



MARKTFORSCHUNG
RESSORT IM BVDW

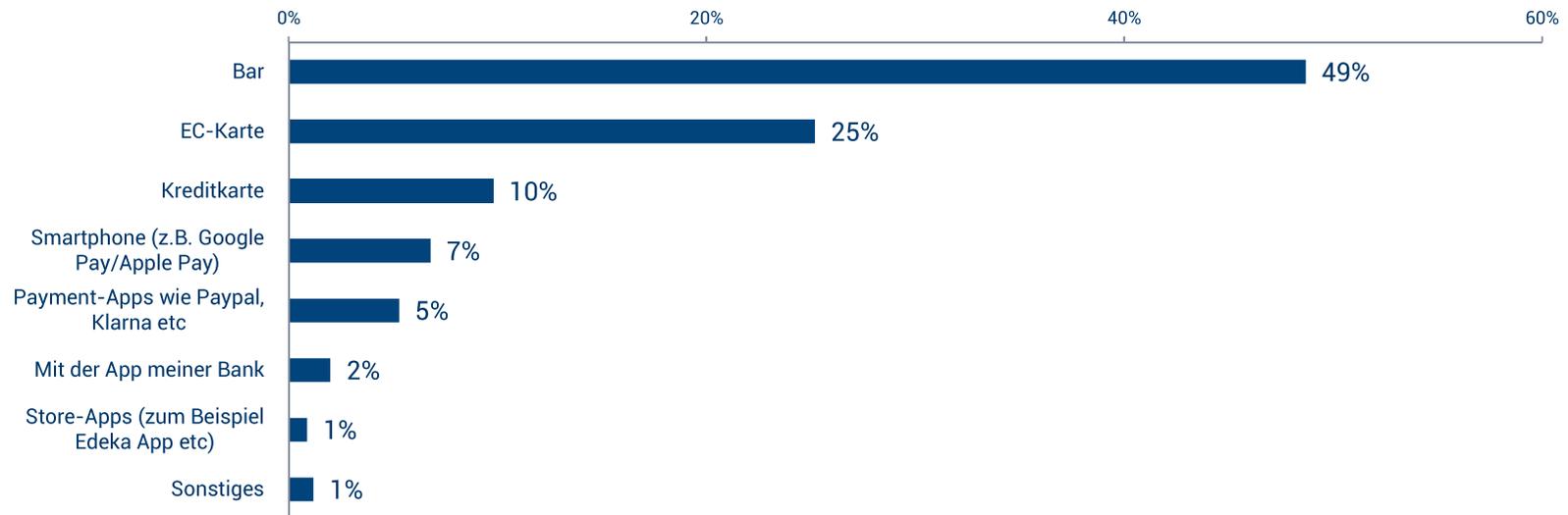


Bevölkerungsumfrage zum Thema Zahlungsmethoden

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.



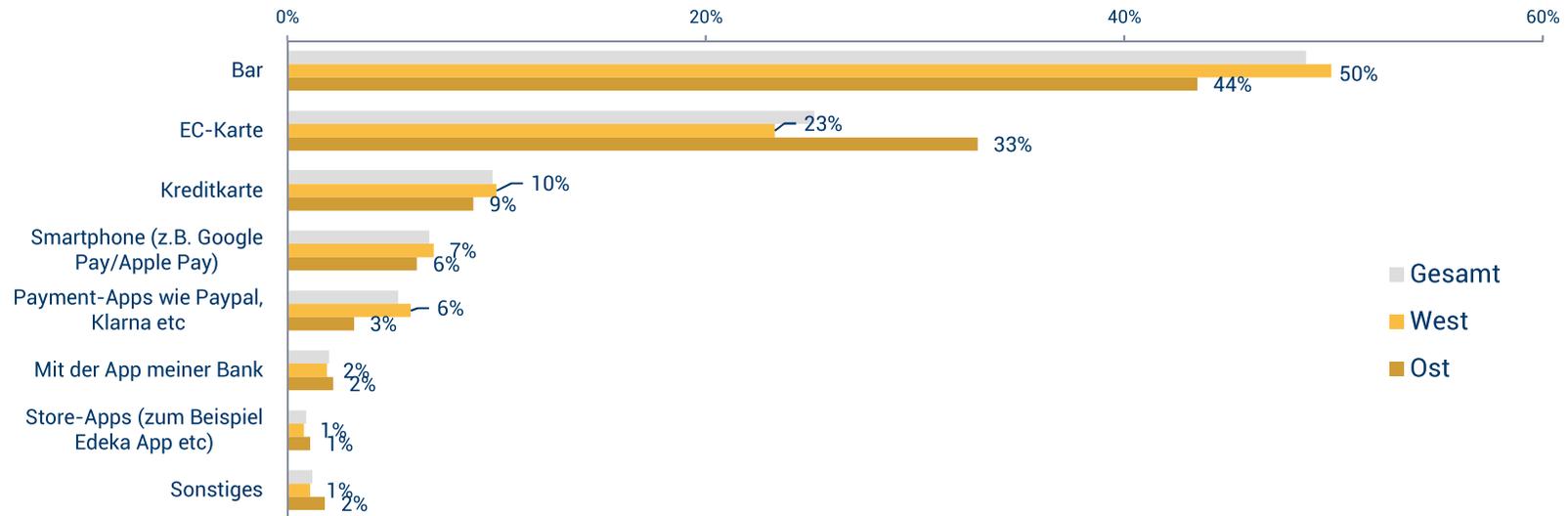
49% der Befragten würden im Alltag am liebsten vor Ort im Geschäft in bar bezahlen



Frage: Wie würden Sie im Alltag am liebsten vor Ort im Geschäft bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW.



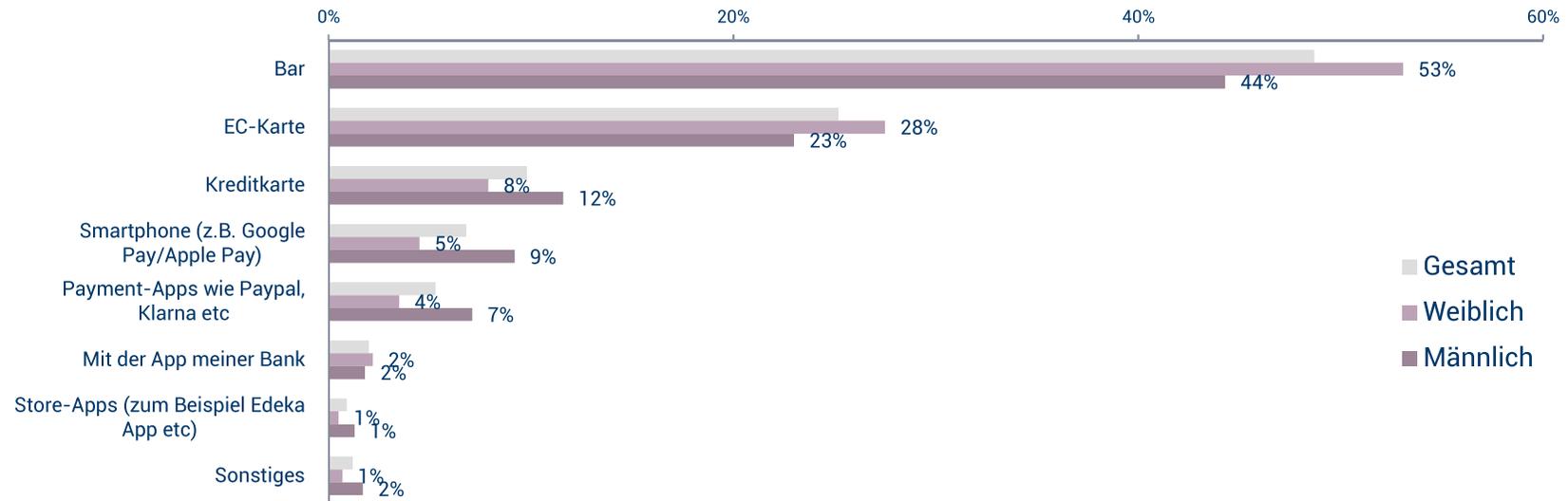
Befragte im Westen zahlen häufiger in bar als Befragte im Osten



Frage: Wie würden Sie im Alltag am liebsten vor Ort im Geschäft bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW.



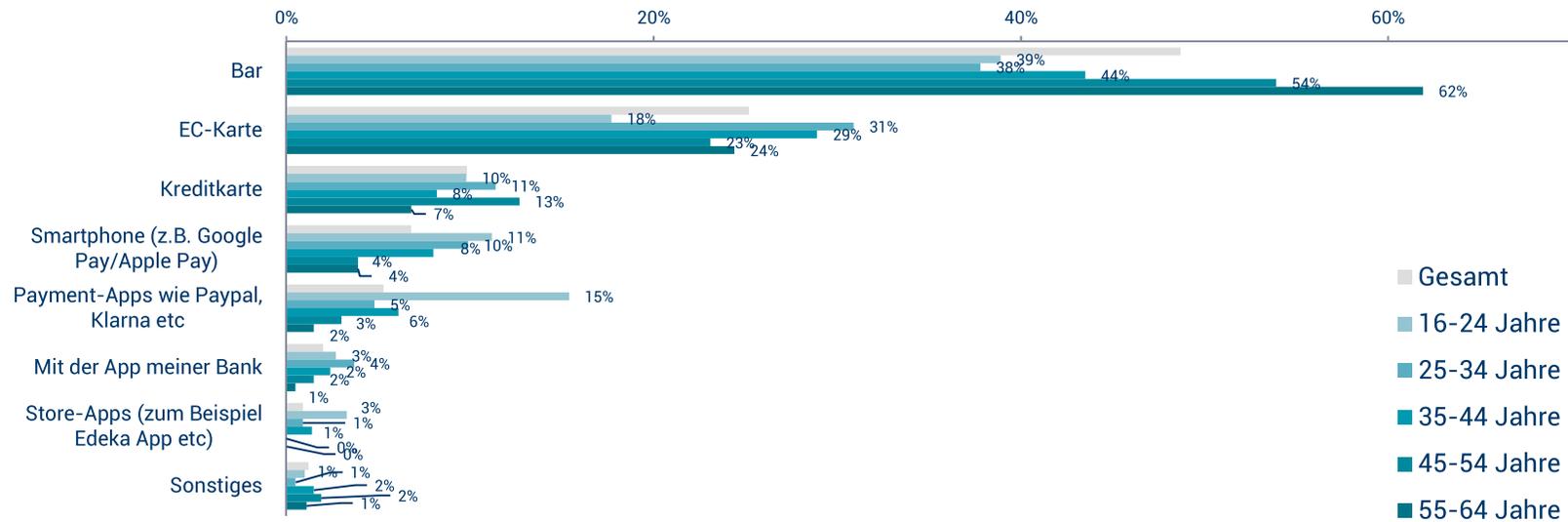
Frauen zahlen häufiger in bar als Männer



Frage: Wie würden Sie im Alltag am liebsten vor Ort im Geschäft bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW.



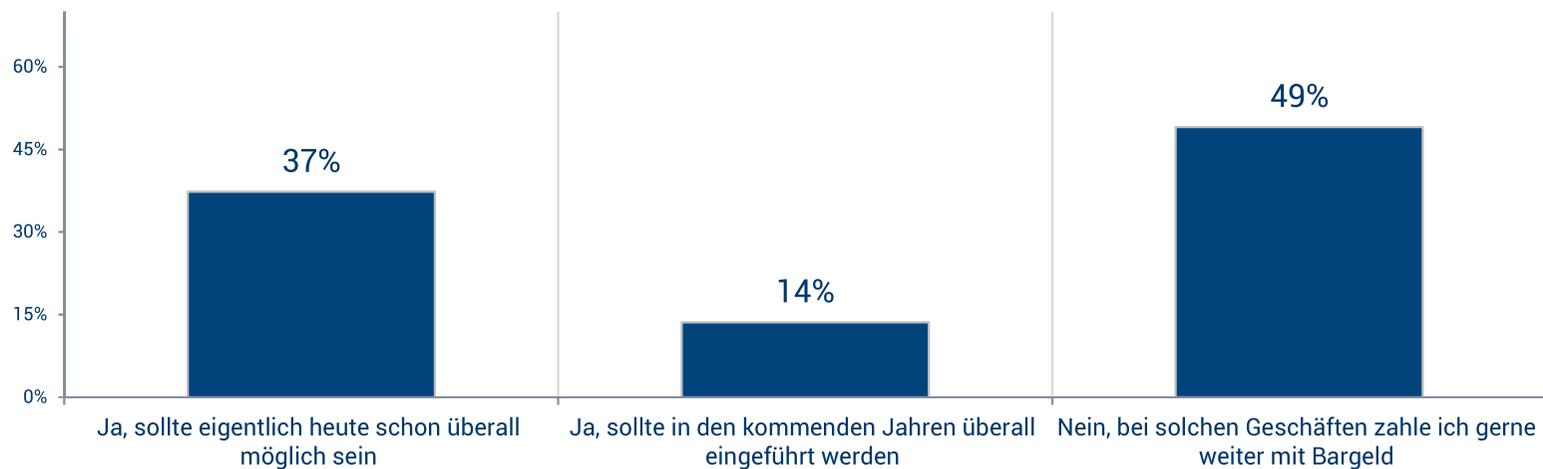
Je älter der Befragte, desto häufiger wird in bar bezahlt



Frage: Wie würden Sie im Alltag am liebsten vor Ort im Geschäft bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW.



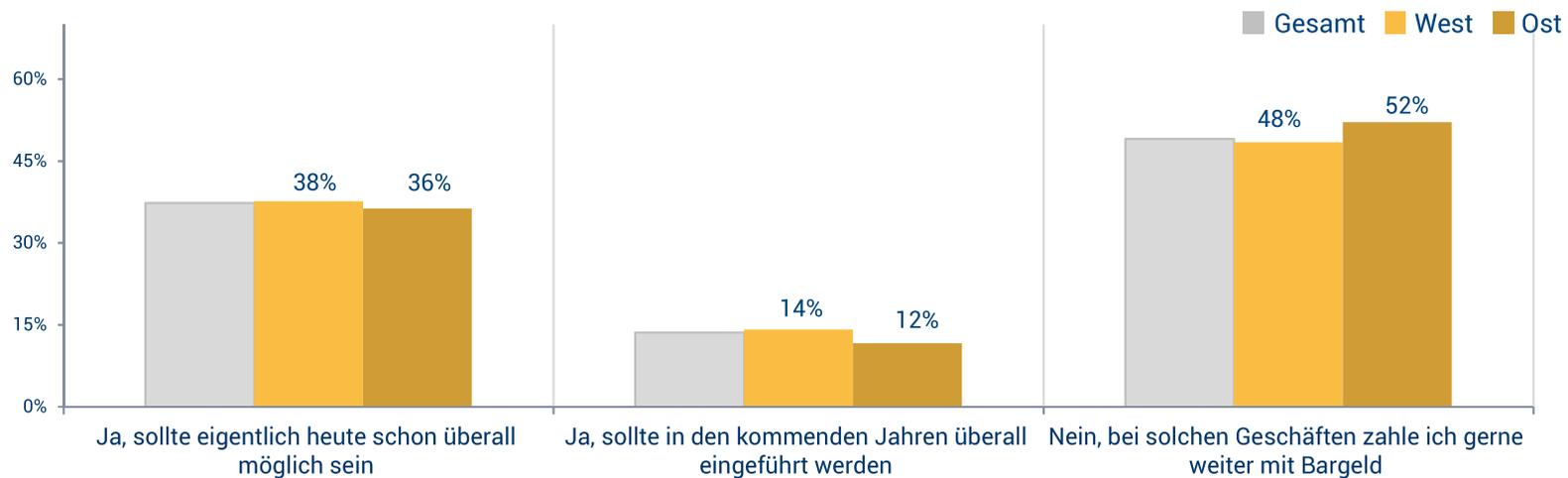
49% der Befragten zahlen niedrige Beträge (z.B. Bäcker, Kiosk, o.ä.) lieber in bar



Frage: Vor allem in Ladengeschäften, in denen üblicherweise niedrige Beträge zu bezahlen sind, (z.B. Bäcker, Kiosk, o.ä.) ist bargeldloses Zahlen nur selten verfügbar. Wünschen Sie sich die Möglichkeit der bargeldlosen Bezahlung wirklich überall? Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



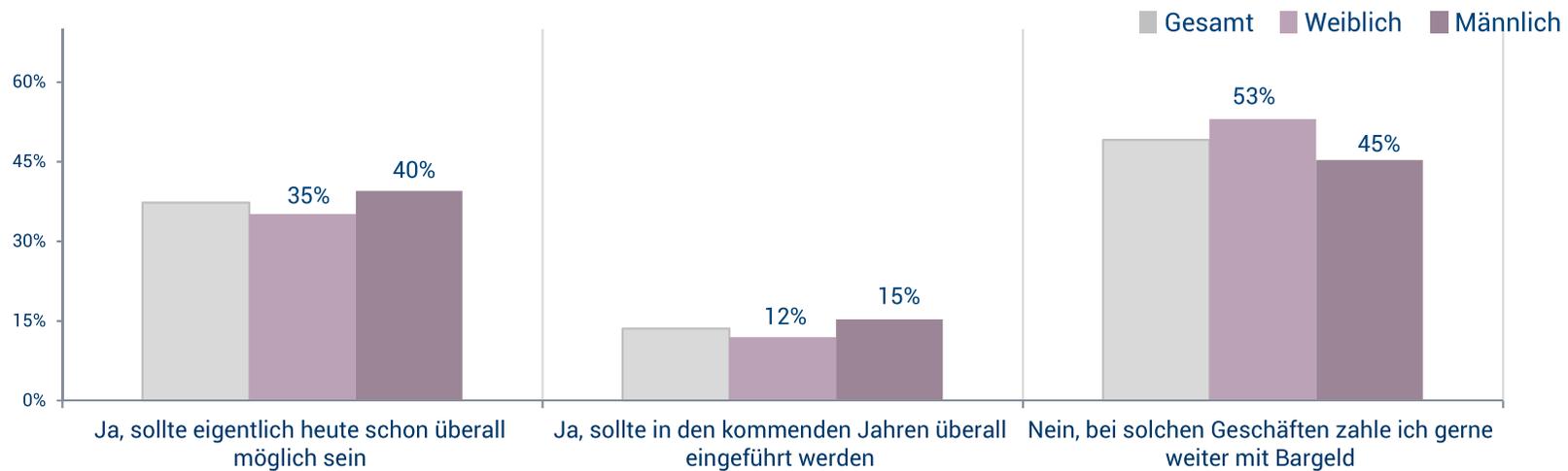
Zwischen West und Ost gibt es dabei keine größeren Unterschiede



Frage: Vor allem in Ladengeschäften, in denen üblicherweise niedrige Beträge zu bezahlen sind, (z.B. Bäcker, Kiosk, o.ä.) ist bargeldloses Zahlen nur selten verfügbar. Wünschen Sie sich die Möglichkeit der bargeldlosen Bezahlung wirklich überall? Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



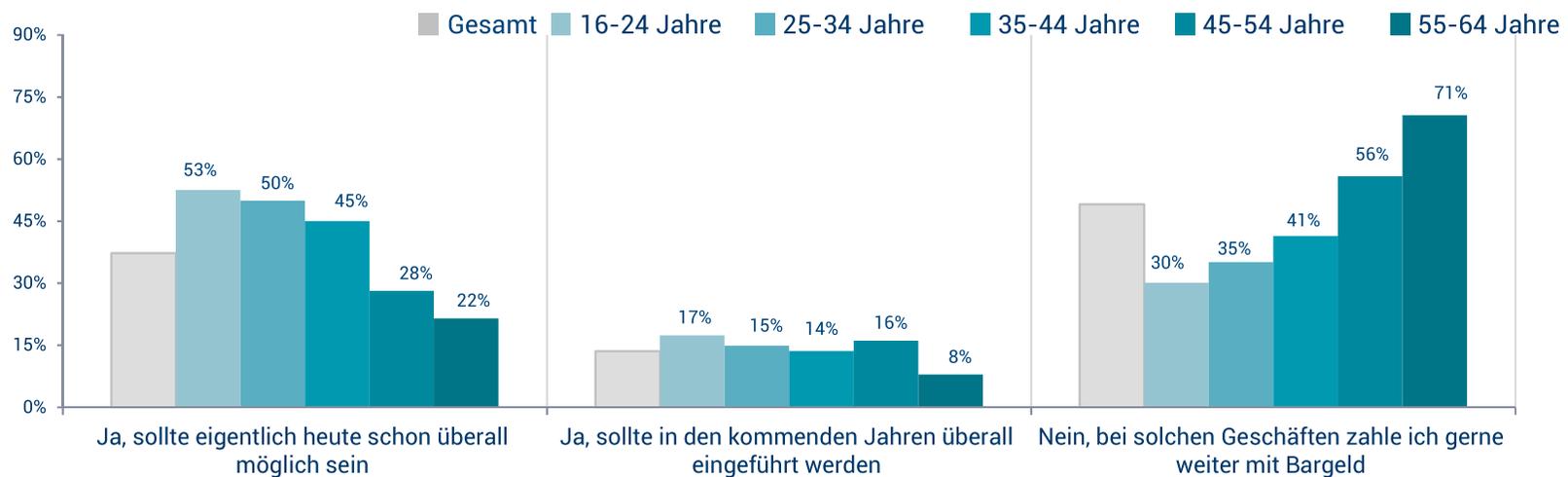
Frauen zahlen niedrige Beträge (z.B. Bäcker, Kiosk, o.ä.) eher in bar als Männer



Frage: Vor allem in Ladengeschäften, in denen üblicherweise niedrige Beträge zu bezahlen sind, (z.B. Bäcker, Kiosk, o.ä.) ist bargeldloses Zahlen nur selten verfügbar. Wünschen Sie sich die Möglichkeit der bargeldlosen Bezahlung wirklich überall? Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



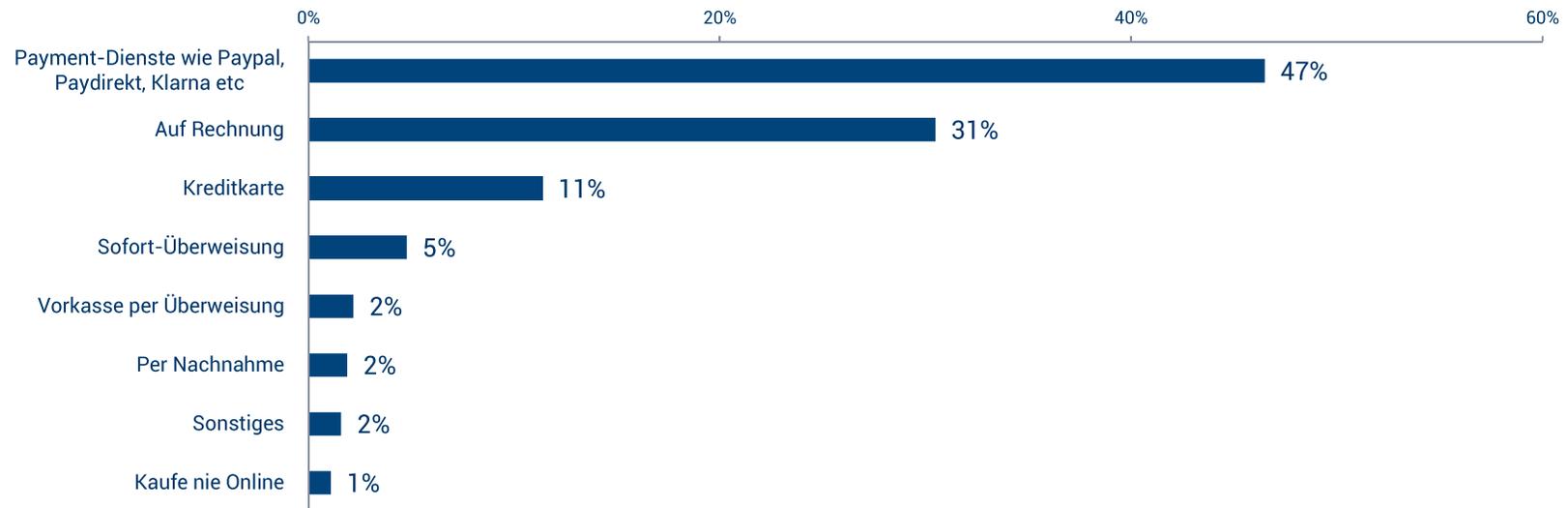
Je älter der Befragte, desto häufiger werden niedrige Beträge (z.B. Bäcker, Kiosk, o.ä.) in bar bezahlt



Frage: Vor allem in Ladengeschäften, in denen üblicherweise niedrige Beträge zu bezahlen sind, (z.B. Bäcker, Kiosk, o.ä.) ist bargeldloses Zahlen nur selten verfügbar. Wünschen Sie sich die Möglichkeit der bargeldlosen Bezahlung wirklich überall? Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



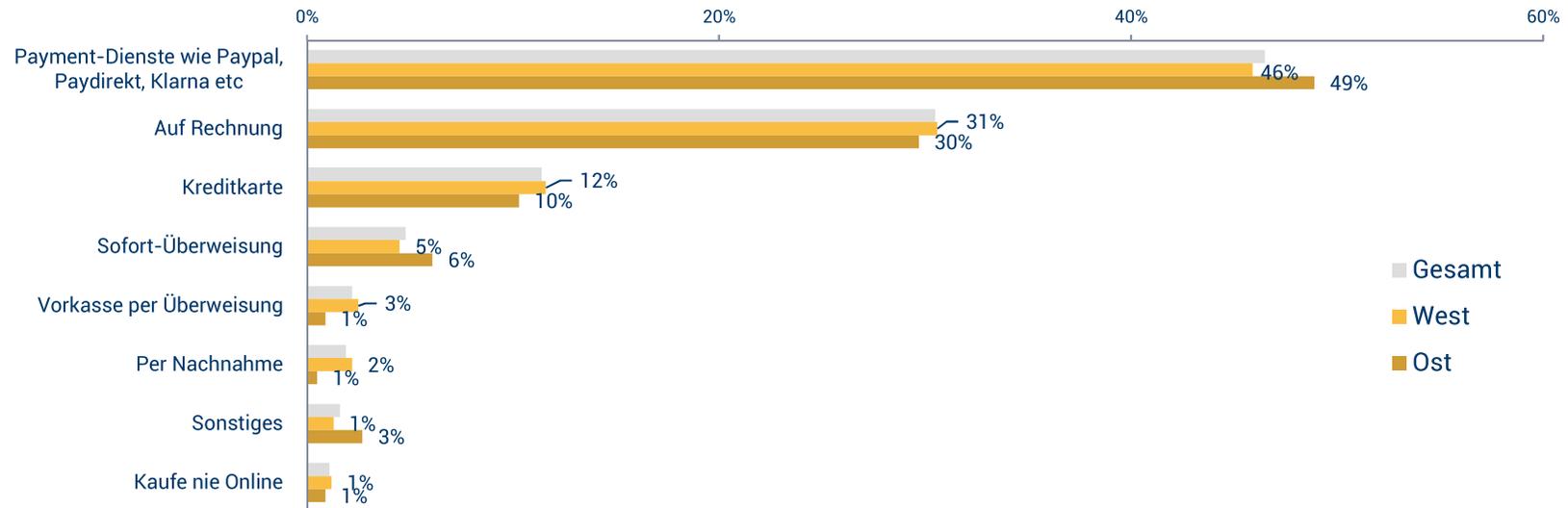
47% der Befragten würden zum bezahlen in Online-Shops am liebsten Payment-Dienste wie Paypal, Paydirekt, Klarna etc. nutzen



Frage: Wie würden Sie am liebsten in Online-Shops bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW.



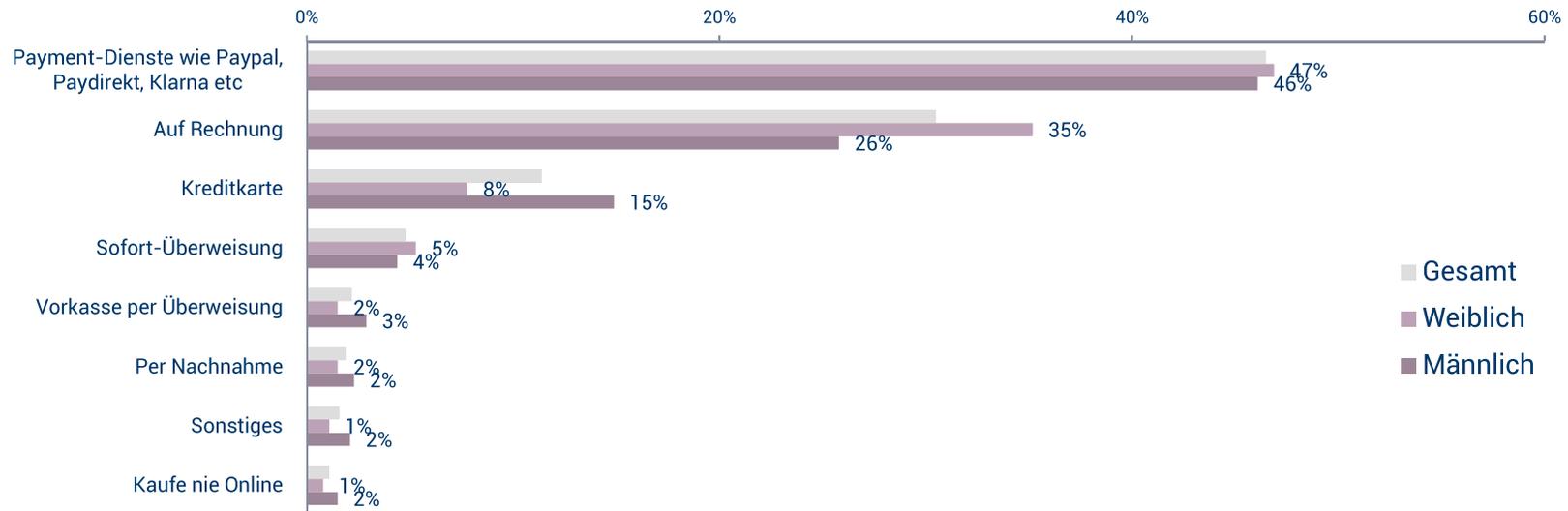
Befragte im Osten nutzen häufiger zum bezahlen in Online-Shops Payment-Dienste wie Paypal, Paydirekt, Klarna etc. als Befragte im Westen



Frage: Wie würden Sie am liebsten in Online-Shops bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW.



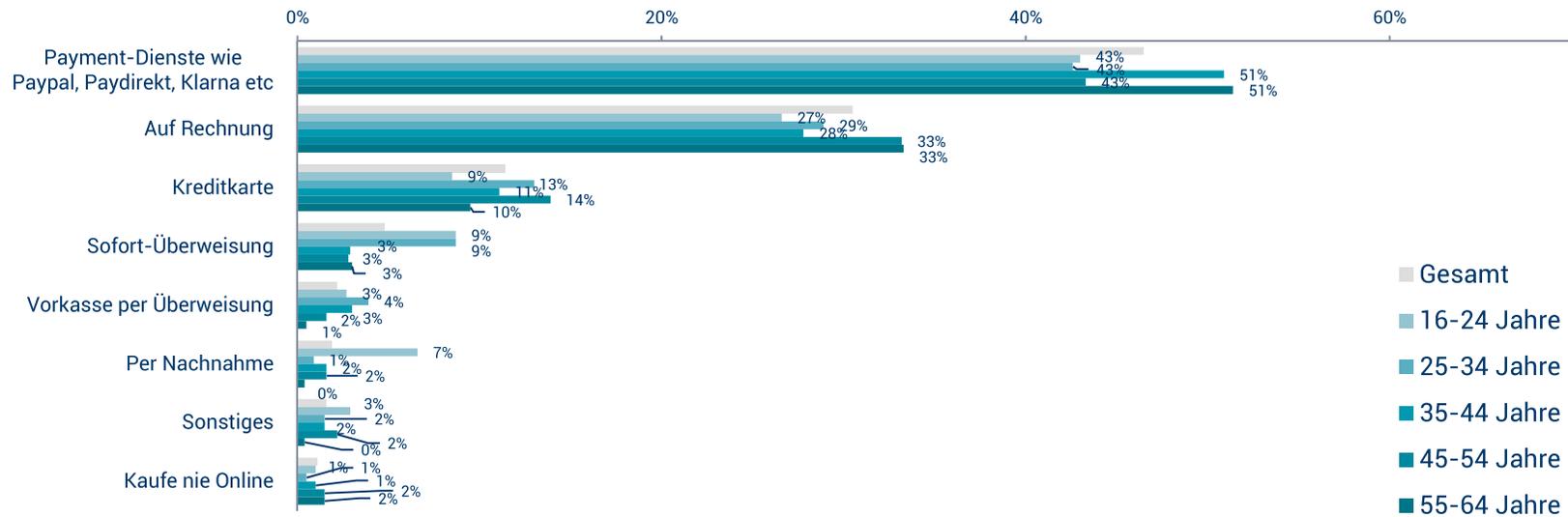
Frauen zahlen überproportional online „Auf Rechnung“, Männer dagegen mit „Kreditkarte“



Frage: Wie würden Sie am liebsten in Online-Shops bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



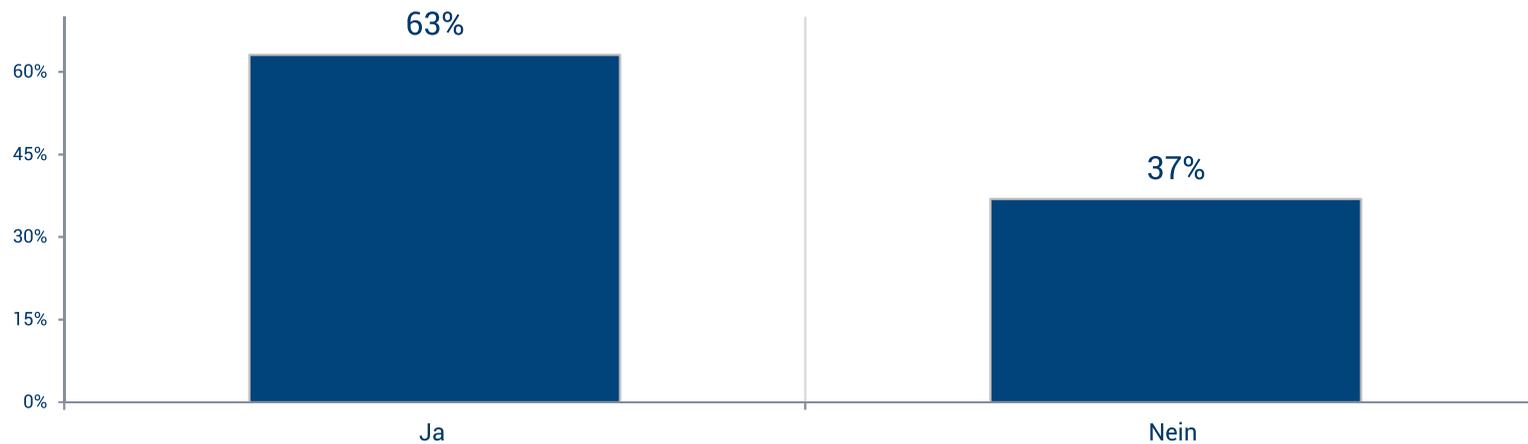
In den Altersklassen gibt es kein einheitliches Bild. Auffällig: die 16-24jährigen zahlen überproportional häufig per Nachnahme



Frage: Wie würden Sie am liebsten in Online-Shops bezahlen können?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW.



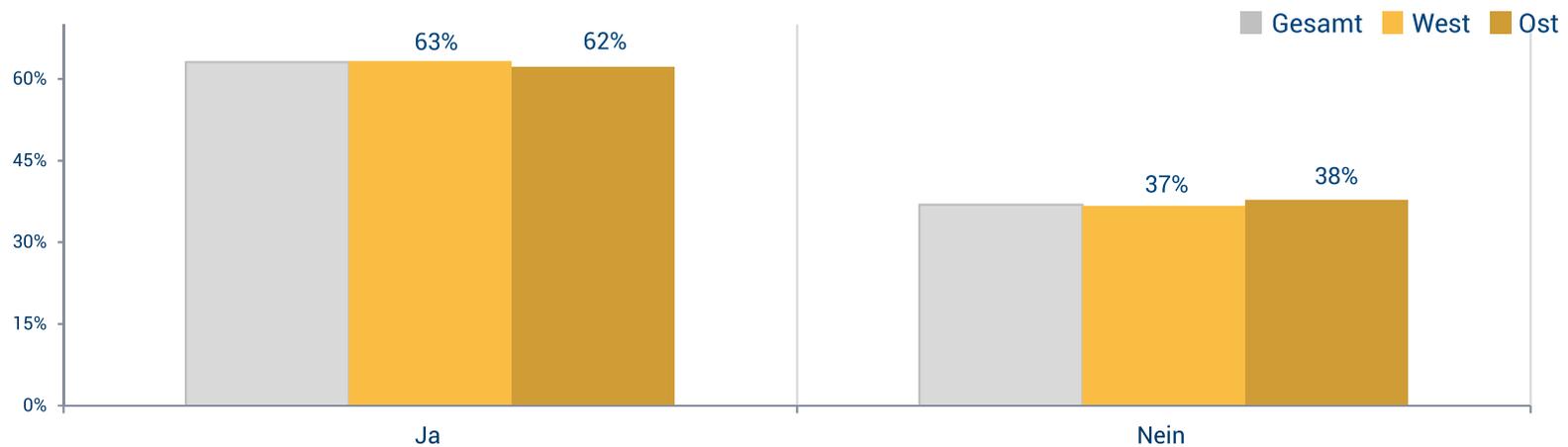
63% der Befragten geben an, schon einmal einen Kauf nicht getätigt zu haben, weil ihnen die angebotenen Zahlungsmethoden nicht ausreichen



Frage: Haben Sie schon einmal einen Kauf nicht getätigt, weil ihnen die angebotenen Zahlungsmethoden nicht ausreichen?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



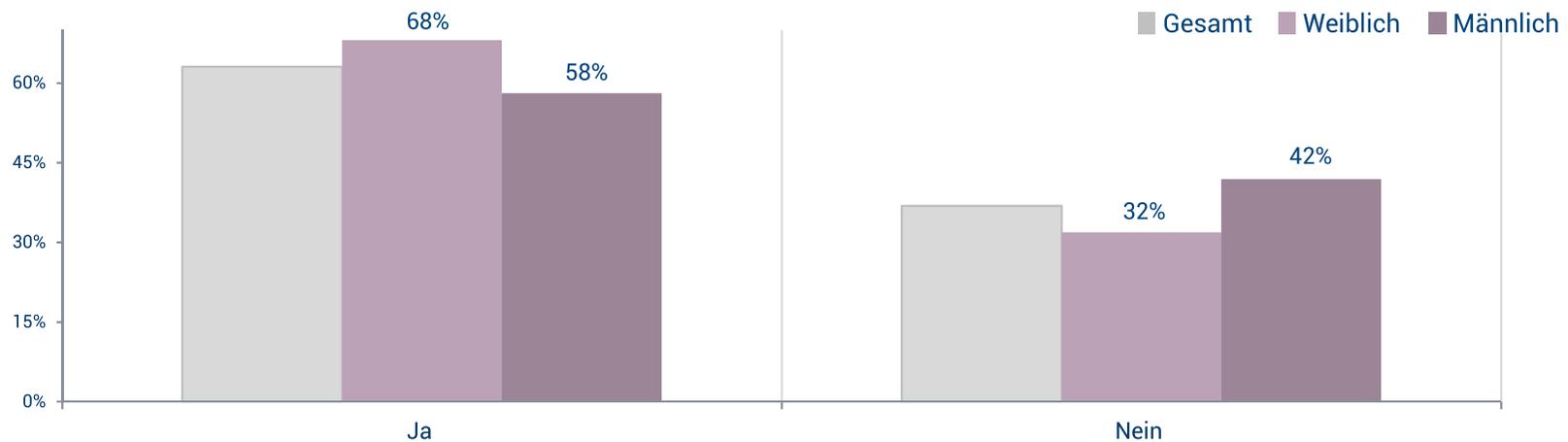
Zwischen West und Ost gibt es dabei keine größeren Unterschiede



Frage: Haben Sie schon einmal einen Kauf nicht getätigt, weil Ihnen die angebotenen Zahlungsmethoden nicht ausreichten?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



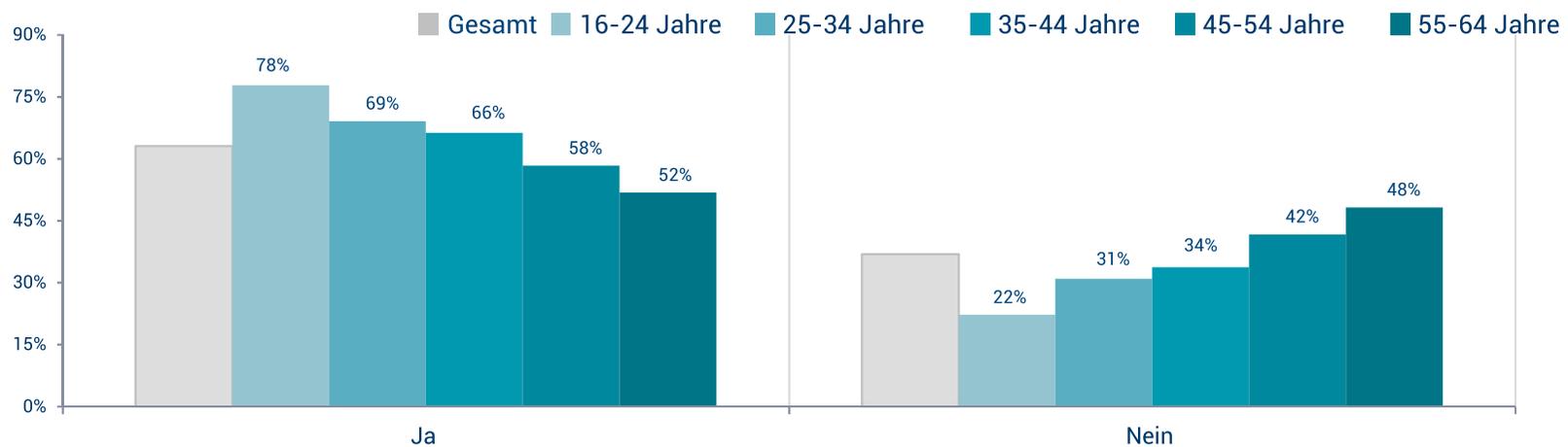
Frauen geben an, eher einen Kauf nicht zu tätigen, weil ihnen die angebotenen Zahlungsmethoden nicht ausreichen, als Männer



Frage: Haben Sie schon einmal einen Kauf nicht getätigt, weil Ihnen die angebotenen Zahlungsmethoden nicht ausreichen?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



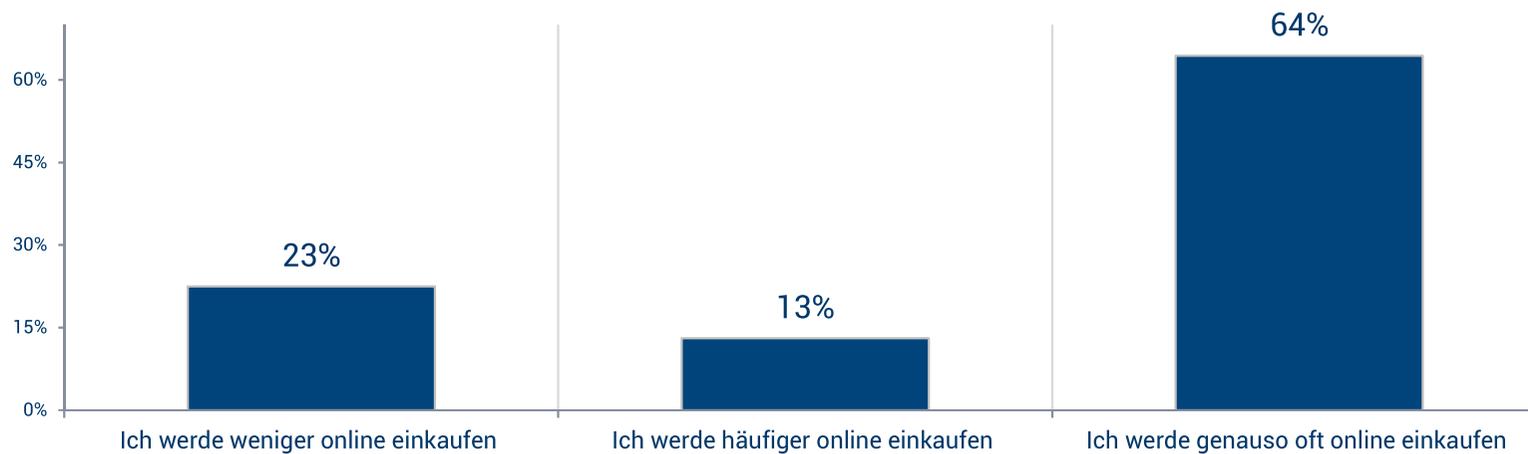
Je jünger der Befragte, desto häufiger wurden schon einmal Käufe nicht getätigt, weil die angebotenen Zahlungsmethoden nicht ausreichten



Frage: Haben Sie schon einmal einen Kauf nicht getätigt, weil Ihnen die angebotenen Zahlungsmethoden nicht ausreichten?
Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



62% der Befragten geben an, trotz der neuen Richtlinie (PSD2) genauso oft online einzukaufen



Frage: Im Rahmen einer neuen Richtlinie (PSD2) wird "Starke Authentifizierung" ab dem 14. September Pflicht, Sie müssen also künftig bei allen Online-Shops mindestens zwei Authentifizierungsmerkmale abgeben (wie z.B. Eingabe eines Passworts und zusätzliche Freigabe per Smartphone). Das soll mehr Sicherheit schaffen, kann aber auch zu Mehraufwand führen. Wie wird sich das auf Ihr Einkaufsverhalten auswirken?
Basis: n=1035; (Frage 3. Online Käufer ja); Kantar im Auftrag des BVDW



Zwischen West und Ost gibt es dabei keine größeren Unterschiede



Frage: Im Rahmen einer neuen Richtlinie (PSD2) wird "Starke Authentifizierung" ab dem 14. September Pflicht, Sie müssen also künftig bei allen Online-Shops mindestens zwei Authentifizierungsmerkmale abgeben (wie z.B. Eingabe eines Passworts und zusätzliche Freigabe per Smartphone). Das soll mehr Sicherheit schaffen, kann aber auch zu Mehraufwand führen. Wie wird sich das auf Ihr Einkaufsverhalten auswirken?
Basis: n=1035; (Frage 3. Online Käufer ja); Kantar im Auftrag des BVDW



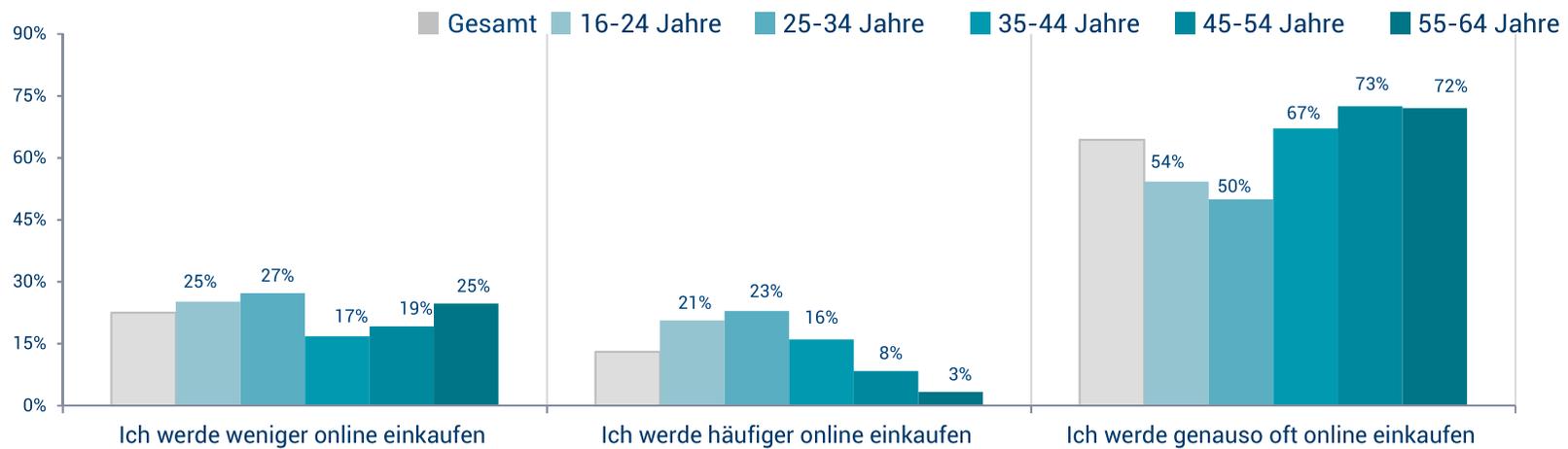
Zwischen Frauen und Männer gibt es dabei keine größeren Unterschiede



Frage: Im Rahmen einer neuen Richtlinie (PSD2) wird "Starke Authentifizierung" ab dem 14. September Pflicht, Sie müssen also künftig bei allen Online-Shops mindestens zwei Authentifizierungsmerkmale abgeben (wie z.B. Eingabe eines Passworts und zusätzliche Freigabe per Smartphone). Das soll mehr Sicherheit schaffen, kann aber auch zu Mehraufwand führen. Wie wird sich das auf Ihr Einkaufsverhalten auswirken?
Basis: n=1035; (Frage 3. Online Käufer ja); Kantar im Auftrag des BVDW



Besonders ältere Zielgruppen geben an, trotz der neuen Richtlinie (PSD2) genauso oft online einzukaufen



Frage: Im Rahmen einer neuen Richtlinie (PSD2) wird "Starke Authentifizierung" ab dem 14. September Pflicht, Sie müssen also künftig bei allen Online-Shops mindestens zwei Authentifizierungsmerkmale abgeben (wie z.B. Eingabe eines Passworts und zusätzliche Freigabe per Smartphone). Das soll mehr Sicherheit schaffen, kann aber auch zu Mehraufwand führen. Wie wird sich das auf Ihr Einkaufsverhalten auswirken?
Basis: n=1035; (Frage 3. Online Käufer ja); Kantar im Auftrag des BVDW



Fazit

Fast die Hälfte der Befragten (49 %) bevorzugt noch immer die Barzahlung im Geschäft vor Ort, je älter die Befragten, umso höher ist die Präferenz für diese Form der Bezahlung.

Ähnlich sieht es auch bei der Erwartungshaltung bei bargeldloser Zahlungsmöglichkeiten aus: auch hier wiederum möchte fast die Hälfte der Bevölkerung (49%) auch in Zukunft gern bei Kleingeschäften weiterhin mit Bargeld bezahlen.

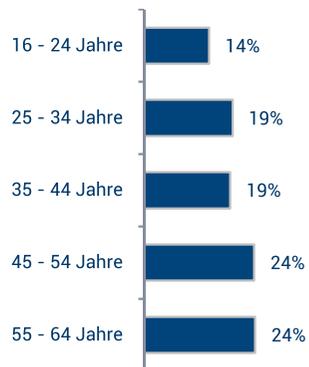
Die bevorzugte Zahlungsmethode beim Online-Shopping sind Payment – Dienste (47 %) gefolgt von der Möglichkeit per Rechnung zu bezahlen (31%).

Knapp zwei Drittel der Befragten (64 %) gaben an, dass sie durch die neue, im September in Kraft tretende PSD2 Richtlinie ihr Einkaufsverhalten nicht beabsichtigen zu ändern.

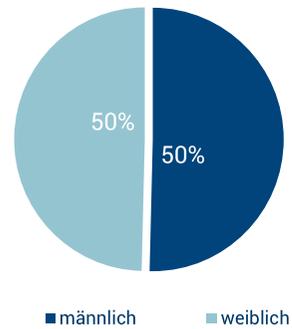


SOZIODEMOGRAFIE:

Alter der Befragten:



Geschlecht der Befragten:



Basis: n=1047; Kantar im Auftrag des BVDW



MARKTFORSCHUNG
RESSORT IM BVDW

WIRKUNG VON EMAIL-MARKETING IN DER CUSTOMER JOURNEY



UNTERSUCHUNGSDESIGN

- Stichprobe: n=1.051, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 16 Jahre
- Durchführendes Institut: Kantar TNS
- Methode: Online-Panel
- Befragungszeitraum: 01.08.-04.08.2019

KONTAKT

BVDW

Daniel Sonnenberg
Projektmanager Marktforschung
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
sonnenberg@bvdw.org
+49 30 2062186-18