukünftige Entwicklungen zu prognostizieren.

Aus den Angaben der Handelsunternehmen zur Umsatzverteilung der eingesetzten Zahlungs-

arten ist im Rahmen einer Hochrechnung die Marktanteilsverteilung dieser Zahlungsarten für das Jahr 2011 erstellt worden. Somit konnte ein Marktvolumen von 16,1 Milliarden Euro repräsentativ abgebildet werden.

In Zeiten, in denen immer neue Zahlungsanbieter den Markt betreten und die Europäische Kommission mit ihrem Grünbuch positive und negative Aussichten liefert, soll unsere jährlich geplante Studie, die in Kürze auch durch Gründung einer Online-Payment-Arbeitsgruppe gestützt wird, einen festen Orientierungspunkt bieten.

Das EHI dankt allen Unternehmen und Experten, die an der Erhebung teilgenommen haben.

Köln, April 2012



Horst Rüter,
Mitglied der Geschäftsleitung
Leiter Forschungsbereich
Zahlungssysteme



Tim Kiesewetter,
Projektleiter Online-Payment

Zahlungsarten im untersuchten Payment-Mix

Nach den Umsatzanteilen bei den Händlerangaben und nach den Anteilen in der Markthochrechnung gibt es in Deutschland aktuell acht wichtige Zahlungsarten im Payment-Mix.

Andere Zahlungsarten wurden von Händlern benannt und auch in Online-Shops angeboten, aber konnten nicht mit entsprechend großen Anteilen ermittelt werden.

Rechnung | Kreditkarte
Lastschrift & Bankeinzug | Finanzierung & Ratenkauf
PayPal | Vorkasse | Nachnahme
Sofortüberweisung



58 ■ Grundüberlegungen für Online-Händler



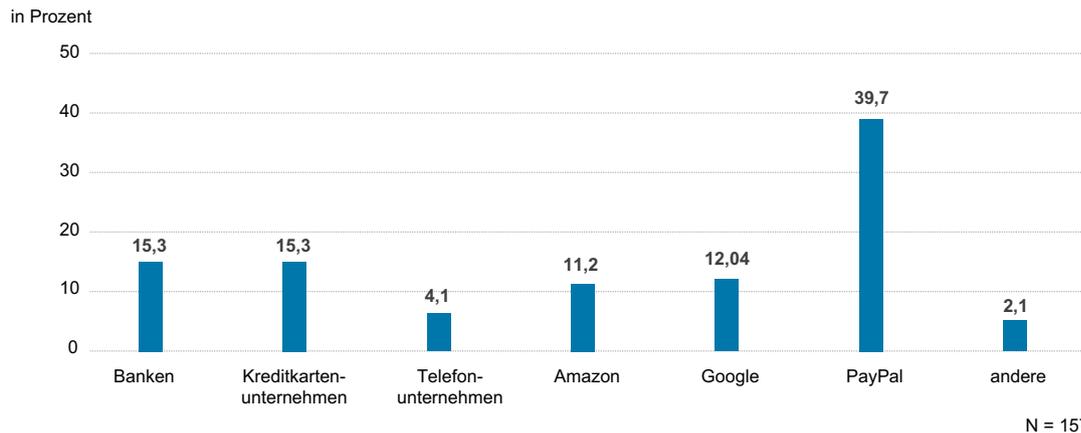
Aktuelle und zukünftige Entwicklungen

Schlägt man heute die Zeitungen auf und analysiert die Artikel aus dem Bereich Zahlungssysteme, stößt man auf das dominierende Thema „Mobile Payment“. Die Meldung der Otto Group, an einem eigenem Verfahren zu arbeiten, ist dabei höchst interessant.

Im stationären Handel hat Rewe angekündigt, die Verarbeitung aller Zahlungen nun selbst

intern abzuwickeln. Dies spricht für eine Veränderung auf dem Markt. Die großen Handelsunternehmen gehen das Thema Payment nun in Eigenregie an.

Im Online-Handel kann der Händler das bei den Zahlungsarten Rechnung und Vorkasse ebenfalls. Für die anderen Zahlungsarten benötigt er in der Regel externe Dienstleister. Mit dem zukünftigen Marktwachstum wird deren Umsatz



Hinweis: Mehrfachnennung möglich

Abb. 17: Welcher der unten genannten Anbieter wird das Thema Payment in Zukunft Ihrer Meinung nach als erfolgreichstes umsetzen und beeinflussen?

ebenfalls steigen. Dies führt zu vermehrtem Interesse neuer Anbieter. Dass der deutsche E-Commerce-Markt in der EU der größte ist, verstärkt dies.

Die hier gefundenen acht Zahlungsmittel werden auch noch in der nächsten Studie anzutreffen sein. Bei allen neuen Anbietern und Verfahren kann der Händler also eine gewisse Ruhe bewahren.

Der hohe Marktanteil und die Beliebtheit von Kauf auf Rechnung beim Kunden haben in der letzten Zeit viele Anbieter in den Markt eintreten lassen. Wie sich diese Situation entwickelt, wird die nächste Studie zeigen.

Mobile Payment wird nur bei einer erfolgreichen E-Wallet auch den E-Commerce-Bereich verändern. Dass Apple ein Patent für die iWallet angemeldet hat, wird 2012 noch keinen großen Einfluss in Deutschland zeigen.





Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln

Eine Veröffentlichung des

EHI Retail Institute e. V.
Köln, April 2012

Geschäftsleitung

EHI Retail Institute:
Michael Gerling
Prof. Prof. E. h. (RUS) Dr. Bernd Hallier

Autoren:

Tim Kieseewetter

Copyright 2012

Layout:

S3 ADVERTISING KG
newspaper & magazine experts

Preis

€ 495,00 inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten

Das EHI übernimmt keine rechtliche Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts. Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (Druck, Kopie oder in einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlags reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN 978-3-87257-385-8

Bildrechte:

istockphoto.com, fotolia.de,
Screenshots jeweils Rechte der Shopbetreiber

EHI Retail Institute
Spichernstraße 55
50672 Köln