

## E-Payment-Barometer: Neue Bezahlverfahren bestimmen E-Commerce 2012

**Händler erwarten steigende Umsätze und sehen mobiles Bezahlen und kontaktlos als Trend - Im kommenden Jahr erwarten mehr als drei Viertel aller Online-Händler steigende Umsätze, dabei wird das Thema Mobile Payments eine zunehmend wichtige Rolle spielen.<br />**

**Händler erwarten steigende Umsätze und sehen mobiles Bezahlen und kontaktlos als Trend**

16. Dezember 2011 – Im kommenden Jahr erwarten mehr als drei Viertel aller Online-Händler steigende Umsätze, dabei wird das Thema Mobile Payments eine zunehmend wichtige Rolle spielen. Die Ergebnisse des aktuellen E-Payment-Barometers zeigen, dass sich Händler auf ein Anziehen dieses Trends vorbereiten, so ist neben der Verbesserung ihres Webshops auch die Integration neuer Zahlungsverfahren auf der Agenda des neuen Jahres. Das E-Payment-Barometer ist eine gemeinsame Befragung von ibi research, dem Wirtschaftsmagazin Der Handel und MasterCard.

### **Herausforderungen für 2012**

Laut der befragten Online-Händler sind Mobile Payment, mobile Nutzbarkeit (inklusive Bestellungen über das Smartphone) und die kontaktlos-Technologie NFC (Near-Field-Communication) relevante Trends für das kommende Jahr. Eine der größten Herausforderung für den erfolgreichen E-Commerce 2012 wird für die Händler sein, ihre Webseiten auf mobile Endgeräte zu adaptieren. Dr. Georg Wittmann, Senior Consultant bei ibi research ergänzt: „Gerade im Multi-Channel-Commerce gewinnt auch das Thema Mobile Payments zunehmend an Bedeutung. Die Auswahl der angebotenen Zahlverfahren im Online- und Offline-Handel ist für Händler im kommenden Jahr von besonderer Wichtigkeit.“ Der immer schnellere Wandel des technischen Umfelds ist die Grundlage hierfür. Neben einer hohen Akzeptanz des Zahlungsverfahrens (83 Prozent), sind der Studie zufolge der Schutz vor Zahlungsausfällen (58 Prozent) und die Kosten des Verfahrens (55 Prozent) Händlern am wichtigsten. „Gerade Kreditkarten sind im Internethandel von hoher Bedeutung, da sie diese Kriterien erfüllen. Weiterentwicklungen, beispielsweise in Form kontaktloser Kartenzahlung wie PayPass werden damit in 2012 weiter an Fahrt gewinnen“, so Wittmann weiter.

### **Rückblick auf 2011**

Knapp 70 Prozent der teilnehmenden Webshop-Betreiber berichten von steigenden Umsätzen in den vergangenen drei Monaten. Lediglich drei Prozent verzeichneten niedrigere Erlöse. Besonders hervorzuheben ist dabei die Umsatzstärke der Webshops: Fast die Hälfte (42 Prozent) erwirtschaftete drei Viertel des Umsatzes über das Internet. „Die Ergebnisse des EPayment-Barometers zeigen einen ungebrochenen Trend zum Internethandel“, erklärt Wittmann.

Über das E-Payment-Barometer

Das E-Payment-Barometer ist eine Umfrage von ibi research und des Wirtschaftsmagazins Der Handel, die im Auftrag von MasterCard vierteljährlich durchgeführt wird. Das E-Payment-Barometer wird vom Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. (bvh) und dem Bundesverband der Dienstleister für Online-Anbieter (BDOA) unterstützt. Die Ergebnisse finden Sie im Internet unter: [www.ibi.de/E-Payment-Barometer](http://www.ibi.de/E-Payment-Barometer)

**Pressekontakt:**

### **ibi research**

ibi research an der Universität Regensburg  
Frau Andrea Rosenlehner  
Galgenbergstraße 25  
93053 Regensburg  
Tel.: 0941 / 9431 - 901  
Fax: 0941 / 9431 - 888  
E-Mail: [info@ibi.de](mailto:info@ibi.de)  
Webseite: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

### **Der Handel**

Hanno Bender  
- stv. Chefredakteur -  
Tel.: 069 / 7595 - 1694  
Fax: 069 / 7595 - 1690  
Webseite: [www.derhandel.de](http://www.derhandel.de)

### **MasterCard**

Thorsten Klein, MasterCard Europe  
Tel.: 069 / 971 - 210 - 75  
E-Mail: [thorsten\\_klein@mastercard.com](mailto:thorsten_klein@mastercard.com)

Davina Zenz-Spitzweg, GolinHarris  
Tel.: 069 / 913 - 043 - 28  
E-Mail: [DZenz@golinharris.com](mailto:DZenz@golinharris.com)

### **Über ibi research:**

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens ([www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de)).

ibi research ist Träger des E-Commerce-Kompetenzzentrums Ostbayern ([www.ecommerce-ostbayern.de](http://www.ecommerce-ostbayern.de)) im Rahmen des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) und informiert zu den Themen E-Commerce und elektronische Rechnungsabwicklung. Weitere Informationen: <http://www.ibi.de>

### **Über Der Handel:**

Das Wirtschaftsmagazin Der Handel erscheint monatlich in einer Auflage von rund 90.000 Exemplaren und berichtet kompetent und aktuell über alle politischen und wirtschaftlichen Themen, die für die Handelsbranche relevant sind. Herausgegeben wird Der Handel vom Deutschen Fachverlag, Frankfurt am Main.

### **Über MasterCard:**

MasterCard Worldwide gehört zu den weltweit führenden Anbietern von Zahlungsverkehrsdienstleistungen und trägt dazu bei, den Alltag einfacher und effizienter zu gestalten. Als Franchisegeber, Prozessor und Berater im Zahlungsverkehr macht MasterCard als

entscheidende Schnittstelle zwischen Banken, Regierungen, Unternehmen, Händlern und Karteninhabern überall auf der Welt den Handel erst möglich. Allein 2010 wurde mit MasterCard-Produkten ein globaler Bruttoumsatz von 2,7 Billionen US-Dollar getätigt. Jährlich werden 23 Milliarden Transaktionen über das MasterCard Worldwide Network, das schnellste Zahlungsabwicklungssystem der Welt, ausgeführt. MasterCard kann dadurch 160 Millionen Transaktionen pro Stunde bearbeiten – mit einer durchschnittlichen Reaktionszeit von 130 ms und einer 99,99%-igen Zuverlässigkeit. Mit der MasterCard-Produktfamilie, zu der MasterCard®, Maestro® und Cirrus® gehören, den Kernprodukten Kredit-, Debit- und Prepaidkarten sowie innovativen Plattformen und Funktionen, wie beispielsweise das kontaktlos-Zahlsystem MasterCard PayPass™ oder MasterCard inControl™, fördert MasterCard den weltweiten Handel. Das Unternehmen arbeitet mit Kunden, Regierungen und Unternehmen in über 210 Ländern und Regionen zusammen. Weitere Informationen finden Sie auf [www.mastercard.com](http://www.mastercard.com). Folgen Sie MasterCard auf Twitter: @mastercardnews



research

an der Universität Regensburg

**Der Handel**  
Das Wirtschaftsmagazin für den Einzelhandel