Presse-Information

Deutsche Card Services
Deutsche Bank Group

Maestro und giropay als Zahlarten in Europas E-Commerce auf dem Vormarsch

Köln, 29. Oktober 2009 – Moderne Zahlarten sind im europäischen E-Commerce auf dem Vormarsch. Während zwar immer noch mehr als 80% der Transaktionen per Kreditkarte beglichen werden, sind die Anteile von Maestro und giropay erneut gestiegen. Maestro ist europaweit sogar bereits die drittbeliebteste Online-Zahlart. Das sind nur einige Ergebnisse aus dem aktuellen E-Commerce-Report 2009, den die Deutsche Card Services kürzlich veröffentlicht hat. Anders als übrige Analysen basiert die Studie der Deutsche-Bank-Tochter zu „Trends im Kauf- und Zahlverhalten des E-Commerce" auf der Auswertung realer Kaufvorgänge und damit nicht auf Umfragen. Datengrundlage bildet die Auswahl von rund 30 Millionen Kaufvorgängen, die zwischen Oktober 2007 und September 2008 über die Plattform der Deutschen Card Services abgewickelt wurden.

giropay und Maestro etablieren sich als moderne Online-Zahlarten
Andere, moderne Zahlarten holen auf, traditionelle dagegen weichen zurück. So kommt giropay europaweit bereits auf einen Anteil von über 3%. Dabei ist diese moderne Online-Zahlart erst 2006 eingeführt worden. Sie verbindet den Vorteil einer sofortigen Bestellabwicklung mit der Sicherheit und weiten Verbreitung des Online-Banking. Basierend auf dem PIN-/TAN-Verfahren erfüllt giropay dabei höchste Sicherheitsansprüche.

Britische Konsumenten begleichen bereits jede zehnte Transaktion per Maestro. Die in Deutschland ausgegebenen Maestro- beziehungsweise EC-Karten sind im Gegensatz zu Großbritannien (UK) noch nicht für Online-Zahlungen vorgesehen. Bei Käufern hierzulande stellt die elektronische Lastschrift immer noch die beliebteste Zahlart dar, jedoch geht ihre Beliebtheit weiter zurück. Außerhalb von Deutschland und UK, das heißt in Rest-Europa und außerhalb des Kontinents, spielen andere Zahlarten neben der Kreditkarte so gut wie keine Rolle.

Hohe Warenkorbwerte bevorzugt mit modernen Online-Zahlarten beglichen
Für E-Commerce-Händler sind Kunden, die mit modernen Online-Zahlarten ihre Rechnungen begleichen, attraktiver als solche, die dies noch traditionell per Offline-Zahlart wie Kauf per Nachnahme ausführen. Das hat nicht nur mit Sicherheitsaspekten und dem hohen Aufwand für die Abwicklung zu tun, sondern auch mit der Tatsache, dass dabei höhere Warenkorbwerte erzielt werden. Diese These bestätigt der E-Commerce-Report 2009 der Deutschen Card Services. Trotz der geringeren Anteile erzielen Käufer per MasterCard und anderer Kreditkarten sogar einen höheren Warenkorbwert als per Visa. Der höchste Anteil von Warenkorbwerten über 500 Euro wird allerdings bei Zahlung per giropay erzielt.

Visa steigert Marktanteil im E-Commerce erneut
Visa erhöht seinen europäischen Marktanteil laut E-Commerce-Report 2009 zu Lasten von MasterCard. Bei über 70% aller europäischen Online-Transaktionen, die per Kreditkarte bezahlt werden, greifen die Kunden zu dieser Karte. Damit hat Visa seinen Anteil seit 2004/05 kontinuierlich um insgesamt fast acht Prozentpunkte gesteigert. Konkurrent MasterCard kommt aktuell auf gerade noch 27,5%. Drei Jahre zuvor waren es noch mehr als 32%. Den Rest des Marktes teilen sich andere Kreditkartenmarken: Sie spielen vorwiegend bei Konsumenten aus Deutschland und Nicht-Europa eine Rolle. Dabei handelt es sich in der Regel um American

Herausgegeben von der Deutsche Card Services GmbH
Kaltenbornweg 1-3, 50679 Köln
Telefon (0221) 99577-728
Fax (0221) 99577-8728
Internet: www.deutsche-card-services.com
http://www.deutsche-card-services.com/unternehmen/presse.html
E-Mail: pr.deucs@db.com

Express, Diners Club sowie Kundenkarten mit Kreditkartenfunktion. Frauen zahlen jede siebte Transaktion im E-Commerce per „anderer Kreditkarte“.

Kreditkarte bei deutschen Männern im E-Commerce erstmals Zahlart Nummer eins
Männer und Frauen zahlen bei ihren Online-Transaktionen unterschiedlich. Dies belegt der E-Commerce-Report 2009 der Deutschen Card Services eindeutig. Besonders bei deutschen Verbrauchern ist die Differenz eklatant: Während sich bei Männern hierzulande die Kreditkarte mit einem Anteil von mehr als 40% erstmals als Nummer eins erweist, so bevorzugen Frauen nach wie vor die traditionelle elektronische Lastschrift. Sie erreicht hierzulande bei ihnen mit 43,4% einen um neun Prozentpunkte höheren Anteil als die Kreditkarte. Keinen sonderlichen Geschlechter-Unterschied weist der E-Commerce-Report 2009 dagegen beim Anteil von Zahlungen per MasterCard aus. Hier liegt der Wert bei europäischen Männern und Frauen in allen Shops auf nahezu identischem Niveau. Konkurrent Visa ist in allen untersuchten Konsumenten-Gebieten stets bei Männern populärer als bei Frauen.

E-Commerce-Report 2009 schließt nahtlos an vorhergehende Ausgaben an
Der E-Commerce-Report 2009 schließt nahtlos an die vorhergehenden Ausgaben, die unter dem Namen „Pago Report“ erschienen sind, an. Die Studie beleuchtet ausschließlich Kaufvorgänge in europäischen Shops, da nur solche mit Sitz in Europa die Plattform der Deutschen Card Services nutzen. Die Transaktionen stammen von Kunden aus aller Welt. Dabei unterscheidet der E-Commerce-Report 2009 zwischen Konsumenten aus Deutschland, Großbritannien (UK), Rest-Europa und Nicht-Europa. Berücksichtigt werden neben klassischen Zahlarten wie Kreditkarte, Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV), Offline-Zahlarten wie Kauf per Nachnahme auch immer populärere Online-Verfahren wie giropay und Maestro.

Der E-Commerce-Report 2009 kann ab sofort für 500 € (zzgl. MwSt.) im Online–Shop der Deutschen Card Services erworben werden. Mehr Infos finden sich im Internet unter www.deutsche-card-services.de.

Hinweis: Medienvertreter können den E-Commerce-Report 2009 auf Anfrage kostenlos beziehen. Bitte nehmen Sie mit der unten genannten Person Kontakt auf, wenn Sie den Report für Ihre Arbeit nutzen wollen.

Deutsche Card Services
Marketing & Communications
Tobias F. Hauptvogel
Tel. (0221) 99577-728

http://www.deutsche-card-services.com
E-Mail: pr.deucs@db.com

Über Deutsche Card Services GmbH:
Als Teil der Deutschen Bank Gruppe erweitert die Deutsche Card Services das Cash-Management-Angebot des Unternehmensbereichs Global Transaction Banking („GTB“). Das neu gegründete Unternehmen bietet internationale Full-Service-Lösungen für den bargeldlosen kartengestützten Zahlungsverkehr von der Kreditkarte über Maestro, ELV und giropay aus einer Hand. Die Deutsche Card Services baut dabei auf dem jahrelangen Know-how und der bewährten technischen Plattform der Pago eTransaction Services auf. Bewährte Risikominimierungssysteme sorgen dafür, dass bargeldloses Bezahlen im E-Commerce, im Versandhandel und am Point of Sale einfach, schnell und sicher abläuft. Einzigartige Online-Steuerungssysteme bieten Kunden weltweit jederzeit den vollen Überblick über ihre Transaktionen.
www.deutsche-card-services.com