

Potential besonders hoch für mobile Zahlungsmethoden im Online-Handel

Der „Global Online Payment Methods 2012“ Bericht von yStats.com – dem Hamburger Spezialisten für sekundäre Marktforschung – untersucht die Entwicklung der Bezahlmethoden im Onlinehandel zum einen global und zum anderen für mehr als 50 Regionen und Länder weltweit. Zudem werden die wichtigsten Trends sowie aktuelle News zu mehr als 40 Unternehmen aus dem Payment Bereich auf diesen Märkten dargestellt.

Der durchschnittliche globale Online-Shopper nutzt nur eine geringe Anzahl an Bezahlmethoden und behält ihm vertraute Systeme meist bei. Neben dem reinen Online-Bezahlsegment kann das mobile Bezahlsegment im Jahr 2012 deutliche Zuwächse verzeichnen. So wird 2012 ein Anstieg des Transaktionsvolumens der mobilen Bezahlmethoden weltweit von rund 75% im Vergleich zu 2011 prognostiziert. Um diesem Trend zu folgen hat PayPal das mobile Angebot PayPal Mobile auf den Markt gebracht. Des Weiteren bleibt das Unternehmen auch 2012 weiter auf Wachstumskurs und plant Markteintritte in Russland, China, Indien und dem Nahen Osten.

Kreditkartenzahlungen weiterhin führend auf dem amerikanischen Kontinent

Der Marktanteil von Kreditkarten im Online-Shopping in den USA betrug 2011 etwa 40%, wobei bis 2016, trotz Bedenken der Konsumenten bezüglich Datensicherheit, mit einem leichten Anstieg gerechnet wird. Unter anderem lancierte Western Union im März 2012 eine digitale Zahlungs-Plattform namens WU Pay ein, um Online-Shoppern Überweisungs- und Bargeldbasierte Zahlungen zu ermöglichen. Trotz des weiter wachsenden B2C E-Commerce in Latein Amerika nutzte dort weiterhin etwa die Hälfte der Online-Shopper Bargeld als Zahlungsmittel. Kreditkarten waren 2011 in Brasilien und Mexiko das bevorzugte Zahlungsmittel von Online-Shoppern. Auch in Argentinien konnten Kreditkarten 2012 Bargeld als bevorzugte Art, online zu bezahlen, ablösen. Die online Bezahlmethoden DineroMail und MercadoPago konnten dort starkes Wachstum in ihren Transaktionsvolumen verzeichnen.

Alternativen zu Bargeldzahlungen in Osteuropa auf dem Vormarsch

In Europa, wo Kreditkarten weiterhin das beliebteste Zahlungsmittel im E-Commerce darstellen, wird versucht, durch Richtlinien und das SEPA (Single Euro Payments Area) Verfahren innereuropäische Online-Zahlungen zu vereinfachen. Auch in Großbritannien sind Kreditkarten in 2012 das am meisten verwendete online Zahlungsmittel, gefolgt von Debitkarten. In Frankreich wurden Kreditkarten und Bankkarten generell favorisiert, während die Bezahlung per Rechnung in Deutschland an erster Stelle stand. Das Unternehmen Visa plante im Herbst 2012 „V.me“, sein mobiles Payment Angebot, in Großbritannien, Frankreich und Spanien, wo Kreditkarten 2011 auch die bevorzugte Bezahlmethode von Internetnutzern darstellte, als erste europäische Märkte zu starten.

Obwohl die Zahlung per Nachnahme in Osteuropa stark verbreitet war, konnten andere Methoden Steigerungen erreichen. So stieg in Russland die Anzahl an E-Wallets leicht, aber ihr Transaktionsvolumen besonders stark zwischen 2010 und 2011, während in Rumänien Kreditkarten in den ersten neun Monaten in 2011 um fast 15% mehr genutzt wurden, als es im Vorjahreszeitraum der Fall war. In diesem Zusammenhang kündigten Yandex.Money, der führende E-Wallet Service in Russland, und Earthport 2012 eine Zusammenarbeit an. Die Vorlieben bezüglich Online-Bezahlmethoden in Skandinavien stellten sich geteilt dar. Während Online-Shopper in Schweden und

Finnland 2011 Rechnungen bevorzugten, führten Kreditkartenzahlungen im Online-Handel in Dänemark und Norwegen deutlich vor anderen Methoden.

Kreditkarten und Third-Party-Payments in der Asien-Pazifik-Region vorherrschend

Bis auf China und Thailand stellen Kreditkarten 2012 die beliebteste Bezahlart von Online-Shoppern in der Asien-Pazifik-Region dar. In Japan verfügte jeder Einwohner 2011 im Schnitt sogar über mehr als sechs Kreditkarten. Sogenannte Third-Party-Payments, bei denen eine dritte Partei als Mittelsmann einspringt, sind besonders in China beliebt. Dort wurden im ersten Quartal 2012 mit dieser Methode mehr als 750 Milliarden CNY Handelsvolumen erreicht, während Kreditkarten 2011 die am meisten genutzte Bezahlmethode im E-Commerce in Südkorea waren. PayPal war im Juli 2012 des Weiteren in Malaysia aktiv, wo das Unternehmen in Kooperation mit Malaysia Airlines mobile Zahlungsoptionen in der Flugbuchung anbot. Der Payment Anbieter stellte in Australien in 2011 sogar das beliebteste Online-Zahlungsmittel dar und konnte dort Kreditkartenzahlungen auf den zweiten Platz verweisen.

Mobile Bezahlmethoden in Afrika besonders beliebt

Der Bericht „Global Online Payment Methods 2012“ von yStats.com zeigt deutlich, dass auch weniger traditionelle Märkte wie der Nahe Osten und Afrika Potential für Online-Bezahlmethoden aufweisen. So stellten Visa- und Mastercard Zahlungen in den Vereinigten Arabischen Emiraten im Juli 2011 die populärsten Bezahlmethoden im E-Commerce dar, während mobile Bezahlmöglichkeiten in Afrika beliebt waren, wo viele Konsumenten aufgrund der günstigen Preise mobiles Internet nutzen. Mastercard begann beispielsweise eine Kooperation mit Oltio, um Mastercard Mobile in Südafrika anzubieten.

Was globale Bezahlrends im E-Commerce angeht, können Kreditkarten als populärste Methode angesehen werden, die besonders auch Bargeldzahlungen weiter verdrängt, wobei auch mobile Bezahlverfahren ein hohes Potential aufweisen.

Pressekontakt:

yStats.com GmbH & Co. KG
Behringstraße 28a, D-22765 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 - 39 90 68 50
Fax: +49 (0)40 - 39 90 68 51
E-Mail: presse@ystats.com
Internet: www.ystats.com
Twitter: www.twitter.com/ystats
Facebook: www.facebook.com/ystats

Über yStats.com

Seit 2005 recherchiert yStats.com aktuelle, objektive und bedarfsgerechte Markt- und Wettbewerbsinformationen für Top-Manager aus unterschiedlichen Branchen. Schwerpunkt des Hamburger Unternehmens mit internationaler Ausrichtung ist die sekundäre Marktforschung. yStats.com bietet sowohl Markt- und Wettbewerbsberichte als auch kundenspezifische Recherchedienstleistungen an. Zu den Kunden gehören weltweit führende Unternehmen aus den Bereichen B2C E-Commerce, elektronische Zahlungssysteme, Versandhandel und Direktvertrieb, Logistik, sowie Banken und Unternehmensberatungen.