



**MARKTWÄCHTER**  
DIGITALE WELT



**verbraucherzentrale**

# E-PAYMENT – BEZAHLEN IM INTERNET

Marktdynamik und Verbrauchersicht auf elektronische Bezahlverfahren im deutschen Internet-Handel

Eine Untersuchung der Verbraucherzentralen – Mai 2017



# INHALT

<b>ABBILDUNGEN UND TABELLEN</b>	<b>4</b>
<b>ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>5</b>
<b>RELEVANZ &amp; ZIELSETZUNG</b>	<b>7</b>
<b>METHODISCHES VORGEHEN</b>	<b>10</b>
<b>ELEKTRONISCHE BEZAHLVERFAHREN IM INTERNET-HANDEL</b>	<b>12</b>
<b>ANGEBOT &amp; PRÄFERENZ AUS HÄNDLERSICHT</b>	<b>21</b>
<b>WUNSCH &amp; WIRKLICHKEIT DER VERBRAUCHER</b>	<b>26</b>
<b>FAZIT &amp; AUSBLICK</b>	<b>39</b>
<b>QUELLENVERZEICHNIS</b>	<b>42</b>

# ABBILDUNGEN UND TABELLEN

1	Methodische Vorgehensweise	10
2	Definitionen Bezahlverfahren	13
3	Elektronische Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren am Beispiel von SOFORT Überweisung	15
4	Elektronische Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren am Beispiel von giro pay	15
5	Zahlungsabwicklung mit nutzerkontoabhängigen elektronischen Bezahlverfahren	17
6	Zahlungsabwicklung mit nutzerkontounabhängigen elektronischen Bezahlverfahren	19
7	Auswertung aktueller Untersuchungen	21
8	Anzahl verfügbarer elektronischer Bezahlverfahren bei Online-Händlern sowie Content- und Service-Anbietern	24
9	Verteilung angebotener elektronischer Bezahlverfahren bei Online-Händlern sowie Content- und Service-Anbietern auf die drei Kategorien (Funktionsweisen)	25
10	Verbraucherstudien	26
11	Nutzungshäufigkeit elektronischer Bezahlverfahren nach demografischen Gruppen	28
12	Häufigkeit der Nennung genutzter Anbieter elektronischer Bezahlverfahren	29
13	Anteil der Kategorien an den derzeit von Online-Käufern genutzten elektronischen Bezahlverfahren	30
14	Häufigkeit der Nennung als Grund gegen eine Nutzung	30
15	Anteil der Leser der Datenschutzerklärung	31
16	Einschätzung des Informationsgehalts der Datenschutzerklärung	32
17	Häufigkeit der Nennung des vermuteten Zwecks der Nutzung persönlicher Daten	33
18	Einstellung zur Datennutzung für die Bewertung der Zahlungsfähigkeit	34
19	Einstellung zur Datennutzung für die Erstellung eines Einkaufsprofils	35
20	Einstellung zur Weitergabe der Daten für individualisierte Werbung	35
21	Einstellung zur Weitergabe der Daten für individualisierte Preise	36
22	Anteil der Nutzer elektronischer Bezahlverfahren, die den Anbieter bei genannter Verwendung persönlicher Daten nicht mehr nutzen würden	37

## ZUSAMMENFASSUNG

Elektronische Bezahlverfahren sind heute fester Bestandteil der Zahlungsoptionen im Internet und sie gewinnen weiter an Relevanz. Charakterisierend für diese Bezahlverfahren ist vor allem die Integration eines zusätzlichen Dienstleisters. Entwickelt sowohl durch klassische Kreditinstitute als auch sogenannte FinTechs, ist das Angebot elektronischer Bezahlverfahren zahlreich und verändert sich dynamisch. Neben den „E-Wallets“, wie PayPal, Amazon Payments oder Google Wallet, etablieren sich Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren wie SOFORT Überweisung.

Durch die vom Marktwächter Digitale Welt der Verbraucherzentrale Brandenburg untersuchten 100 umsatzstärksten Online-Händler sowie Service- und Content-Anbieter – von Amazon, über Booking bis hin zu Zalando – werden aktuell elf elektronische Bezahlverfahren am deutschen Markt angeboten: Amazon Payments, barzahlen.de, giropay, Google Wallet, MasterPass, Neteller, paydirekt, PayPal, paysafecard, Skrill und SOFORT Überweisung.

### KONZENTRATION IM MARKT ZEICHNET SICH AB

Die Häufigkeit der Angebote durch die einzelnen Händler variiert zwischen den Verfahren stark. So ist es insbesondere das Bezahlverfahren PayPal, das sich im Online-Handel etabliert hat.

Aber auch die Online-Käufer nehmen die elektronischen Bezahlverfahren gut an: 77 Prozent zahlten in der Vergangenheit via elektronischer Bezahlverfahren. Dies spiegeln die Ergebnisse der durch den Marktwächter Digitale Welt im Herbst 2016 in Zusammenarbeit mit forsa bundesweit durchgeführten repräsentativen Befragung von Online-Käufern wider: 75 Prozent der Verbraucher nutzen PayPal, jeder Zweite (49 Prozent) zahlte bereits mit SOFORT Überweisung. Aber auch Amazon Payments (25 Prozent) wird von den Verbrauchern zunehmend genutzt.

### MANGELNDE SICHERHEIT UND DIE ANGST VOR DATENPREISGABE SIND NUTZUNGSBARRIEREN

Die persönliche Einschätzung der elektronischen Bezahlverfahren als zu „unsicher“ und der Unwille „persönliche Daten offenzulegen“ bewegen Online-Käufer jedoch, elektronische Bezahlverfahren zu meiden. Hier sind es insbesondere die älteren Verbraucher, die diese Befürchtungen hegen. Nahezu ein Viertel (22 Prozent) der in der Untersuchung über 50-jährigen Befragten begründet mit dem Unwillen zur Datenpreisgabe die Nichtnutzung der Dienste.

### SELBST NUTZER ELEKTRONISCHER BEZAHLVERFAHREN BEWERTEN DIE MÖGLICHKEIT DER VERWENDUNG IHRER DATEN KRITISCH

Bei den befragten Nutzern elektronischer Bezahlverfahren bestehen ebenfalls Bedenken hinsichtlich der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten. Diese Verbraucher halten die Verwendung ihrer Daten zu Werbe- und Marketingzwecken sowie zur Weitergabe an Dritte durchaus für möglich. Dennoch würde jeder dritte Nutzer das Bezahlverfahren ablehnen, wenn er sicher wüsste, dass seine personenbezogenen Daten zur Erstellung eines Käuferprofils oder zur Personalisierung von Preisen und Werbung genutzt würden. Daneben wünschen sich Verbraucher Mitbestimmung in Bezug auf den Umgang mit ihren Daten.

### DATENSCHUTZERKLÄRUNGEN WERDEN GELESEN – EIN DRITTEL BEWERTET SIE ALS NICHT HILFREICH

Die Hälfte der befragten Nutzer elektronischer Bezahlverfahren gibt an, die Datenschutzerklärungen der Dienstleister zu lesen. Knapp zwei Drittel (65 Prozent) von ihnen bewerten die dort enthaltenen Informationen als hilfreich; ein Drittel (35 Prozent) zieht aus ihnen keinen Nutzen.



### **DATENSICHERHEIT UND AUSKUNFTS- VERHALTEN DER DIENSTLEISTER WIRD AKTUELL DETAILLIERT UNTERSUCHT**

Datensicherheit und der Umgang mit personenbezogenen Daten sind somit unmittelbar mit der Nutzung und Akzeptanz elektronischer Bezahlverfahren seitens der Verbraucher verbunden. Beides wird künftig darüber entscheiden, welche Verfahren sich in welchem Maß etablieren. Daher untersucht der Marktwächter Digitale Welt der Verbraucherzentralen diesen Aspekt vertieft:

Analysiert werden für ausgewählte Anbieter elektronischer Bezahlverfahren die Datenschutzerklärungen in Bezug auf Verständlichkeit und Inhalt. Auch wird das Auskunftsverhalten der Anbieter über die Verwendung von Verbraucherdaten hinsichtlich der Information und Kommunikation genau beleuchtet. Eine technische Untersuchung der Datensicherheit rundet die Untersuchung ab und erscheint im Herbst 2017.

## RELEVANZ & ZIELSETZUNG

Nach Angaben des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) lag der Umsatz mit Waren im Online-Geschäft im Jahr 2015 deutschlandweit bei 46,9 Milliarden Euro (vgl. Wenk-Fischer/Zirbes 2016: 3). Mit den ersten Quartalszahlen aus 2016 wird ein prognostiziertes Plus von rund 12 Prozent wahrscheinlich noch übertroffen (vgl. ebenda). Getrieben ist dieses Wachstum von einer zunehmenden Online-Affinität der Verbraucher<sup>1</sup>, denn mehr als die Hälfte der Deutschen kauft heute online ein (vgl. Verband der Internetwirtschaft e.V. (eco) 2015: 48).

Die umsatzstärksten Warengruppen bleiben indes nahezu konstant: Zu den beliebtesten Produkten im Online-Handel gehören Bekleidung und Textilien sowie Elektroartikel (vgl. bevh 2016: 11). Es sind jedoch erste Sättigungstendenzen im Markt erkennbar: beispielsweise im Bereich von Büchern und Medien oder bei Elektronikartikeln. Dennoch zeigen Prognosen bis ins Jahr 2025, dass trotz abgeschwächter Wachstumsraten in einigen Segmenten des Online-Handels nahezu eine Verdopplung des Online-Anteils am gesamten Einzelhandelsumsatz wahrscheinlich ist (vgl. GfK SE: eCommerce 2015). Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass andere Segmente wie Möbel, Lebensmittel, Drogerie- oder Tierbedarf erst in den kommenden Jahren ihr Wachstumspotenzial im Online-Handel ausschöpfen werden (vgl. ebenda).

Sachlogisch erscheint damit auch die Prognose, dass die Nutzung von Bezahlssystemen im Internet im Endkundenbereich in den nächsten Jahren weitere hohe Zuwachsraten verzeichnen wird (vgl. Weinfurter et al. 2011, eco 2015). Neben den klassischen Zahlungsmethoden wie Kauf auf Rechnung, Lastschriftverfahren oder Bezahlung per Kreditkarte haben sich im Online-Handel zunehmend elektronische Bezahlverfahren etabliert. Nutzten im Herbst 2003 noch rund drei Viertel die Rechnung als bevorzugtes Bezahlverfahren (vgl. Fittkau & Maaß Consulting 2003), zahlt heute weniger als die Hälfte aller Online-Einkäufer damit. Nur noch vier von zehn Kunden nutzen beim Online-Kauf aktuell

die Zahlung per Rechnung (vgl. Halbach et al. 2016). Nach Angaben des EHI Retail Institutes machten 2015 klassische Bezahlverfahren insgesamt 75,9 Prozent des Anteils der Zahlungsarten im Online-Handel, gemessen am Umsatz in Deutschland aus<sup>2</sup>; elektronische Bezahlverfahren<sup>3</sup> hingegen 23,2 Prozent. Im Jahr 2011 lagen der Umsatzanteil klassischer Verfahren dahingegen noch bei insgesamt 84 Prozent und die der elektronischen Bezahlverfahren bei 16 Prozent (vgl. EHI Retail Institute 2016). Somit gewinnen die elektronischen Bezahlverfahren zunehmend an Relevanz, wenn auch die klassischen Bezahlmethoden den Markt dominieren.

Hintergrund dieser Entwicklung ist, dass klassische Bezahlverfahren in Bezug auf ihre Funktionalität im Internet mit Einschränkungen behaftet sind. So erschwert beispielsweise das 2014 in Kraft getretene SEPA-Verfahren den Zahlungsverkehr mittels Lastschrift. Ohne handschriftliches SEPA-Mandat des Kunden kann diese Zahlungsart nicht mehr angeboten werden. Eine solche Übermittlung ist bei Online-Shops jedoch nicht möglich (vgl. Siebert 2014). Auch wird seitens des Handels das Zahlungsausfallrisiko bei Zahlung per Rechnung oder Lastschrift als hoch bewertet (vgl. Weinfurter et al. 2011: 7). Das bietet den Anbietern elektronischer Bezahlverfahren die Möglichkeit, sich weiter am Markt zu etablieren.

Bei den elektronischen Bezahlverfahren ist PayPal derjenige Dienst, der, gemessen am Umsatz des deutschen E-Commerce, am häufigsten von Online-Käufern genutzt wird (vgl. EHI Retail Institute 2016). So war PayPal mit 19,6 Prozent nach der Zahlung auf Rechnung mit 29 Prozent das zweitumsatzstärkste Bezahlverfahren im Jahr 2015 (vgl. ebenda). Im Jahr 2016 steigerte PayPal die Nutzung seitens der Kunden um zwei Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr (vgl. Halbach et al. 2016). Knapp 31 Prozent der Online-Einkäufer favorisierten 2016 die-

1 Die gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Doppelbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

2 Anteile der Zahlungsarten gemessen am Umsatz des deutschen E-Commerce 2015: Kauf mit Rechnung (29 Prozent), Lastschrift oder Bankeinzug (19,3 Prozent), Kreditkarte (12 Prozent), Überweisung bzw. Vorauskasse (7,1 Prozent), Finanzierung/Ratenkauf (3,8 Prozent), Nachnahme (2,4 Prozent) und Zahlung bei Abholung (2,3 Prozent).

3 Anteile der Zahlungsarten gemessen am Umsatz des deutschen E-Commerce 2015: PayPal (19,6 Prozent), SOFORT Überweisung (2,5 Prozent) und Amazon Payments (1,1 Prozent).

## 8 | Relevanz & Zielsetzung

ses Bezahlverfahren (vgl. ebenda). Deutlich geringeren Anteil am Umsatz im deutschen Internet-Handel 2015 erzielte die SOFORT Überweisung mit 2,5 Prozent und Amazon Payments<sup>4</sup> mit 1,1 Prozent (vgl. ebenda).

Die Nutzung mobiler Verfahren, wie bspw. die Bezahlung per PayPal App oder Amazon App, ist in Deutschland bisher gering. Einer Umfrage aus dem Jahr 2016 zufolge haben zwei von drei Deutschen bislang diese Verfahren noch nicht benutzt (vgl. Pricewaterhouse-Coopers (PwC) 2016: 2). Die Sorge um den Schutz der persönlichen Daten ist das wesentliche Hindernis bei der Anwendung mobiler Bezahlverfahren. So befürchteten 85 Prozent der Deutschen, dass ihre Daten gehackt oder missbraucht werden. Ebenso 85 Prozent sehen eine wachsende Gefahr, dass ihr Handy gestohlen und mit den Bezahl-daten Missbrauch getrieben wird. Etwa drei Viertel sind darüber hinaus besorgt, dass sie durch die regelmäßige Nutzung von mobilen Bezahlverfahren zum gläsernen Kunden werden (vgl. PwC 2016: 6).

Elektronischen Bezahlverfahren wird zunehmend mehr Vertrauen seitens der Verbraucher entgegengebracht (vgl. Boniversum/bevh 2016: 1). Sie sind aufgrund ihrer Schnelligkeit, Erreichbarkeit und Bequemlichkeit beliebt (vgl. Fröhlich 2016). Die Datensicherheit bleibt jedoch auch ein wesentlicher Aspekt bei der Nutzung elektronischer Bezahlverfahren (vgl. Frigge 2016: 21). Die Verbraucher zeigen sich höchst sensibel, wenn es um die Sicherheit des Datenverkehrs im Internet und ihre eigenen Daten geht (vgl. Boniversum/bevh 2016: 1).

### **ONLINE BEZAHLEN – BELIEBT TROTZ BEDENKEN BEI DER SICHERHEIT**

Die Verbraucherzentralen unterhalten ein Frühwarnnetzwerk, in dem sie bundesweit Verbraucherbeschwerden rund um Themen der digitalen Welt kontinuierlich auswerten. Probleme von Verbrauchern hinsichtlich elektronischer Bezahlverfahren nehmen hierbei einen festen Platz ein. 2016 suchten Verbraucher bundesweit Beratungsstellen auf, um Beschwerden zu Dienstleistern wie PayPal, Klarna, BillPay, Clickandbuy<sup>5</sup>, giropay und Skrill zu melden.

.....  
4 Amazon Payments hat sich in 2017 in Amazon Pay umbenannt.  
5 Clickandbuy, ein elektronischer Bezahl-dienstleister der Telekom, stellte zum Mai 2016 seinen Dienst ein.

Die Problemlagen der Verbraucher im Zusammenhang mit elektronischen Bezahlverfahren waren hierbei unterschiedlich. Ein Großteil der Beschwerden bezieht sich auf Probleme mit sogenanntem Identitätsdiebstahl von Verbraucherdaten. Typisches Muster hierbei ist, dass Verbraucher, die den Bezahl-dienstleister nicht in Anspruch genommen hatten bzw. keine Kunden waren, sich Forderungen gegenüber sahen und aufgefordert waren, diese zu begleichen. Die Daten der Betroffenen wurden in diesem Fall von Kriminellen missbraucht. Auch Schwierigkeiten bei der Abwicklung wurden gemeldet. Hierbei waren es vor allem langjährige Kunden, deren Zahlungen scheinbar ohne Grund nicht mehr durch den Dienstleister legitimiert wurden. In einem Fall wurde die Kopie des Personalausweises eines Verbrauchers durch den Bezahl-dienstleister gefordert, um einen Widerruf geltend zu machen<sup>6</sup>. Weiterhin wurden Probleme mit dem durch den Dienstleister gewährten Käuferschutz aufgenommen. Bemängelt wurde diesbezüglich, dass seitens des Dienstleisters nicht auf die Anfragen des Verbrauchers reagiert wurde.

Ein Blick auf die Anliegen der Verbraucher zeigt: Es ist überwiegend der Umgang mit den Verbraucherdaten, der Probleme verursacht und verunsichert. Diese Verunsicherung bestätigen auch Ergebnisse einer Befragung des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) aus dem Jahr 2015. Trotz zunehmender Begeisterung für den Einkauf im Internet hat jeder Dritte ein „ungutes Gefühl beim Online-Bezahlen“ und nahezu die Hälfte sorgt sich um die Sicherheit ihrer persönlichen Daten. So stimmt weniger als jeder Zweite der Aussage zu: „Online einkaufen ist sicher“ (vgl. DIVSI 2015: 6).

.....  
6 Nach dem Geldwäschegesetz (GwG) haben Kredit- und Finanzdienstleistungsinstitute u. a. für die Begründung einer Geschäftsbeziehung ihren Vertragspartner zu identifizieren. Nach § 8 Abs. 1 Satz 3 GwG kann diese Aufzeichnungspflicht auch durch eine Kopie des Ausweises erfolgen. Da der Ausweis jedoch mehr Daten erhält als nach dem GwG zu erheben und aufzuzeichnen sind, können und sollen darüber hinausgehende Informationen geschwärzt werden (vgl. Landesbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen 2014: 2).

**i** Die vorliegende Untersuchung nimmt das Spannungsfeld zwischen zunehmender Inanspruchnahme und bestehender Unsicherheit beim „Online-Bezahlen“ der Verbraucher zum Anlass und untersucht das am Markt vorhandene Angebot und die Nachfrage nach elektronischen Bezahlverfahren. Sie beleuchtet insbesondere die Einstellung der Verbraucher in Bezug auf den Umgang mit ihren Daten.

Hierzu ordnet die Untersuchung im ersten Schritt die im Internet angebotenen Bezahlverfahren den in der Literatur bereits bestehenden Kategorien der elektronische Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren, nutzerkontoabhängigen und nutzerkontounabhängigen elektronischen Bezahlverfahren zu. Somit legt die Studie ihren Schwerpunkt auf den Bereich der elektronischen Bezahlverfahren. Diese werden im Folgenden definiert, charakterisiert sowie deren Funktionsweise an Beispielen detailliert erläutert. Ein besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf die in den Zahlungsprozess involvierten Akteure sowie auf den Umfang der im Zahlungsprozess benötigten Verbraucherdaten gelegt (vgl. Kapitel Elektronische Bezahlverfahren im Internet-Handel).

Im zweiten Schritt wird ein Überblick über bestehende Angebote elektronischer Bezahlverfahren am Markt im Jahr 2017 gegeben. Hierzu werden die angebotenen elektronischen Bezahlverfahren sowohl der 100 umsatzstärksten Online-Shops als auch Content- und Service-Anbieter in Deutschland untersucht (vgl. Kapitel Angebot & Präferenz aus Händlersicht).

Im dritten Schritt wird die Nutzung elektronischer Bezahlverfahren durch deutsche Verbraucher im Herbst 2016 dargestellt. Dies erfolgt auf Basis der Ergebnisse einer im Auftrag des Marktwächters von forsa durchgeführten bevölkerungsrepräsentativen Umfrage. Hierbei wird auf die Nutzungsintensität elektronischer Bezahlverfahren sowie auf hemmende Faktoren, die gegen eine Nutzung, sprechen eingegangen. Auch wird auf Annahmen sowie Einstellungen der Verbraucher zum Umgang mit personenbezogenen Daten Bezug genommen (vgl. Kapitel Wunsch & Wirklichkeit der Verbraucher).

# METHODISCHES VORGEHEN

Die vorliegende Untersuchung wurde im Jahr 2016 methodisch mittels Verbraucherbefragung, Erhebung des Angebotes an Online-Bezahlverfahren der umsatzstärksten Online-Händler sowie Content- und Service-Anbieter und sekundärstatistischer Auswertung relevanter Literatur und Daten erarbeitet.

...❖ **Abbildung 1 fasst die Methodik in Bezug auf die einzelnen Zielstellungen im Überblick zusammen. Eine grundlegende Beschreibung der Methodik erfolgt nachfolgend, methodisch relevante Detailinformationen sind zum besseren Verständnis im jeweiligen Ergebniskapitel dargestellt.**

## SEKUNDÄRANALYSE MITTELS LITERATUR- UND DATENRECHERCHE

Das zunehmende Umsatzvolumen im Internet-Handel und damit einhergehend die dynamische Entwicklung des Angebots an Bezahlverfahren führt zu einer Vielzahl an Publikationen zu diesem Thema. Die Recherche, Auswertung und Berücksichtigung externer Datenquellen aus dem Internet (bspw. Fachzeitschriften, Tageszeitungen, Studien, Blogs, Anbieterseiten und Portale) sowie vorhandener Literatur dienen der Entwicklung und Einordnung der eigenen Methodik und Ergebnisse. So erfolgte für die drei Zielsetzungen eine Auswertung bestehender Literatur. Die externen Quel-

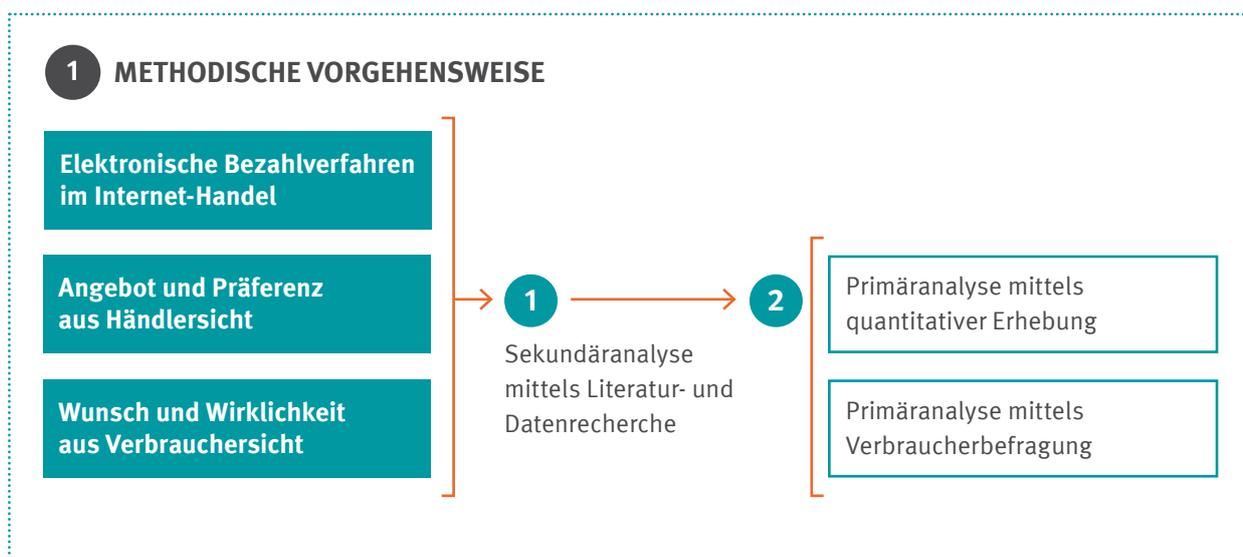
len wurden kriteriengeleitet kategorisiert und systematisch ausgewertet. Im jeweiligen Ergebniskapitel werden die verwendeten Quellen jeweils vorgestellt und eingeordnet.

Die sekundäranalytische Auswertung stellt somit eine ergänzende Betrachtung der Untersuchungsergebnisse dar und ordnet die nachfolgend dargestellten, mittels Primärerhebung (quantitative Erhebung der elektronischen Bezahlverfahren im Internet-Handel und Verbraucherbefragung) gewonnenen Ergebnisse ein.

## QUANTITATIVE ERHEBUNG DER ELEKTRONISCHEN BEZAHLVORFAHREN IM INTERNET-HANDEL

Im Zeitraum zwischen dem 07.03. und 08.03.2017 wurden die 100 umsatzstärksten Online-Shops im Jahr 2015 sowie die 100 umsatzstärksten Content- und Service-Anbieter aus dem Jahr 2014 in Deutschland hinsichtlich ihres Angebotes an Zahlungsarten erhoben.

Hierzu wurde die jeweilige Internet-Seite des Anbieters aufgerufen und auf der Startseite nach den Zahlungsarten gesucht. War über die Startseite eine Suche nicht erfolgreich, erfolgte im zweiten Schritt die Suche nach Zahlungsarten in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). War auch diese Suche nicht erfolgreich,



wurde über den Warenkorb ermittelt, welche Zahlungsarten angeboten wurden. Die Ergebnisse wurden dokumentiert und ausgewertet.

## VERBRAUCHERBEFRAGUNG

Im Erhebungszeitraum vom 29.09. bis zum 10.10.2016 wurde im Auftrag des Marktwächters Digitale Welt durch die forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH eine Befragung zu elektronischen Bezahlverfahren durchgeführt. Ziel der Befragung war es, genaue Informationen zur Nutzung elektronischer Bezahlverfahren durch Verbraucher zu erhalten. Es wurde gestützt und ungestützt nach der Nutzung konkreter Anbieter bzw. Dienstleister, aber auch nach Gründen einer Nichtnutzung gefragt. Aufgrund der beschriebenen Sorge der Verbraucher hinsichtlich der Sicherheit ihrer Daten, befasste sich ein zweiter Fragenkomplex mit dem Kenntnis und dem Verständnis der Datenschutzerklärungen elektronischer Bezahlverfahren durch die Verbraucher. In einem dritten Fragenkomplex wurden Internet-Käufer zu ihrer Einstellung zum Umgang mit ihren personenbezogenen Daten befragt.

Zielgruppe der Befragung waren deutschsprachige Online-Käufer ab 18 Jahren in Privathaushalten in Deutschland. Die Stichprobengröße betrug insgesamt 1.619 Personen. Demografische Daten wurden zu Geschlecht, Alter, Region, Bildung, Haushaltsgröße und Haushalts-Nettoeinkommen erhoben.

Die Befragung erfolgte mittels computergestützter Telefoninterviews (CATI) anhand des strukturierten Fragebogens auf Basis einer Dual-Frame-Stichprobe<sup>7</sup>.

.....  
7 Für Dual-Frame-Stichproben werden sowohl Festnetznummern als auch Mobilfunknummern in einem geeigneten Verhältnis berücksichtigt. Für die Stichprobenbildung wird von ForSa eine Verteilung von Festnetz- zu Mobilfunknummern von 70 Prozent zu 30 Prozent zugrunde gelegt.

## ELEKTRONISCHE BEZAHLVERFAHREN IM INTERNET-HANDEL

Der Handel mit Waren und Dienstleistungen im Internet wird unter dem Begriff Electronic Commerce (E-Commerce) zusammengefasst (vgl. Meier/Stormer 2012: 2). Wie im stationären Handel, muss auch hier der Zahlungsverkehr zwischen Käufer und Verkäufer abgewickelt werden (vgl. Cimiotti 2016: 132). Ein wesentliches Element im Bereich der Abwicklungsprozesse kommerzieller Transaktionen und fester Bestandteil des E-Commerce ist somit der digitale Zahlungsverkehr. Hierunter wird konkret die „Überführung des Geldes von der Verfügungsgewalt eines Wirtschaftssubjekts in diejenige eines anderen“ (vgl. Oehler 2016: 11) verstanden.

Bis heute hat sich im Bereich des digitalen Zahlungsverkehrs kein einheitliches Begriffsinstrumentarium gebildet (vgl. Dannenberg/Ulrich 2004: 26). Im Folgenden werden daher die im Bereich des E-Commerce zur Verfügung stehenden Bezahlfverfahren näher erläutert. Die Geschäftsmodelle im Zahlungsverkehr lassen sich in die Kategorien klassische, elektronische (E-Payment) und mobile (M-Payment) Bezahlfverfahren unterteilen (vgl. Oehler 2016: 18ff).

Bei den **klassischen Bezahlfverfahren** im E-Commerce wird die Ware oder Dienstleistung online bestellt, die Zahlung findet jedoch außerhalb des Internets statt. Hierzu zählen der Kauf auf Rechnung, per Lastschrift, per Nachnahme und per Vorkasse. Aber auch die Zahlung mit Kredit-, Giro- oder Partnerkarten fällt darunter. Diese Verfahren wurden zum Teil an die Bezahlung im Internet angepasst, beispielsweise durch die Einführung neuer Sicherheitsverfahren wie „Verified by Visa“ oder „MasterCard Secure Code“ bei Kreditkartenzahlungen. Die Kunden müssen hierbei ihren Einkauf durch die Eingabe eines Passwortes oder einer TAN verifizieren. Die Verifizierung kann regelmäßig oder nur bei Betrugsverdacht stattfinden. Diese Sicherheitsverfahren finden allerdings nur bei der Bezahlung im Internet Anwendung und nicht bei der Kreditkartenzahlung im stationären Handel. Dennoch zählen sie nicht zu den elektronischen Bezahlfverfahren, da sie ursprünglich für den stationären Handel und nicht speziell für den Handel im Internet entwickelt wurden (vgl. Stahl et al. 2015: 178-179).

Die **mobilen Bezahlfverfahren** erfolgen häufig, aber nicht ausnahmslos, online. Auch im stationären Handel kommen mobile Bezahlfverfahren zum Einsatz. So kann beim Bezahlen mit mobilen Endgeräten die Fernzahlung im Internet-Handel (Mobile Remote Payment) und die Nahzahlung im stationären Handel (Mobile Proximity Payment) unterschieden werden (vgl. Waldmann 2014: 19). Charakteristisches Merkmal ist jedoch, dass ausschließlich mobile Endgeräte zum Einsatz kommen, um den Bezahlvorgang auszulösen. Mobil kann die Bezahlung über verschiedene Technologien wie eine App, die funkbasierte, kontaktlose Bezahlung sowie die Bezahlung über eine Mobilfunkverbindung, welche dann über die Telefonrechnung abgewickelt wird, erfolgen (vgl. Bolz et al. 2014: 16). Momentan sind mobile Bezahlfverfahren in Deutschland jedoch kaum verbreitet, da viele Kunden dieser Zahlungsmethode unter anderem eher skeptisch gegenüber stehen (vgl. Steinacker/Krauß 2017: 957 und Kapitel Relevanz & Zielsetzung).

Der nachfolgende Überblick zu Bezahlfverfahren im Internet richtet sich aufgrund der in der Literatur gut dargestellten klassischen Bezahlfverfahren und der zum heutigen Zeitpunkt noch relativ geringen Bedeutung mobiler Bezahlfverfahren ausschließlich auf die elektronischen Bezahlfverfahren. Auf diese wird im Folgenden detailliert eingegangen.

### ELEKTRONISCHE BEZAHLVERFAHREN

Bisher gibt es keine einheitliche Begriffsbezeichnung für die elektronische Abwicklung des Bezahlfens im E-Commerce (vgl. Dannenberg/Ulrich 2004: 26). Hingegen finden sich in der Literatur zahlreiche Begriffe für elektronische Bezahlfverfahren. Diese werden im Folgenden benannt und definiert (**siehe Tabelle 2**).

Bei näherer Betrachtung genannter Definitionen und Begrifflichkeiten in der aufgeführten Literatur ist festzustellen, dass die Begriffe nur zum Teil synonym verwendet werden. So variiert innerhalb der Definitionen zum einen das Anwendungsfeld zwischen elektronischen Netzwerken, elektronischem Handel, Angebot

## 2 DEFINITIONEN BEZAHLVERFAHREN

Begriff	Definition	Quelle
<b>Elektronische Zahlungssysteme</b>	Bezahlverfahren über elektronische Netzwerke.	vgl. Dannenberg/ Ulrich 2004: 27
<b>Electronic Payment Systems</b>	Bezahlverfahren über elektronische Netzwerke.	vgl. Dannenberg/ Ulrich 2004: 27
<b>E-Payment-Verfahren</b>	Bezahlverfahren, die speziell für den elektronischen Handel entwickelt wurden; Abgrenzung zu klassischen und mobilen Bezahlverfahren.	vgl. Stahl et al. 2015: 179
<b>Internet-Zahlungssysteme</b>	Bezahlverfahren, die typisch für den E-Commerce sind; neben elektronischen Bezahlverfahren werden auch klassische Bezahlverfahren sowie die Bezahlung per App miteinbezogen.	vgl. Oehler 2016: 18
<b>Internet-Zahlungsverfahren</b>	Alle Bezahlverfahren, die von Online-Händlern angeboten werden; neben den elektronischen werden auch klassische und mobile Bezahlverfahren miteinbezogen.	vgl. Groß et al. 2012: 12ff.
<b>Online-Bezahlsysteme</b>	Alle Bezahlverfahren, die von Online-Händlern angeboten werden; neben den elektronischen werden auch klassische Bezahlverfahren miteinbezogen.	vgl. Finanztest 2015: 22
<b>Zahlungsformen im Internet</b>	Alle Bezahlverfahren, die im Internet angeboten werden; neben den elektronischen werden auch klassische und mobile Bezahlverfahren sowie digitale Währungen miteinbezogen.	vgl. Steinacker/ Krauß 2017: 938ff.

von Online-Händlern bis hin zum Internet. Zum anderen unterscheiden sie sich hinsichtlich ihres Betrachtungsumfangs. So legen manche Autoren eine engere Betrachtung an, während andere den Begriff weiterfassen und beispielsweise auch klassische oder mobile Bezahlverfahren miteinbeziehen.

Vor dem Hintergrund der uneinheitlichen Darstellung des Begriffes elektronischer Bezahlverfahren<sup>8</sup> wird nachfolgend eine Abgrenzung hergeleitet. Diese dient dazu, den Untersuchungsgegenstand vorliegender Untersuchung klar zu begrenzen.

Im ersten Schritt wird der Begriff **Bezahlverfahren** definiert bzw. abgegrenzt. Zum besseren Verständnis wird auf die Verfahrensweise des Online-Bankings zum Vergleich zurückgegriffen. Während für das Online-Banking die Be-

ziehung zwischen Bank und Kunden definierend ist, steht bei den Bezahlverfahren der Bezahlvorgang beim Erwerb von Produkten oder Dienstleistungen im Internet im Vordergrund. Beschränkt sich das Online-Banking somit „auf die Vertragsbeziehung zwischen einem Bankkunden und einer Bank und die über das Internet geführte Kommunikation zwischen den beiden Parteien zur Verwaltung des Kontos oder des Depots“, richtet sich das Bezahlverfahren dahingegen auf „die Einleitung einer finalen Zahlung für ein im Internet erworbenes Produkt bzw. eine Leistung“ (vgl. Dannenberg/ Ulrich 2004: 26).

**Elektronische Bezahlverfahren** ermöglichen die Bezahlung über elektronische Netzwerke; es handelt sich somit um die elektronische Abwicklung von Zahlungsvorgängen (vgl. Cimiotti 2016: 131). Genauer bezeichnet es Verfahren, „die es ermöglichen, für den Bezug von Gütern und Dienstleistungen eine Gegenleistung über elektronische Netzwerke zu erbringen“ (vgl. Dannenberg/ Ulrich 2004: 27).

<sup>8</sup> Aufgrund besserer Verständlichkeit wird in dieser Untersuchung immer der Begriff „elektronische Bezahlverfahren“ verwendet.

## 14 | Elektronische Bezahlverfahren im Internet-Handel

In Abgrenzung zu den klassischen Bezahlverfahren sind elektronische Bezahlverfahren nur Verfahren, die speziell für den Handel im Internet entwickelt wurden (vgl. Stahl et al. 2015: 178-179). Die klassischen Verfahren sind dahingegen solche, die für die Anwendung im Internet verändert bzw. angepasst wurden. Mobile Verfahren lösen in Abgrenzung zu elektronischen das Bezahlverfahren ausschließlich über mobile Endgeräte aus. Somit gilt für die Untersuchung nachfolgende Definition bzw. Abgrenzung:

**Elektronische Bezahlverfahren sind über elektronische Netzwerke abgewickelte Bezahlvorgänge als Gegenleistung für den Bezug von Gütern und Dienstleistungen, die eigens für die Abwicklung des Kaufes im Internet entwickelt wurden und nicht ausschließlich über mobile Endgeräte ausgelöst werden können.**

Im Sinne dieser Definition elektronischer Bezahlverfahren lassen sich drei Kategorien hinsichtlich ihrer Art und Funktionsweise unterscheiden: Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren, nutzerkontoabhängige Verfahren sowie nutzerkontounabhängige Verfahren (vgl. Stahl et al. 2015: 179-180).

### Art und Funktionsweise elektronischer Bezahlverfahren

Um die verwendeten Methoden und Technologien der elektronischen Bezahlverfahren zu erläutern, wird nachfolgend die Funktionsweise jeder der drei Kategorien vorgestellt. Dies erfolgt anhand konkreter Anwendungsbeispiele.

### Elektronische Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren

Diese Verfahrensweise ähnelt in ihrer Funktionsweise dem klassischen Online-Banking, bei dem Überweisungen mit PIN und TAN verifiziert werden müssen. Im ersten Schritt meldet sich der Kunde im Online-Banking-Bereich seiner Bank an. Um eine Überweisung dann ausführen zu können, fügt er anschließend alle benötigten Daten, wie beispielsweise die Kontoinformationen des Empfängers, in das Überweisungsformular ein (vgl. Frigge 2016: 69; Stahl et al. 2015: 170).

Bei den Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren entfallen einige der soeben beschriebenen Schrit-

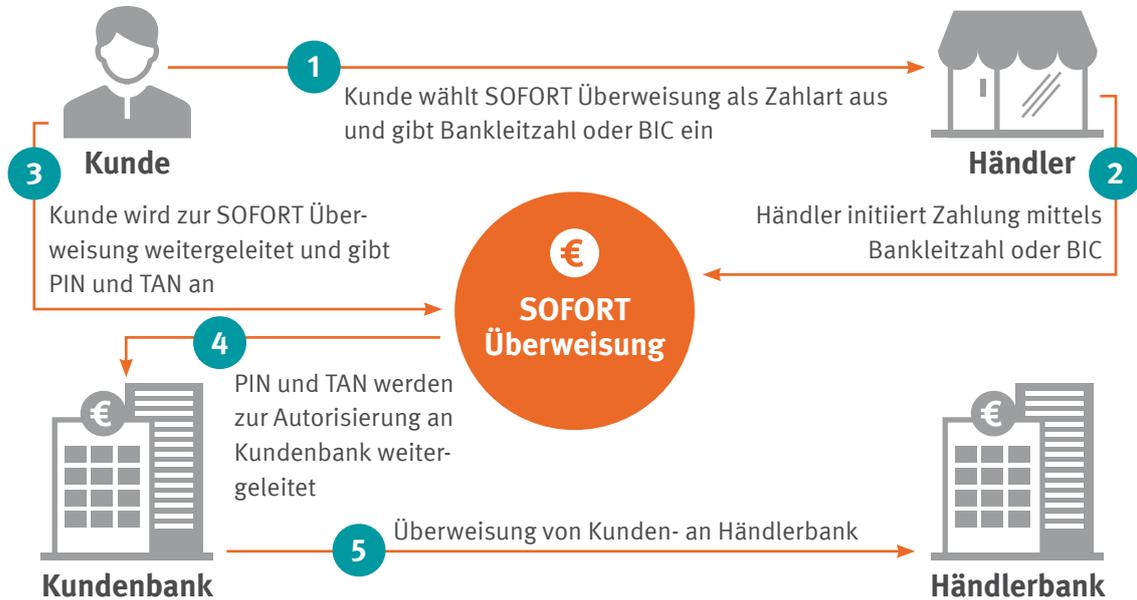
te. Diese übernimmt stattdessen der jeweilige Anbieter des Bezahlverfahrens. Welche der Schritte dabei übernommen werden, ist ebenfalls abhängig vom jeweiligen Verfahren. Die Anbieter dieser Verfahren unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Herkunft: So wurden einige von der Kreditwirtschaft entwickelt, sodass hier, im Gegensatz zu bankexternen Anbietern, kein Zahlungsdienstleister im Bezahlvorgang zwischengeschaltet ist (vgl. Stahl et al. 2015: 181). Daher werden im Folgenden zwei grundsätzlich verschiedene Funktionsweisen vorgestellt.

…❖ **Abbildung 3 stellt dar, wie die Bezahlung am Beispiel der SOFORT Überweisung funktioniert.** | Im Fall von SOFORT Überweisung handelt es sich um einen originären Zahlungsauslöse- und Initialisierungsdienst, der die Zahlung abwickelt: Der Kunde wählt die Zahlungsmethode SOFORT Überweisung im Zuge der Bestellung aus und legitimiert seine Bankdaten mittels Bankleitzahl oder BIC (1). Der Händler startet mit diesen Informationen den Bezahlprozess, wodurch der Kunde auf die Webseite von SOFORT Überweisung weitergeleitet wird (2). Dort gibt er seine Kontoinformationen, insbesondere PIN und TAN, an (3). Diese werden dann vom Dienstleister SOFORT Überweisung genutzt, um die Überweisung auszulösen (4). Die Bank des Kunden leitet anschließend den Betrag an die Bank des Händlers weiter (5). Der Kunde muss sich bei diesem Bezahlverfahren nicht beim Online-Banking seiner Hausbank anmelden. Dies übernimmt der Zahlungsdienstleister. Hierdurch kann SOFORT Überweisung jedoch das Bankkonto des Kunden einsehen. Neben Kunde und Händler sind der Zahlungsdienstleister, die Bank des Kunden und die Bank des Händlers an der Transaktion beteiligt (vgl. SOFORT Überweisung 2017; Stahl et al. 2015: 181-182; Steinacker/Krauß 2017: 947).

…❖ **In Abbildung 4 wird das Bezahlverfahren von giro-pay dargestellt, bei dem kein Dienstleister zwischengeschaltet ist.** | Hier wird der Kunde nach Auswahl des Bezahlverfahrens auf der Händlerwebseite (1) auf die Online-Banking-Seite seiner Hausbank weitergeleitet (2) und meldet sich dort mit den Authentifizierungsdaten seiner Bank an (3). Das Überweisungsformular ist von giro-pay bereits ausgefüllt. Somit muss der Kunde die Zahlung nur noch durch die Eingabe der TAN autorisieren (4). Nach Ausführung der Zahlung wird der Kunde wieder zurück auf die Webseite des Händlers geleitet. Gleichzeitig erhält der Händler die Bestätigung der

### 3 ELEKTRONISCHE ZAHLUNGS AUSLÖSE- UND INITIALISIERUNGSVERFAHREN

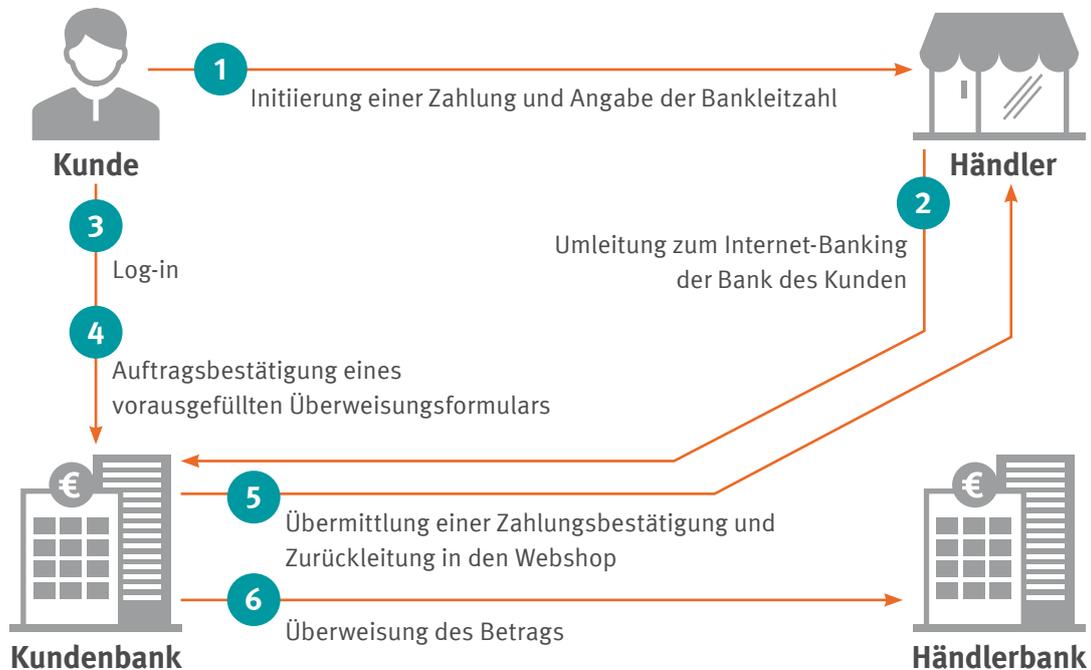
am Beispiel von SOFORT Überweisung



Quelle: Steinacker/Krauß 2017: 947

### 4 ELEKTRONISCHE ZAHLUNGS AUSLÖSE- UND INITIALISIERUNGSVERFAHREN

am Beispiel von giropay



Quelle: Stahl et al. 2015: 181

Zahlung und kann somit die bestellte Ware an den Kunden versenden (5). Die Zahlung wird, wie bei einer normalen Überweisung auch, vom Konto des Kunden abgebucht und von dessen Bank an die Bank des Händlers überwiesen (6). Der Händler bekommt die Zahlung nachfolgend auf sein Konto gutgeschrieben (vgl. Frigge 2016: 69; giropay 2017b; Stahl et al. 2015: 181).

Im Unterschied zu SOFORT Überweisung ist bei giropay keine weitere Webseite und somit kein Zahlungsauslöse- und Initialisierungsdienstleister dazwischengeschaltet. Der Kunde wird direkt auf die Online-Banking-Seite seiner Hausbank weitergeleitet. An der Transaktion sind somit nur der Kunde, der Händler, die Bank des Kunden sowie die Bank des Händlers beteiligt. Dies lässt sich durch den Anbieter erklären: giropay wurde von der deutschen Kreditwirtschaft entwickelt. Unter anderem nehmen Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken und Postbank daran teil<sup>9</sup>. Statt eines externen Zahlungsdienstleisters übernimmt hier die jeweilige Bank dessen Aufgaben (vgl. giropay 2017a; Stahl et al. 2015: 181).

Ein weiteres, relativ neues Bezahlverfahren ohne dazwischengeschalteten Dienstleister ist **paydirekt**. Genau wie giropay wurde es von der deutschen Kreditwirtschaft entwickelt und entstand aus einem Zusammenschluss der deutschen Sparkassen sowie mehrerer privater und genossenschaftlicher Banken. Beispielsweise sind Commerzbank, Deutsche Bank, Postbank sowie Volks- und Raiffeisenbanken daran beteiligt<sup>10</sup>. Um dieses Verfahren zu nutzen, muss sich der Kunde zunächst im Online-Banking-Bereich seiner Hausbank für das Verfahren registrieren. Möchte er dann paydirekt für die Bezahlung beim Händler nutzen, muss er nach der Weiterleitung zu paydirekt die Zahlung durch Eingabe seiner E-Mail-Adresse, dem gewählten Passwort und bei einigen Banken mit weiteren Sicherheitsmerkmalen<sup>11</sup>, wie beispielsweise einer TAN, legitimieren (vgl. paydirekt 2015: 2-3; paydirekt 2017; Steinacker/Krauß 2017: 947).

9 Die Bankpartner von giropay sind: Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken, Postbank, comdirect, BB Bank, MLP, psd Bank und DKB.

10 Die Bankpartner von paydirekt sind: BW Bank, BLB, comdirect, Commerzbank, Consorsbank, Degussa Bank, Deutsche Bank, Flessabank, HypoVereinsbank, ING DiBa, MLP, National-Bank, norisbank, Oldenburgische Landesbank, Postbank, psd Bank, Santander, Sparda-Bank, Sparkassen, Südwestbank, Targobank, Volks- und Raiffeisenbanken, 1822direkt.

11 Die Nutzung von Sicherheitsmerkmalen wird bei Registrierung mit der jeweiligen Bank vereinbart und unterscheidet sich somit zwischen den Banken und Nutzern. Daher kann hier kein Überblick gegeben werden, welche Bank welche Sicherheitsmerkmale verlangt.

Gemeinsam ist allen Verfahren, dass der Kunde diese nur nutzen kann, wenn er Online-Banking nutzt. Die Zahlung wird entweder durch die Eingabe der Authentifizierungsdaten seiner Bank oder nach Registrierung durch die Eingabe dort festgelegter Daten legitimiert. Unterschiede gibt es in Bezug auf die Einbeziehung eines Dritten bzw. Zahlungsauslöse- und Initialisierungsdienstleisters.

### Nutzerkontoabhängige elektronische Bezahlverfahren

Anbieter elektronischer Bezahlverfahren, welche nutzerkontoabhängige Bezahlverfahren bereitstellen, offerieren meistens eine sogenannte elektronische Geldbörse (E-Wallet). Hierbei muss sich der Kunde zunächst beim Anbieter registrieren. Im Zuge der Registrierung hinterlegt er seine Adress- und Lieferdaten sowie Informationen zum gewünschten Bezahlverfahren. Beispielsweise kann der Kunde Geld von seinem Konto oder seiner Kreditkarte abbuchen lassen oder aber Guthaben aufladen (vgl. Pache 2016: 87; Steinacker/Krauß 2017: 944).

... ❖ **Abbildung 5 verdeutlicht die Zahlungsabwicklung mit nutzerkontoabhängigen elektronischen Bezahlverfahren.** | Möchte ein Kunde bei einem Händler Ware bezahlen und wählt diese Zahlungsmethode aus (1), wird er auf die Seite des E-Payment-Anbieters weitergeleitet (2, 3) und muss sich mit seiner Zugangskennung einloggen, um die Zahlung zu autorisieren (4). Anschließend wird der Kunde wieder zurück auf die Webseite des Händlers geleitet und die Zahlung wird dem Händler bestätigt (5). Die Zahlung erfolgt mit der vom Kunden bei der Anmeldung beim Zahlungsdienstleister ausgewählten Zahlungsmethode (Kreditkarte, etc.). Der Online-Händler hat hierbei keinen Zugriff auf die Zahlungsdaten des Käufers und erhält nur eine Zahlungsbestätigung des E-Payment-Anbieters zur Autorisierung der Zahlung. Für die Transaktion zieht der Zahlungsdienstleister das Geld von der Bank des Kunden über die gewählte Zahlungsmethode ein und leitet es anschließend an die Bank des Händlers weiter (6, 7). Der Zahlungsdienstleister ist somit im Zahlungsfluss von Kunden- zu Händlerbank zwischengeschaltet. Die Akteure, welche an der Transaktion beteiligt sind, sind hier der Kunde, der Händler, die Bank des Kunden, die Bank des Händlers sowie der jeweilige Zahlungsdienstleister (vgl. Frigge 2016: 70; Pache 2016: 88; Steinacker/Krauß 2017: 944-945).

## 5 ZAHLUNGSABWICKLUNG MIT NUTZERKONTOABHÄNGIGEN ELEKTRONISCHEN BEZAHLVERFAHREN



Quelle: Stahl et al. 2015: 180

Der wohl bekannteste Zahlungsdienstleister dieser Verfahrenskategorie ist **PayPal**. Hier wird durch den Verbraucher zunächst ein Konto auf der PayPal-Webseite erstellt, wobei er die gewünschte Zahlungsmethode, wie beispielsweise die Abbuchung von seiner Kreditkarte, angibt. Diese wird durch PayPal verifiziert, indem PayPal einen kleinen Betrag abbucht oder gutschreibt und dabei einen Zahlencode als Abbuchungs- bzw. Überweisungszweck angibt. Für die Bezahlung wird der Kunde zu PayPal umgeleitet und muss sich dort mit seiner bei PayPal registrierten E-Mail-Adresse und dem gewählten Passwort authentifizieren. Nach erfolgreicher Bezahlung wird der Kunde wieder auf die Händlerwebseite zurückgeleitet (vgl. Meier/Stormer 2012: 185; Paypal 2017a: 5ff.; Penzel et al. 2015: 75).

Bezüglich dieses E-Wallet Dienstes ist es wichtig zu wissen, dass PayPal zwar über eine Luxemburger Banklizenz im Sinne des Artikels 2 des Gesetzes vom 5. April 1993 über das Kreditwesen verfügt, jedoch die

Hauptgeschäftstätigkeit in der Ausgabe von E-Geld und den damit verbundenen Leistungen liegt. Für den Verbraucher heißt das, dass PayPal somit keine Einlagen- und Anlagendienstleistungen im Sinne des oben genannten Kreditwesengesetzes übernimmt (vgl. PayPal 2017a: 3).<sup>12</sup> Eine weitere Besonderheit des Dienstes liegt darin, dass der Verbraucher dem Händler die Erlaubnis erteilen kann, den Gesamtpreis bis zu einem mit ihm vereinbarten Maximalbetrag anzupassen und die Zahlung zu einem späteren Zeitpunkt abzuschließen (vgl. ebenda). Somit nimmt der Dienst eine Zwischenstellung zwischen Lastschrift und Überweisungsverfahren ein.

<sup>12</sup> Mit anderen Worten ist ein Guthaben auf dem PayPal-Konto nicht durch das Luxemburger Einlagensicherungssystem Association pour la Garantie des Dépôts Luxemburg geschützt.

Amazon bietet mit **Amazon Payments** ebenfalls ein nutzerkontoabhängiges Bezahlverfahren an. Amazon Payments ist mit dem Amazon-Konto des Kunden verknüpft. Die Bezahlung erfolgt mit den dort gespeicherten Zahlungs- und Lieferinformationen. Der Kunde benötigt somit für die Zahlung ein Benutzerkonto bei Amazon. Eine Registrierung ist notwendig, wenn der Kunde noch kein Konto bei Amazon hat. In diesem Fall wird bei der Registrierung für das Bezahlverfahren gleichzeitig ein Amazon-Kundenkonto erstellt. Für die Bezahlung wird der Kunde von der Händlerwebseite auf die Webseite von Amazon Payments weitergeleitet und muss hier die Daten, die bei Amazon hinterlegt sind, bestätigen (vgl. Amazon Payments 2016: 2-4; Frigge 2016: 72; Penzel et al. 2015: 76). Das besondere an der Entwicklung dieses Verfahrens ist eine „Bündelung“ von E-Commerce- und Bezahlendienst.

Einen weiteren nutzerkontoabhängigen Zahlungsdienst stellt Google mit **Google Wallet** zur Verfügung. Dieser ist in den E-Mail-Dienst Google Mail integriert. Für die Übersendung von Zahlungen müssen Sender und Empfänger ein E-Mail-Konto bei Google besitzen (vgl. Google Payments 2016; Penzel et al. 2015: 77).

Auch **MasterPass**, das von MasterCard betrieben wird, ist eine elektronische Geldbörse. Hier kann der Kunde verschiedene Karten, beispielsweise Kreditkarten oder Karten von Bonusprogrammen, zur Zahlung sowie unterschiedliche Lieferadressen hinterlegen. Beim Online-Einkauf wählt der Kunde dann innerhalb von MasterPass die gewünschte Zahlungsmethode und Lieferadresse aus (vgl. MasterPass 2017; Pache 2016: 87; Steinacker/ Krauß 2017: 943).

Weitere Beispiele nutzerkontoabhängiger Verfahren sind **postpay** der Deutschen Post, **Skrill** und **Neteller**. Auch bei diesen hinterlegt der Kunde zuerst seine gewünschte Zahlungsart beziehungsweise überweist via Kredit- oder EC-Karte Geld auf das Konto. Dann kann der Kunde das Nutzerkonto für den Einkauf im Internet nutzen. Während postpay damit wirbt, dass die eingekauften Produkte garantiert mit DHL versendet werden, kann der Kunde bei Skrill und Neteller nicht nur online bezahlen, sondern sich auch Guthaben an Geldautomaten auszahlen lassen. Neteller bietet darüber hinaus eine virtuelle Kreditkarte an, welche mit dem Benutzerkonto bei Neteller verknüpft ist. Wie der Name schon sagt, besitzt der Kunde hier keine Karte, sondern erhält

nur die Daten einer MasterCard. Diese kann er dann für den Einkauf im Internet verwenden (vgl. Deutsche Post 2016; Deutsche Post 2017; Neteller 2015; Penzel et al. 2015: 77; Skrill 2017: 1-3, 10-11). Von den Anbietern werden somit unterschiedliche Zusatzleistungen, neben der eigentlichen Zahlfunktion, angeboten.

Den Verfahren dieser Kategorie ist somit gemeinsam, dass die elektronischen Geldbörsen immer über einen externen Dienstleister angeboten werden und der Verbraucher sich zuvor bei diesem registriert sowie Zahlungs- und Lieferdaten hinterlegt. Die Zahlungsabwicklung erfolgt jeweils über den Dienstleister. Der Kunde wird immer auf die Webseite des Anbieters geleitet.

### Nutzerkontounabhängige Verfahren

Bei den nutzerkontounabhängigen elektronischen Bezahlverfahren, welche in Abbildung 6 dargestellt werden, ist eine vorherige Registrierung des Kunden nicht notwendig. Dadurch ist eine anonyme Zahlung gewährleistet und weder Verkäufer noch Zahlungsdienstleister erhalten Zahlungsinformationen des Käufers.

❖ **Abbildung 6 verdeutlicht die Zahlungsabwicklung mit nutzerkontounabhängigen elektronischen Bezahlverfahren.** | Da kein Benutzerkonto erstellt wird, handelt es sich bei diesen Bezahlverfahren um Vorkasse-Systeme, bei denen der Kunde vor dem Online-Einkauf entgeltlich einen Code oder eine Karte im stationären Handel erwerben muss. Den dort erworbenen Betrag erhält der Zahlungsdienstleister vom stationären Händler. Wählt der Kunde diese Bezahlmethode im Online-Shop aus (1), wird dieser auf die Bezahlseite des Zahlungsdienstleisters weitergeleitet (2, 3). Dort bestätigt der Kunde die Zahlung durch Eingabe des zuvor erworbenen Codes oder der Kartenummer (4) und wird anschließend wieder zurück zur Webseite des Händlers geleitet. Der Händler erhält die Bestätigung der Zahlung (5). Der Zahlungsdienstleister schreibt dann den Betrag der Bank des Händlers gut (6). Somit sind der Kunde, der Händler, der Zahlungsdienstleister, die Verkaufsstelle im stationären Handel sowie die Bank des Händlers die Akteure einer nutzerkontounabhängigen Transaktion (vgl. Meier/ Stormer 2012: 192; Stahl et al. 2015: 179; Steinacker/ Krauß 2017: 951-952).

Ein europaweit verfügbares Bezahlverfahren ohne Nutzerkonto ist die **paysafecard**. Sie kann in stationären

## 6 ZAHLUNGSABWICKLUNG MIT NUTZERKONTOUNABHÄNGIGEN ELEKTRONISCHEN BEZAHLVERFAHREN



Geschäften, wie beispielsweise Supermärkten oder Tankstellen, aber auch bei Online-Händlern erworben werden. Auf der Karte ist ein bestimmter Geldbetrag enthalten, über den der Kunde für seinen Internet-Einkauf verfügen kann. Jede Karte besitzt einen individuellen PIN-Code, welcher im Zuge der Bestellung eingegeben wird, um die Bezahlung zu autorisieren. Kunden haben die Möglichkeit kumulativ mit bis zu drei Karten zu zahlen, sollte der Kaufpreis höher als der Betrag auf einer gekauften paysafecard sein. Auch die Bezahlung in einer anderen Währung, als auf der Karte gespeichert, ist möglich (vgl. Meier/Stormer 2012: 191-192).

Auch [barzahlen.de](http://barzahlen.de) bietet ein nutzerkontounabhängiges Bezahlverfahren an. Hier erhält der Kunde nach Abschluss der Online-Bestellung einen Beleg mit Barcode. Mit diesem kann er den Betrag im stationären Handel, etwa bei beteiligten Super- oder Drogeriemärkten, begleichen. Der Online-Händler wird zeitgleich über die erfolgte Bezahlung informiert (vgl. [barzahlen.de](http://barzahlen.de) 2017).

Diese Verfahren ermöglichen somit Verbrauchern, ohne die Bekanntgabe persönlicher Daten, Zahlungen im Online-Handel zu tätigen. Selbstverständlich müssen auch hier Kunden ihre Lieferdaten an den Händler geben.

### ... ZWISCHENFAZIT

#### Große Vielfalt bei Funktionsweisen und Anbietern

So verschieden die Funktionsweisen der Zahlungsdienstleister in den drei Kategorien der elektronischen Bezahlverfahren auch sind, so ist ihr verbindendes Element die Ausführung der Zahlung über das Internet. Dies geschieht im überwiegenden Teil durch einen zwischengeschalteten Anbieter bzw. über eine weitere Internet-Seite, auf welcher der Kunde die Zahlung abwickelt.

Die Anzahl und Ausprägung der beteiligten Akteure bei den elektronischen Bezahlverfahren ist unterschiedlich. An den Zahlungsauslöse- und Initialisierungs- sowie nutzerkontoabhängigen Verfahren sind in der Regel fünf Akteure beteiligt. Der Zahlungsdienstleister fällt dagegen im Beispiel von giro pay weg. Bei den nutzerkontounabhängigen Bezahlverfahren hingegen ist die Bank des Kunden nicht Teil des Bezahlvorgangs.

Anhand der beteiligten Akteure zeigt sich, an welchen Schnittstellen Kundendaten weitergegeben werden. So hat im überwiegenden Teil der dargestellten Verfahren neben den involvierten Banken des Kunden und des Händlers auch der zwischengeschaltete Zahlungsdienstleister Zugriff auf die Kundendaten. In welchem Umfang der Dienstleister Zugriff auf personenbezogene Daten hat, ist abhängig vom jeweiligen Bezahlverfahren.

Im Beispiel des Zahlungsdienstleisters SOFORT Überweisung kann durch die Eingabe der Anmeldedaten für das Online-Banking der Hausbank das Konto des Kunden eingesehen werden. Damit erhält SOFORT Überweisung Informationen über beispielsweise die Zahlungsfähigkeit des Verbrauchers. Aktuell wird in diesem Kontext diskutiert, ob ein Bezahlverfahren bei erforderlicher Eingabe von PIN und TAN in die Eingabemaske eines Zahlungsdienstleisters als einziges kostenloses Zahlungsmittel für die Verbraucher zumutbar ist. Das Landgericht Frankfurt sah eine Zumutbarkeit nicht gegeben. Die Nutzung des Dienstes sei für den Verbraucher unzumutbar, „da er hierzu nicht nur mit einem Dritten in vertragliche Beziehungen treten muss, sondern diesem Dritten auch noch Kontozugangsdaten mitteilen muss und in den Abruf von Kontodaten einwil-

ligen muss.“ (vgl. Landgericht Frankfurt am Main, Urteil vom 24.06.2015 AZ. 2-06 O 458/14). Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main und jüngst auch das Landgericht Mannheim stellen dahingegen die „Zumutbarkeit der Zahlungsmethode allein nicht in Frage, sofern keine konkreten Missbrauchsgefahren dargestellt und nachgewiesen werden“ (vgl. Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Urteil vom 24.08.2016 AZ. 11 U 123/15). Aktuell liegt die Klärung des Sachverhaltes beim Bundesgerichtshof.

Das anonymste elektronische Bezahlverfahren ist das Nutzerkontounabhängige. Zwar sind hier fünf Akteure involviert und ein Zahlungsdienstleister zwischengeschaltet. Allerdings werden innerhalb des Bezahlvorgangs weniger Daten des Verbrauchers erfasst, da der Kunde das Guthaben anonym im stationären Handel erwerben kann. Somit erhält der Zahlungsdienstleister keine Information zur Identität des Verbrauchers. Zudem entfällt die Kommunikation zwischen dem Zahlungsdienstleister und der Bank des Kunden.

Die Darstellung der Funktionsweisen und die genannten Beispiele elektronischer Bezahlverfahren zeigen auch, dass die größte Vielfalt bei den nutzerkontoabhängigen Verfahren herrscht. Nutzerkontounabhängige Verfahren bilden dahingegen eher die Ausnahme. Um zu untersuchen, welche Relevanz die einzelnen elektronischen Bezahlverfahren für den Handel im Internet haben, wird im nachfolgenden Kapitel ein Überblick über das derzeitige Angebot gegeben.

# ANGEBOT & PRÄFERENZ AUS HÄNDLERSICHT

Wie im Vorherigen dargestellt, kann der Kunde im Internet-Handel aus einer Vielzahl unterschiedlicher elektronischer Bezahlverfahren auswählen. Nach wie vor entstehen viele neue Lösungen und bestehende Verfahren verlassen den Markt. Die Angebote werden nicht nur von der Kreditwirtschaft entwickelt, sondern auch von Unternehmen anderer Branchen, wie beispielsweise Google, Amazon oder PayPal. Auch drängen neue Unternehmen, wie beispielsweise SIX Payment Services, auf den Markt, welche sich auf das Angebot von elektronischen Bezahlverfahren spezialisiert haben (vgl. Frigge 2016: 53; Pache 2016: 85; Stahl et al. 2015: 169). Die große Anzahl an Akteuren und die Dynamik machen den Markt für elektronische Bezahlverfahren unüber-

sichtlich. Hinzu kommt, dass sich die regulatorischen Rahmenbedingungen sowie das Einkaufs- und Zahlungsverhalten der Verbraucher fortwährend ändern (vgl. Frigge 2016: 53; Pache 2016: 85). Dies macht es schwierig, eine vollständige Übersicht über die im Internet-Handel angebotenen elektronischen Bezahlverfahren zu erarbeiten.

Um dennoch einen möglichst detaillierten Überblick über vorhandene elektronische Bezahlverfahren in Deutschland zu erhalten, werden im ersten Schritt bestehende aktuelle Untersuchungen zum Angebot elektronischer Bezahlverfahren ausgewertet (**siehe Tabelle 7**).

## 7 AUSWERTUNG AKTUELLER UNTERSUCHUNGEN zum Angebot elektronischer Bezahlverfahren (n = Anzahl)

Autor, Jahr	Titel	Studienbasis
<b>Bolz et al., 2014</b>	Zukunft des Bezahlers – Einschätzungen und Trends aus Händlersicht	n = 351 Online-Händler, Online-Befragung
<b>Frigge, 2016</b>	Online-Payment 2016 – Zahlungsarten im E-Commerce, Strategien, Herausforderungen und Perspektiven	n = 78 Online-Händler, Online-Befragung
<b>Groß et al., 2012</b>	Der Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Händler – Ergebnisse der Umfrage IZH6	n = 619 Mitarbeiter von Unternehmen bzw. selbstständige Online-Händler, Online-Befragung
<b>Rodenkirchen et al., 2009</b>	Internet-Zahlungsverfahren aus Sicht der Händler: Ergebnisse der Umfrage IZH5 – Vorab-Kurzauswertung ausgewählter Aspekte	n = 315 Online-Händler, Online-Befragung
<b>Weinfurtner et al., 2012</b>	E-Payment-Barometer Oktober 2012 – Fokus: Bezahlen über Intermediäre	n = 328 Online-Händler, Online-Befragung
<b>Weinfurtner et al., 2011</b>	Zahlungsabwicklung im E-Commerce – Fakten aus dem deutschen Online-Handel	n = 412 Online-Händler, Online-Befragung
<b>Wittmann et al., 2012</b>	Die Qual der Wahl – Wie Online-Händler ihre Zahlungsverfahren auswählen	n = 297 Online-Händler, Online-Befragung

Wenn auch das Angebot und die Nutzung klassischer Bezahlverfahren im Internet-Handel überwiegen<sup>13</sup>, so etablieren sich elektronische Bezahlverfahren<sup>14</sup> zunehmend und werden heute von zahlreichen Online-Händlern angeboten. PayPal war nach dem Kauf auf Rechnung das zweitumsatzstärkste Bezahlverfahren im Jahr 2015 und generierte gemessen am Gesamtumsatz der Händler ein Fünftel des Umsatzes (vgl. Frigge 2016: 25). Im Jahr 2014 gaben 70 Prozent der Händler an, PayPal als Bezahlmöglichkeit anzubieten (vgl. Bolz et al. 2014: 34). Zudem bewerteten über die Hälfte der Befragten PayPal als eines der wichtigsten Bezahlverfahren für ihr Internet-Geschäft in den nächsten fünf Jahren (vgl. Bolz et al. 2014: 52). Die Befragung von Frigge (2016) verdeutlicht die Entwicklung und zunehmende Verbreitung von PayPal. So waren es im Jahr 2016 schon 89 Prozent der Händler, die eine elektronische Geldbörse zum Bezahlen zur Verfügung stellten. Von diesen boten zu 99 Prozent PayPal als Dienst an (vgl. Frigge 2016: 21).

Auch die elektronischen Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren erfahren eine zunehmende Verbreitung im Handel. So gaben 36 Prozent der 2014 befragten Internet-Händler an, die Zahlung mit SOFORT Überweisung anzubieten (vgl. Bolz et al. 2014: 34). Die Bezahlung mit giro pay war 2014 bei zehn Prozent der Händler möglich (vgl. Bolz et al. 2014: 34). Im Jahr 2015 gaben 60 Prozent der Online-Händler an, Lösungen wie SOFORT Überweisung oder giro pay anzubieten (vgl. Frigge 2016: 24). Im Vergleich zum Vorjahr wurden diese Verfahren damit 2015 häufiger angeboten als noch im Vorjahr (+3,5 Prozentpunkte) (vgl. Frigge 2016: 23). Der Anteil des Gesamtumsatzes im Internet-Handel mit SOFORT Überweisung lag im Jahr 2015 bei 2,5 Prozent (vgl. Frigge 2016: 25).

Alle weiteren elektronischen Bezahlverfahren sind bis dato im Internet-Handel eher gering verbreitet. Den am

.....  
13 Anteile der Zahlungsarten gemessen am Umsatz des deutschen E-Commerce 2015: Gesamtanteil klassischer Verfahren 75,9 Prozent: davon Kauf mit Rechnung (29 Prozent), Lastschrift oder Bankeinzug (19,3 Prozent), Kreditkarte (12 Prozent), Überweisung bzw. Vorauskasse (7,1 Prozent), Finanzierung/ Ratenkauf (3,8 Prozent), Nachnahme (2,4 Prozent) und Zahlung bei Abholung (2,3 Prozent) (vgl. EHI Retail Institute 2016).

14 Anteile der Zahlungsarten gemessen am Umsatz des deutschen E-Commerce 2015: Gesamtanteil elektronischer Bezahlverfahren 23,2 Prozent: davon PayPal (19,6 Prozent), SOFORT Überweisung (2,5 Prozent) und Amazon Payments (1,1 Prozent) (vgl. EHI Retail Institute 2016).

deutschen Markt im Jahr 2011 gestarteten Bezahldienst Amazon Payments boten im Jahr 2012 zehn Prozent der befragten Anbieter an (vgl. Groß et al. 2012: 26). Im Jahr 2015 setzte Amazon Payments 1,1 Prozent des Gesamtumsatzes im deutschen Internet-Handel um (vgl. Frigge 2016: 25). Skrill war 2012 bei zirka sieben Prozent der Anbieter verfügbar, Prepaid-Karten wurden bei drei Prozent und Google Checkout<sup>15</sup> bei einem Prozent der Händler angeboten (vgl. Groß et al. 2012: 26).

Die eingangs erwähnte hohe Dynamik am Markt spiegelt sich in den Untersuchungen wider: So gaben im Jahr 2014 31 Prozent der befragten Internet-Händler an, im vorherigen Jahr ein neues Bezahlverfahren in ihren Online-Shop aufgenommen zu haben, und 14 Prozent hatten sich von einem Bezahlverfahren getrennt (vgl. Bolz et al. 2014: 7). Neu hinzugekommen waren vor allem PayPal und SOFORT Überweisung, während die Lastschrift weniger oft angeboten wurde (vgl. ebenda). Auch zeigt sich, dass klassische Bezahlverfahren (mit Ausnahme der Kreditkarte und Zahlung bei Abholung) von den Online-Händlern im Vergleich zum Vorjahr weniger häufig zur Verfügung gestellt wurden. Im Gegenzug stieg das Angebot an Verfahren im Bereich der elektronischen Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren um 3,5 Prozentpunkte (vgl. Frigge 2016: 23).

Nachfolgend werden die Gründe der Internet-Händler für die Nutzung eines elektronischen Bezahlverfahrens genauer beleuchtet. In der Untersuchung von Groß et al. aus dem Jahr 2012 benannten die Internet-Händler insbesondere die Verbreitung des Bezahlverfahrens bzw. die Nutzungsmöglichkeit durch viele Verbraucher als Hauptargument zur Einführung eines Verfahrens. Weitere wichtige Argumente für die Nutzung eines Verfahrens sind ein geringes Zahlungsausfallrisiko für den Händler selbst sowie ein hoher Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad bei den Kunden. Aber auch geringe fixe und variable Kosten des Bezahlverfahrens für den Händler sowie das schnelle Eintreffen der Zahlungen werden als wichtig bewertet (vgl. Groß et al. 2012: 45). Im Jahr 2014 war es insbesondere die Kundensicht, die für die Händler von Bedeutung war: So benennen über die Hälfte der Händler die Verbreitung des Bezahlverfahrens sowie das starke Interesse der Kunden als Grund für die Einführung eines neuen Bezahlverfahrens. Günstige Kosten des Be-

.....  
15 Google Checkout wurde zum 21.11.2013 eingestellt und durch Google Wallet ersetzt.

zahlverfahrens waren für zirka ein Drittel der befragten Händler Grund zur Einführung (vgl. Bolz et al. 2014: 37). In der Untersuchung von Frigge waren es die Benutzerfreundlichkeit und Datensicherheit, die als wesentliche Faktoren bei der Wahl eines Bezahlverfahrens durch die Händler benannt wurden. Weiterhin werden Gründe wie geringe Aufwände in Bezug auf Abwicklung, Kosten und Wartung zur Aufnahme eines neuen Bezahlverfahrens als wichtig benannt (vgl. Frigge 2016: 22).

Die Bewertung einzelner Bezahlverfahren zeigt: Die Kosten für giropay und Amazon Payments wurden seitens der Händler im Jahr 2012 als hoch bewertet (vgl. Groß et al. 2012: 43). PayPal bekommt in den Kategorien Kundenakzeptanz und Schutz vor Zahlungsausfall von den Händlern gute Noten, während die Kosten auch als eher hoch bewertet werden (vgl. Bolz et al. 2014: 48). SOFORT Überweisung wird von den Internet-Händlern als sehr gut beim Schutz vor Zahlungsausfall beschrieben. Allerdings werden auch hier die Kosten nur durchschnittlich und die Kundenakzeptanz sogar unterdurchschnittlich bewertet (vgl. ebenda).

### AKTUELLE ANGEBOTE ELEKTRONISCHER BEZAHLVERFAHREN AM MARKT

Da die vorliegenden Untersuchungen zum Teil mehrere Jahre alt und die Marktdynamik hoch ist, wurden ergänzend eigene Recherchen bei Internet-Händlern durchgeführt. Dies ermöglicht, ein aktuelles Gesamtbild des deutschen Marktes für elektronische Bezahlverfahren im Sinne vorgenannter Definition zu erhalten.

Von den in der Untersuchung berücksichtigten 100 Content- und Service-Anbietern boten 18 keine Bezahlverfahren an, da sie keine kostenpflichtigen Inhalte oder Dienstleistungen bereitstellen. Mit 123people.de hatte ein Anbieter sein Geschäft eingestellt. Somit wurden insgesamt 100 Online-Shops sowie 81 Content- bzw. Service-Anbieter und damit insgesamt 181 Anbieterseiten in die Auswertung einbezogen.

Die untersuchten Online-Händler hatten 2015 zusammen einen Umsatz von über 24 Mrd. € (vgl. Statista 2015). Der Gesamtumsatz im E-Commerce in Deutschland betrug im selben Jahr 46,9 Mrd. € (vgl. bevh 2016: 3). Somit vereinen die untersuchten Händler mehr als die Hälfte des Online-Handels des Jahres 2015 auf sich. Bei den Content- und Service-Webseiten reicht

die Spannbreite des Umsatzes der untersuchten Seiten von über 1 Mrd. bis 15 Mio.<sup>16</sup> Alle weiteren Content- und Service-Anbieter hatten einen geringeren Umsatz (vgl. Statista 2014). Dies verdeutlicht, dass sowohl die untersuchten Online-Händler als auch die Content- und Service-Anbieter einen bedeutenden Teil des Marktes abdecken. Somit stellen sie eine geeignete Grundlage für die Ermittlung der Marktrelevanz einzelner elektronischer Bezahlverfahren dar.

### METHODIK ZUR ERMITTLUNG DER ANGEBOTENEN ELEKTRONISCHEN BEZAHLVERFAHREN

Die Erhebung der Bezahlverfahren erfolgte mittels Online-Recherche im Zeitraum vom 07.–08.03.2017. Es wurden die jeweils 100 umsatzstärksten Online-Händler in Deutschland im Jahr 2015 (vgl. Statista 2015) sowie Content- und Service-Anbieter in Deutschland im Jahr 2014 (vgl. Statista 2014) untersucht.

#### Folgende Schritte wurden durchgeführt:

- Recherche auf der Startseite nach verfügbaren Bezahlverfahren
- Alternativ: Recherche in den AGBs nach verfügbaren Bezahlverfahren
- Alternativ: Kauf und Nutzung des Warenkorbes, um angebotene Bezahlverfahren zu ermitteln
- Erhebung aller angebotenen Bezahlverfahren

Die Online-Händler bieten im Durchschnitt fünf Bezahlmöglichkeiten an. Die Content- und Service-Anbieter stellen im Durchschnitt jeweils drei Bezahlmethoden zur Verfügung. Auch hier zeigt sich: Die klassischen Bezahlverfahren spielen im Online-Handel und bei den Content- und Service-Anbietern nach wie vor eine gewichtige Rolle. So werden beispielsweise die Bezahlung mit

<sup>16</sup> Da die Webseiten von Statista (2014) in Umsatzklassen eingeteilt werden, kann eine genaue Bezifferung des Umsatzes analog zu den Online-Händlern nicht erfolgen.

## 24 | Angebot & Präferenz aus Händlersicht

Kreditkarte von 94 Prozent, die Zahlung per Lastschrift von 56 Prozent und die Zahlung auf Rechnung von 46 Prozent der berücksichtigten Händler angeboten.

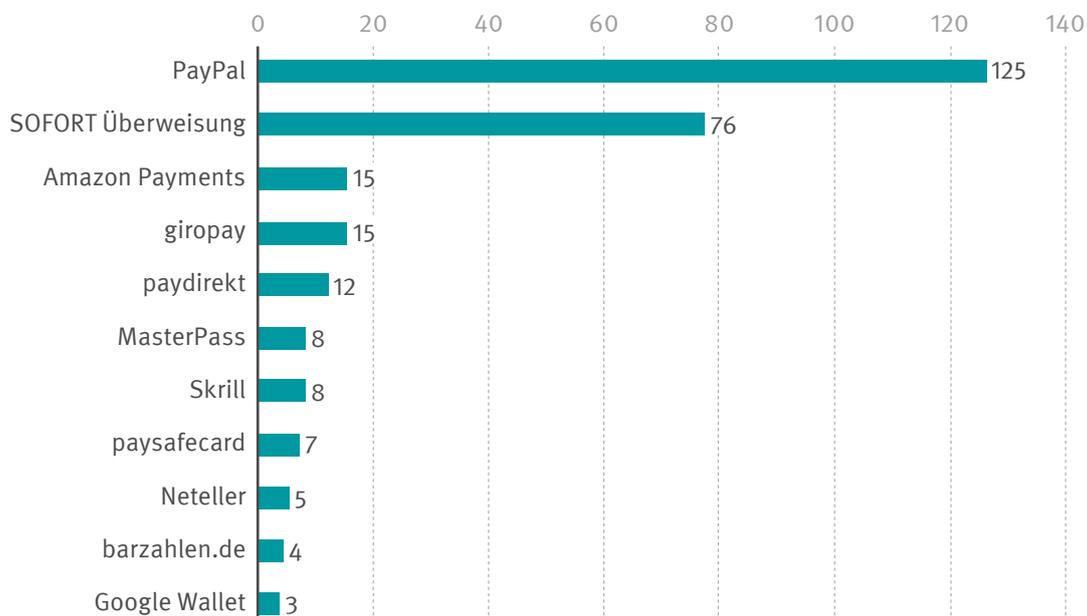
Auf den Seiten der Online-Händler werden häufiger elektronische Bezahlverfahren angeboten als auf den Seiten der Content- und Service-Anbieter. So bieten die 100 Online-Händler im Durchschnitt zwei elektronische Bezahlverfahren an, während die Content- und Service-Anbieter ihren Kunden durchschnittlich ein elektronisches Bezahlverfahren zur Auswahl stellen.

…❖ **Abbildung 8 stellt dar, welche elektronischen Bezahlverfahren derzeit bei Online-Händlern sowie Content- und Service-Anbietern verfügbar sind.** | Es bestätigt sich, dass PayPal das am häufigsten angebotene Verfahren seitens des Handels ist, so bieten 125 der 181 untersuchten Händler (69 Prozent) das Verfahren ihren Kunden an. Auch die SOFORT Überweisung hat sich fest am Markt etabliert: 42 Prozent der Händler stellen dieses Zahlverfahren zur Verfügung. Mit elektronischen

Bezahlverfahren wie Amazon Payments, giropay und paydirekt kann bei sieben bis acht Prozent der untersuchten Online-Angebote gezahlt werden. Verfahren wie barzahlen.de, Google Wallet, MasterPass, paysafecard, Skrill und Neteller sind bei weniger als fünf Prozent der Anbieter zu finden und damit bislang eher selten im Online-Markt vertreten.

…❖ **Abbildung 9 verdeutlicht, wie sich die angebotenen elektronischen Bezahlverfahren auf die Kategorien elektronische Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren, nutzerkontoabhängige und nutzerkontounabhängige Bezahlverfahren verteilen.** | Der größte Anteil, 59 Prozent, entfällt auf die nutzerkontoabhängigen Bezahlverfahren. Dies lässt sich einerseits durch die große Anzahl der Verfahren mit Nutzerkonto erklären: Von den angebotenen elf elektronischen Bezahlverfahren im Handel entfallen mit PayPal, Amazon Payments, MasterPass, Skrill, Neteller und Google Wallet sechs auf diese Kategorie. Andererseits trägt die Angebotsfrequenz der einzelnen Verfahren zur klaren Dominanz

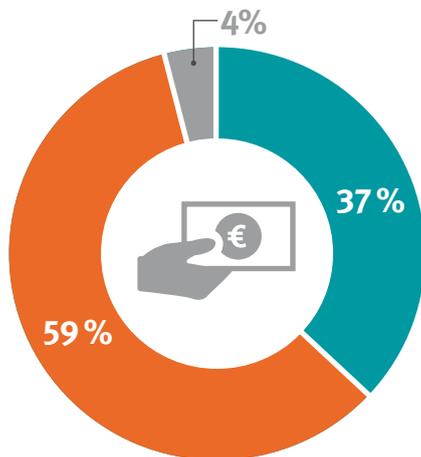
### 8 ANZAHL VERFÜGBARER ELEKTRONISCHER BEZAHLVERFAHREN BEI ONLINE-HÄNDLERN SOWIE CONTENT- UND SERVICE-ANBIETERN



**Basis:** 181 Online-Händler sowie Content- und Service-Anbieter.

der Kategorie bei. Elektronische Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren nehmen einen Anteil von 37 Prozent ein. Die nutzerkontounabhängigen Bezahlverfahren sind von eher geringer Relevanz und nehmen einen Anteil von 4 Prozent ein. Die paysafecard wurde insgesamt von sieben und barzahlen.de von vier Anbietern als Zahlungsmethode angeboten.

### 9 VERTEILUNG ANGEBOTENER ELEKTRONISCHER BEZAHLVERFAHREN BEI ONLINE-HÄNDLERN SOWIE CONTENT- UND SERVICE-ANBIETERN AUF DIE DREI KATEGORIEN (FUNKTIONSWEISEN)



- Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren
- Nutzerkontoabhängiges Verfahren
- Nutzerkontounabhängiges Verfahren

**Basis:** 181 Online-Händler sowie Content- und Service-Anbieter

### ... ZWISCHENFAZIT

#### Online-Händler bieten eine Breite an elektronischen Verfahren an – es zeichnen sich jedoch Konzentrationstendenzen ab

Das Ergebnis zeigt, dass sich im Online-Markt mindestens elf Anbieter elektronischer Bezahlverfahren etabliert haben: Amazon Payments, barzahlen.de, giropay, Google Wallet, MasterPass, Neteller, paydirekt, PayPal, paysafecard, Skrill und SOFORT Überweisung. Diese werden mindestens bei einem der 181 umsatzstärksten Online-Händler bzw. Content- und Service-Anbieter den Kunden angeboten.

Die Relevanz der Verfahren am Markt ist jedoch unterschiedlich hoch: So ist PayPal das am weitesten verbreitete elektronische Bezahlverfahren und dominiert klar den Markt. Auch die Möglichkeit der SOFORT Überweisung bieten viele Händler an. Alle weiteren elektronischen Bezahlverfahren werden vergleichsweise selten angeboten. Dieser Befund wird durch Umfragen bei den Online-Händlern bestätigt. Das Angebot nutzerkontoabhängiger elektronischer Bezahlverfahren ist im Vergleich zu elektronischen Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren sowie nutzerkontounabhängigen Verfahren groß. Die Händlerumfragen zeigen, dass die Kunden für die Auswahl der angebotenen Bezahlverfahren eine entscheidende Rolle spielen. Auch die Kosten eines Bezahlverfahrens sind – nach Händlermeinung – relevant bei der Entscheidung für die Einführung eines Verfahrens (vgl. Bolz et al. 2014: 48). Wie Verbraucher die angebotenen elektronischen Bezahlverfahren nutzen, welche sie im Einzelnen verwenden, welche Gründe gegen eine Nutzung sprechen und welche Ansprüche sie an die Sicherheit ihrer Daten haben, wird im nächsten Kapitel untersucht.

## WUNSCH & WIRKLICHKEIT DER VERBRAUCHER

Neben dem Angebot von elektronischen Bezahlverfahren durch die Internet-Händler bestimmt die tatsächliche Nachfrage durch die Verbraucher die Entwicklung des Markts. Wie bisherige Verbraucherstudien zeigen, haben sich die elektronischen Bezahlverfahren in den letzten Jahren nicht nur bei den deutschen Händlern, sondern auch unter Verbrauchern etabliert (**siehe Tabelle 10**).

Bereits 2013 gab mit 91 Prozent fast jeder Internet-Nutzer an, PayPal als Zahlungsverfahren zumindest zu kennen (vgl. Weinfurter et al. 2013: 21). Ebenso waren die Zahlung per SOFORT Überweisung (77 Prozent), ClickandBuy (61 Prozent) sowie giropay (59 Prozent) der Mehrheit der Online-Käufer ein Begriff (vgl. ebenda).

Nicht nur die Bekanntheit, sondern auch die Nutzung von elektronischen Bezahlverfahren ist hoch. Laut einer Verbraucherstudie der Creditreform Boniversum GmbH

sowie des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) im Jahr 2015 verwendete deutlich mehr als jeder dritte Online-Käufer (43 Prozent) ein elektronisches Bezahlverfahren wie PayPal, SOFORT Überweisung oder giropay beim Internet-Kauf der letzten 12 Monate. Der Nutzungsanteil der elektronischen Bezahlverfahren stieg damit von 2011 bis 2015 um 17 Prozentpunkte (vgl. Boniversum/bevh 2016: 1).

Vor allem nutzerkontoabhängige Bezahlverfahren liegen laut neuesten Umfragen der Bitkom in der Gunst der Verbraucher vorn. Während 2013 etwas mehr als die Hälfte (52 Prozent) der Kunden einen elektronischen Bezahlendienst wie PayPal oder Amazon Payments nutzte (vgl. Bitkom 2014), liegt dieser Anteil zum Ende des Jahres 2016 bei mehr als zwei Dritteln (67 Prozent) der Online-Käufer (vgl. Bitkom 2017).

### 10 VERBRAUCHERSTUDIEN

zum Angebot elektronischer Bezahlverfahren (n = Anzahl)

Autor, Jahr	Titel	Studienbasis
Bitkom, 2017	Bezahlen im Internet	n = 1.114 Online-Käufer, Online-Befragung (Cawi)
Boniversum/bevh, 2016	Genutzte Bezahlverfahren von Verbrauchern im Online- und Versandhandel	n = 1.032 Internet-Nutzer; Online-Befragung (Cawi)
Statistisches Bundesamt, 2016	Wirtschaftsrechnungen. Private Haushalte in der Informationsgesellschaft - Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien	n = 11.553 private Haushalte, schriftliche Befragung
ECC & IFH Köln, 2016	ECC-Payment-Studie Vol. 20 - Der Internetzahlungsverkehr aus Sicht der Händler und Verbraucher	n = 883 Online-Käufer, Online-Befragung (Cawi)
Deutsche Bundesbank, 2015	Zahlungsverhalten in Deutschland 2014. Dritte Studie über die Verwendung von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten	n = 2.036 Personen, Interview (Capi) und Tagebuch
Bitkom, 2014	Trends im E-Commerce – Konsumverhalten beim Online-Shopping	n = 1.063 Internet-Nutzer, Online-Befragung (Cawi)
Weinfurter et al., 2013	Erfolgsfaktor Payment - Der Einfluss der Zahlungsverfahren auf Ihren Umsatz	n = 1.060 Internet-Nutzer, Online-Befragung (Cawi)
ECC & IFH Köln, 2013	Aktuelle Trends und Entwicklungen im Online-Payment aus Konsumentensicht	n = 503 Internet-Nutzer, Online-Befragung (Cawi)

PayPal positioniert sich im Vergleich der Anbieter an der Spitze. Bereits 2013 gaben nahezu drei Viertel (70 Prozent) der Internet-Käufer an, schon einmal PayPal zum Bezahlen verwendet zu haben. SOFORT Überweisung wurde von knapp einem Drittel (32 Prozent); giropay (21 Prozent) und Amazon Payments (18 Prozent) von etwa jedem fünften Online-Käufer schon zum Bezahlen verwendet. Skrill und Google Wallet wurden mit 3 Prozent nur selten genutzt (vgl. Weinfurter et al. 2013: 22). Forciert durch Neuentwicklungen der Anbieter von Bezahlfverfahren sowie ein wechselndes Angebot durch die Händler (vgl. Bolz et al. 2014: 7; Frigge 2016: 23) zeigt sich der Markt auch auf Verbraucherseite äußerst dynamisch. Das im November 2015 gestartete Verfahren paydirekt verwendete Ende des Jahres 2016 nahezu jeder zehnte Online-Käufer (9 Prozent) (vgl. Bitkom 2017).

Der Verbraucher kann bei jedem Einkauf neu wählen, wie er die Bezahlung seines Online-Kaufs abwickeln möchte. Wie eine Tagebuchstudie der Deutschen Bundesbank zeigt, werden elektronische Bezahlfverfahren insbesondere für höhere Beträge ab 500 € vom Verbraucher gewählt (vgl. Deutsche Bundesbank 2015: 31). Neben der Höhe des Kaufpreises ist es die Nutzungsfreundlichkeit des Bezahlfverfahrens, die Online-Käufer als entscheidungsrelevant benennen (vgl. Weinfurter et al. 2013: 36). Besonders PayPal liegt hier vorn: Im Vergleich der Zahlungsarten empfinden mit 27 Prozent die meisten Online-Käufer das Bezahlen via PayPal am einfachsten – noch vor dem Kauf auf Rechnung (20 Prozent) (vgl. ebenda: 26).

Der regen Nutzung entgegen steht die Einschätzung zur Sicherheit: Nur etwa jeder Zehnte empfindet andere Bezahlmethoden als den Kauf auf Rechnung als sicher (vgl. ebenda). Dabei legt mehr als jeder fünfte Online-Käufer beim genutzten Zahlverfahren Wert auf eine hohe Datensicherheit (vgl. ebenda: 36).

Zur Klärung, wie Verbraucher diesen Aspekt beim elektronischen Bezahlen wahrnehmen und welche elektronischen Bezahlfverfahren sie derzeit verwenden, wurde im Herbst 2016 in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa eine bundesweite, repräsentative Befragung unter 1.619 Online-Käufern im Alter ab 18 Jahren in Deutschland durchgeführt.



## DREI VIERTEL DER ONLINE-KÄUFER NUTZEN ELEKTRONISCHE BEZAHLDIENSTLEISTER

Aktuell geben mehr als drei von vier (77 Prozent) der befragten Online-Käufer im Alter ab 18 Jahren an, zumindest gelegentlich elektronische Bezahlfverfahren wie PayPal, Amazon Payments oder giropay zu verwenden. In etwa jeder Vierte (23 Prozent) nutzte bisher kein E-Payment.



### METHODIK VERBRAUCHERBEFRAGUNG

n = 1.619 Online-Käufer ab 18 Jahren



**Computergestütztes Telefoninterview (CATI) mittels strukturierter Fragebögen<sup>17</sup>** erhoben vom 29. September bis 10. Oktober 2016.

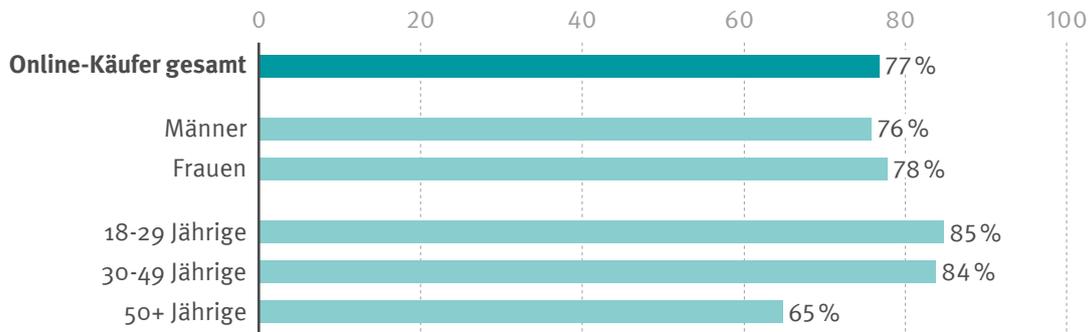
Befragt wurden sowohl Online-Käufer, die E-Payment nutzen (Nutzer), als auch diejenigen, die keine elektronischen Bezahlfverfahren verwenden (Nicht-Nutzer).

Nutzer gaben Auskunft darüber, ob und wann sie sich über den Umgang mit ihren Daten seitens der Bezahlendienstleister informiert haben und was sie bezüglich der Erhebung, Speicherung, Verarbeitung und Nutzung personalisierter Daten durch die Bezahlendienstleister wissen und wünschen. Nicht-Nutzer erklärten ihre Gründe, keine elektronischen Bezahlfverfahren zu verwenden.

*Anmerkung: Stichprobe ist repräsentativ für deutsche Online-Käufer ab 18 Jahren, die statistische Fehlertoleranz in der Gesamtstichprobe +/- 2,5 Prozentpunkte.*

<sup>17</sup> Der Fragebogen ist abrufbar unter [www.marktwaechter.de/digitale-welt/marktbeobachtung/bezahlen-im-internet](http://www.marktwaechter.de/digitale-welt/marktbeobachtung/bezahlen-im-internet)

**11 NUTZUNGSHÄUFIGKEIT ELEKTRONISCHER BEZAHLVORFAHREN NACH DEMOGRAFISCHEN GRUPPEN**



**Basis:** Online-Käufer n=1.619 | Männer n=858, Frauen n=761; 18-29 Jährige n=366, 30-49 Jährige n=625, 50+ Jährige n=628 | Angaben in Prozent: Zustimmung. **Frage:** Wenn Sie an das Einkaufen und Bezahlen im Internet denken: Nutzen Sie zumindest gelegentlich einen Bezahl Dienstleister, wie zum Beispiel PayPal, Amazon Payment oder giro pay bei der Bezahlung von Waren und Dienstleistungen, die Sie im Internet kaufen?

Abbildung 11 verdeutlicht, dass Verbraucher bis 49 Jahren (85 Prozent) häufiger die Möglichkeit nutzen, ihren Kauf via elektronischem Bezahlverfahren zu tätigen, als die Generation über 50 Jahren (65 Prozent). Frauen und Männer nutzen die Bezahlverfahren in nahezu gleichem Umfang.

**PayPal wird am häufigsten genutzt**

Im Durchschnitt nannten die befragten Nutzer elektronischer Bezahlverfahren je zwei Anbieter, die sie in der Vergangenheit zur Abwicklung ihres Online-Kaufs verwendet haben.

Am häufigsten wurde PayPal (74 Prozent) angegeben. Jeder Zweite (49 Prozent) gab an, zumindest gelegentlich SOFORT Überweisung verwendet zu haben. Ein Viertel der Nutzer (25 Prozent) bezahlte schon einmal via Amazon Payments. Die Anbieter giro pay (11 Prozent) und paysafecard (9 Prozent) wurden in etwa von jedem Zehnten, paydirekt (8 Prozent) und MasterPass (7 Prozent) ca. von jedem dreizehnten Nutzer eines elektronischen Bezahlverfahrens bereits einmal verwendet. Weitere Anbieter wie postpay, Skrill oder Google Wallet sind unter Online-Käufern, die elektronische Bezahlverfahren verwenden, weniger verbreitet (<3 Prozent) (vgl. Abbildung 12).

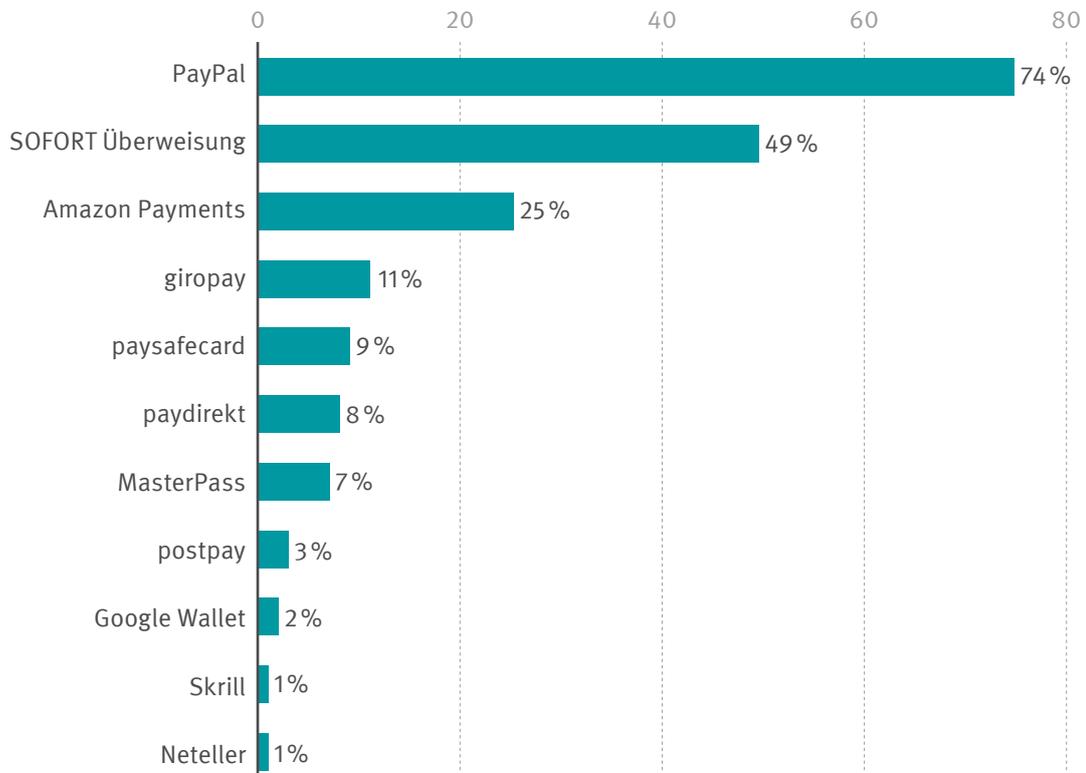
**Männer präferieren PayPal**

Innerhalb der soziodemografischen Gruppen zeigen sich Unterschiede hinsichtlich der Nutzung der einzelnen Bezahlverfahren. So wird PayPal von Männern (80 Prozent) häufiger als von Frauen (67 Prozent) als genutzter Anbieter benannt. Ebenso die paysafecard: Diese nutzten 15 Prozent der Männer und nur drei Prozent der Frauen. Die Verwendung der Anbieter elektronischer Bezahlverfahren variiert auch nach dem Alter der Nutzer. So besitzen paysafecard und giro pay eine höhere Nutzerquote unter Befragten im Alter bis 29 Jahren (21 Prozent paysafecard bzw. 19 Prozent giro pay), während beide Verfahren von Nutzern ab 30 Jahren höchstens von jedem Zehnten verwendet werden. Online-Käufer im Alter von 30 bis 49 Jahren nutzen dagegen häufiger PayPal (80 Prozent) zur Abwicklung ihrer Zahlung.

**Nutzerkontoabhängige Bezahlverfahren dominieren**

In Bezug auf die im Kapitel „Elektronische Bezahlverfahren im Internet-Handel“ vorgestellten Kategorien zeigt sich, dass mit 59 Prozent die Mehrheit der Nennungen auf nutzerkontoabhängige Bezahlverfahren entfällt. Elektronische Zahlungsauslöse- und Initialisierungsverfahren stellen etwas mehr als ein Drittel

## 12 HÄUFIGKEIT DER NENNUNG GENUTZTER ANBIETER ELEKTRONISCHER BEZAHLVERFAHREN



**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Angaben in Prozent. **Frage:** Ich nenne Ihnen nun ein paar Zahlungsmöglichkeiten, die unter den Begriff ‚Bezahldienstleister‘ fallen. Bitte sagen Sie mir, welche sie davon schon mal genutzt haben? (offene Frage mit vorcodierten Antworten, Mehrfachnennungen möglich).

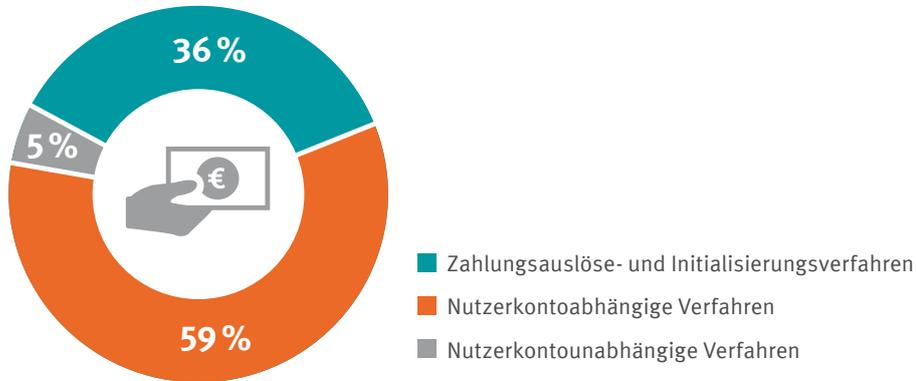
(36 Prozent) des derzeitigen nutzerseitigen Marktes. Nutzerkontounabhängige Bezahlverfahren besitzen mit 5 Prozent dagegen eine geringe Verbreitung unter den Verbrauchern (vgl. **Abbildung 13, Seite 30**). Die Nutzungsanteile decken sich nahezu mit der Verteilung des Angebotes der Händler (vgl. S. 25).

### Unsicherheit und Angst um persönliche Daten sind größte Bedenken der Nicht-Nutzer

Nahezu ein Viertel (23 Prozent) der befragten Online-Käufer nutzte bisher noch keine elektronischen Bezahlverfahren. Insbesondere Online-Käufer ab 50 Jahren (35 Prozent) sahen bisher von der Verwendung der elektronischen Bezahlverfahren ab.

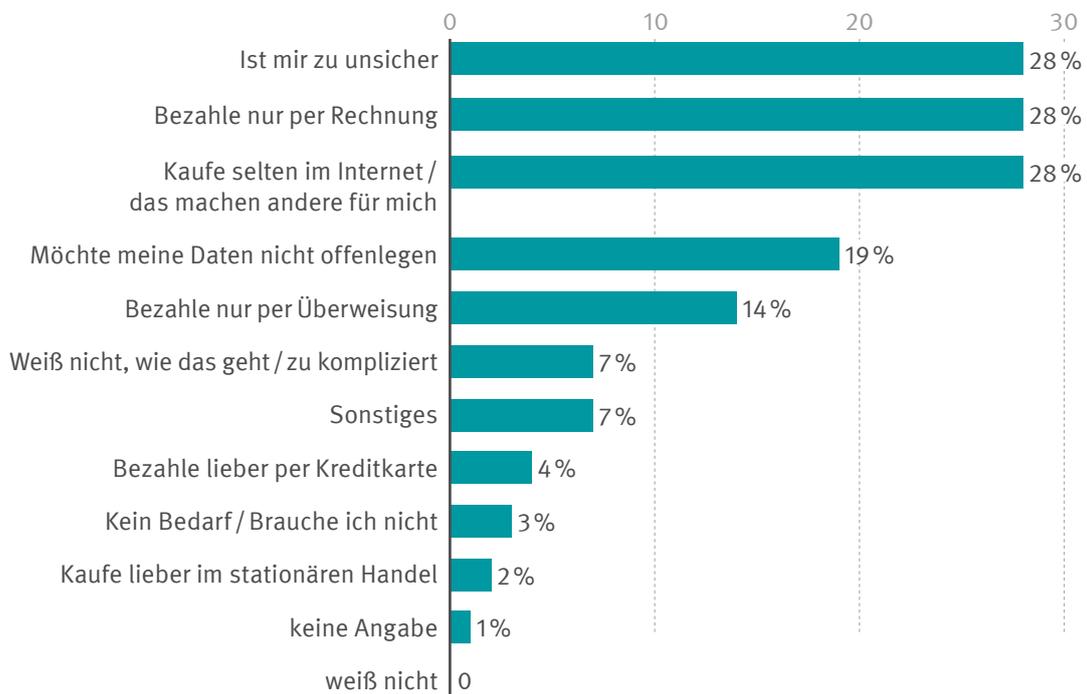
Als Grund gegen die Bezahlung via elektronische Bezahlverfahren führen Nicht-Nutzer am häufigsten die persönliche Einschätzung der Verfahren als zu unsicher (28 Prozent) an. Ein deutlicher Teil der Nicht-Nutzer zieht zudem klassische Bezahlverfahren wie Rechnung (28 Prozent), Überweisung (14 Prozent) oder Kreditkarte (4 Prozent) der elektronischen Bezahlung vor. Weiterhin benennt ein Viertel der Nicht-Nutzer das seltene eigene Einkaufen im Internet oder den Kauf durch andere (28 Prozent) als Grund für den Verzicht auf elektronische Bezahlung. Für nahezu jeden Fünften (19 Prozent) steht das Widerstreben, persönliche Daten offenzulegen einer Verwendung der elektronischen Bezahlssysteme entgegen (vgl. **Abbildung 14, Seite 30**).

**13 ANTEIL DER KATEGORIEN AN DEN DERZEIT VON ONLINE-KÄUFERN GENUTZTEN ELEKTRONISCHEN BEZAHLVERAHREN**



**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Angaben in Prozent: Zuordnung der Nennungen. **Frage:** Ich nenne Ihnen nun ein paar Zahlungsmöglichkeiten, die unter den Begriff ‚Bezahldienstleister‘ fallen. Bitte sagen Sie mir, welche sie davon schon mal genutzt haben? (offene Frage mit vorcodierten Antworten, Mehrfachnennungen möglich).

**14 HÄUFIGKEIT DER NENNUNG ALS GRUND GEGEN EINE NUTZUNG**



**Basis:** Nicht-Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=374 | Angaben in Prozent. **Frage:** Aus welchen Gründen nutzen Sie keine Bezahl Dienstleister wie zum Beispiel PayPal, Amazon Payment oder giro pay bei der Bezahlung von Waren und Dienstleistungen, die Sie im Internet kaufen? (offene Frage, Mehrfachnennungen möglich).

## Insbesondere die 30 bis 49-Jährigen empfinden elektronisches Bezahlen als zu unsicher

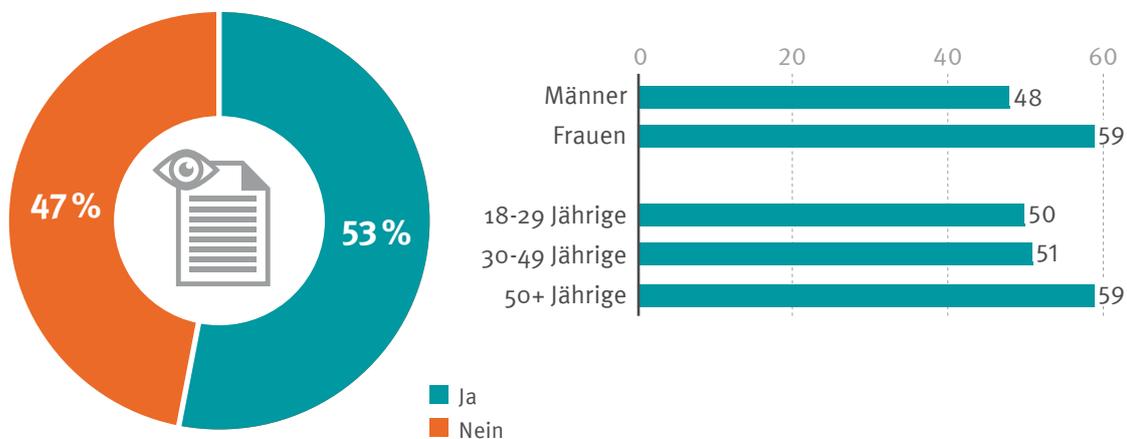
Die Preisgabe ihrer Daten schreckt insbesondere Männer (24 Prozent) sowie Befragte im Alter ab 50 Jahren (22 Prozent) von der Nutzung ab. In der Gruppe der 18 bis 29-Jährigen stellt dies dagegen deutlich seltener (9 Prozent) einen Grund gegen eine Zahlung mittels elektronischer Bezahlverfahren dar. Für die Gruppe der 30 bis 49-Jährigen ist mit mehr als einem Drittel der Nicht-Nutzer (37 Prozent) die empfundene Unsicherheit das größte Hemmnis zur Nutzung elektronischer Bezahlverfahren.

## Jeder zweite Nutzer meint die Datenschutzerklärungen seines Anbieters zu kennen

Mehr als die Hälfte der Nutzer (53 Prozent) elektronischer Bezahlverfahren gibt an, die Datenschutzerklärungen mindestens eines der genutzten elektronischen Bezahlverfahren gelesen zu haben. Dies deckt sich mit Ergebnissen weiterer Untersuchungen (vgl. Bitkom 2015: 10, DIVSI 2014: 18). Beide Studien fragten darüber hinaus, in welchem Umfang die Datenschutzerklärungen gelesen werden. Hier zeigt sich, dass ein großer Anteil der Befragten angibt, diese nur „zu überfliegen“ (vgl. ebenda).

... Wie Abbildung 15 verdeutlicht, geben Befragte ab 50 Jahren (59 Prozent) am häufigsten an, die Bestimmungen zu lesen. Männer (48 Prozent) geben im Vergleich zu den Frauen (59 Prozent) seltener an, sich zu informieren.

### 15 ANTEIL DER LESER DER DATENSCHUTZERKLÄRUNG



**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Männer n=649, Frauen n=597; 18-29 Jährige n=310, 30-49 Jährige n=527, 50+ Jährige n=409 | Angaben in Prozent. **Frage:** Haben Sie von mindestens einem Bezahldienstleister die Datenschutzbestimmungen gelesen?

### Ein Drittel der Leser empfindet die Datenschutzerklärung als „nicht hilfreich“

Von den Nutzern der elektronischen Bezahlverfahren, die angeben, die Datenschutzerklärungen gelesen zu haben, tat dies der Großteil (87 Prozent) vor der Nutzung.

Die Mehrheit (65 Prozent) derjenigen, die die Datenschutzerklärung gelesen haben, empfand die angebotene Information über den Umgang mit den persönlichen Daten dabei „sehr“ und „eher hilfreich“. Jedoch ist jeder Dritte (35 Prozent), der die Datenschutzerklärungen gelesen hat, gegensätzlicher Meinung (vgl. **Abbildung 16**).

Männer und Frauen sowie unterschiedliche Altersgruppen bewerten den Informationsgehalt der Datenschutzerklärungen nahezu gleich (vgl. **Abbildung 16**).

### Jeder dritte Nutzer geht von einer Verarbeitung seiner Daten zu Werbezwecken aus

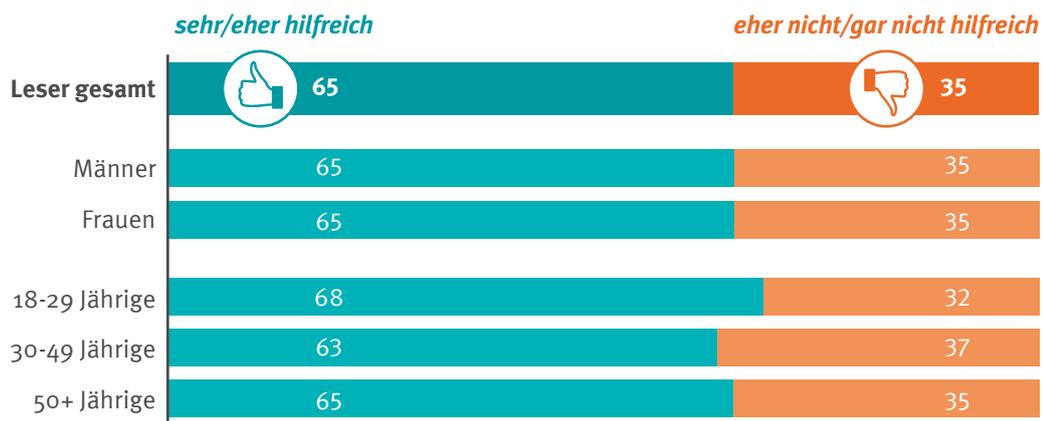
Auf die Frage, zu welchem Zweck die Bezahl Dienstleister die erfassten persönlichen Daten nutzen, benennt mehr als ein Drittel (36 Prozent) der Nutzer elektroni-

scher Bezahlverfahren eine Verwendung zu Werbezwecken. Am zweithäufigsten wird von mehr als jedem Fünften (22 Prozent) eine Weitergabe der Daten an Dritte angeführt. Dass übermittelte persönliche Daten vom Bezahl Dienstleister zur Abwicklung der Zahlung genutzt werden, schätzt jeder achte Nutzer elektronischer Bezahlverfahren (13 Prozent) ein. Jeder Zehnte (10 Prozent) geht davon aus, dass die Daten zur Analyse seines Kaufverhaltens genutzt werden.

Nutzer bis 29 Jahre gehen im Vergleich zu den Nutzern ab 30 Jahren häufiger davon aus, dass die erhobenen Daten nur zum Zweck der Zahlungsabwicklung genutzt werden (22 Prozent bis 29 Jahre gegenüber 10 Prozent bei Nutzern ab 30 Jahren). Vom Weiterverkauf ihrer Daten an Dritte gehen die jüngeren Nutzer dahingegen seltener als die älteren Nutzer aus (15 Prozent der bis 29-Jährigen im Vergleich zu 25 Prozent der ab 30-Jährigen).

...❖ **Abbildung 17** verdeutlicht, dass Nutzer, die die Datenschutzerklärungen gelesen haben, tendenziell etwas seltener davon ausgehen, dass ihre Daten für Werbe-/Marketingzwecke oder die Erstellung eines Einkaufsprofils verwendet werden. Die Annahmen über die Nutzung der persönlichen Daten durch die Anbieter unterscheiden sich im Gesamten jedoch nicht be-

## 16 EINSCHÄTZUNG DES INFORMATIONSGEHALTS DER DATENSCHUTZERKLÄRUNG



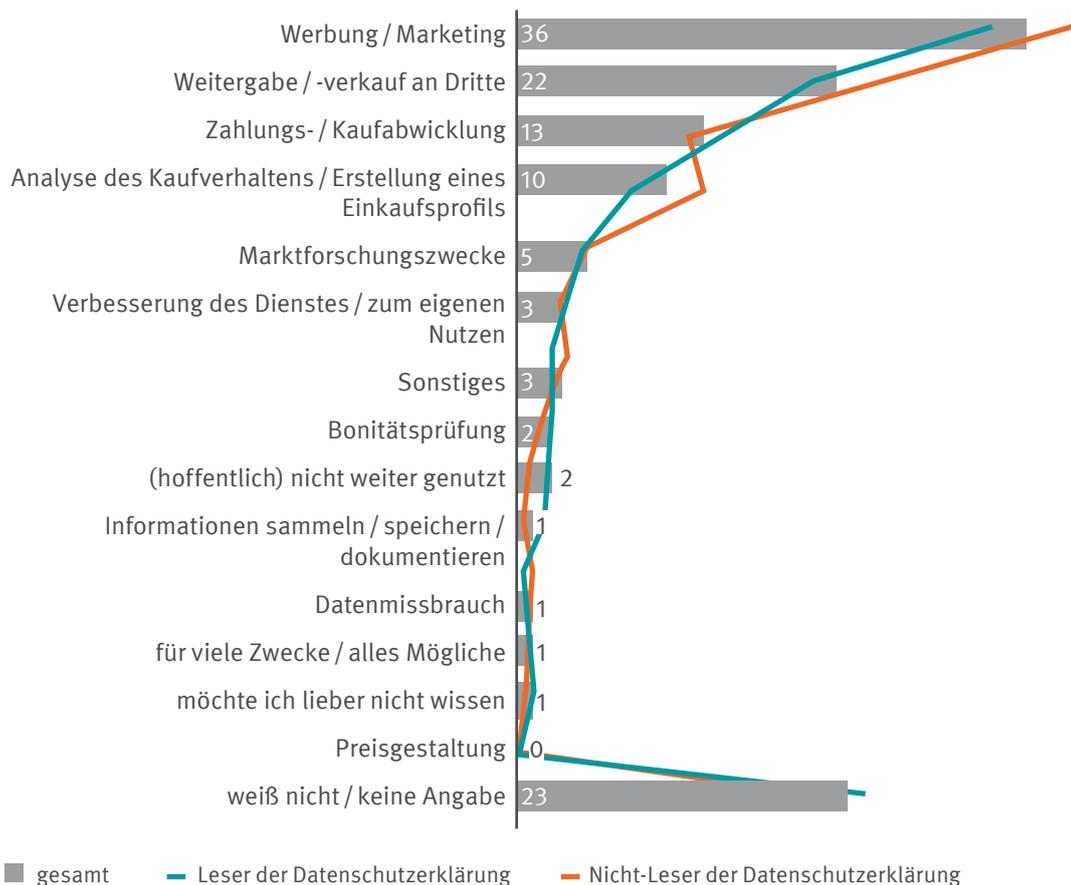
**Basis:** Leser der Datenschutzerklärung n=661 | Männer n=312, Frauen n=349; 18-29 Jährige n=156, 30-49 Jährige n=267, 50+ Jährige n=239; keine Angabe n=18 | Angaben in Prozent. **Frage:** Wie hilfreich empfanden Sie die Datenschutzbestimmungen dafür, Sie über den Umgang mit Ihren persönlichen Daten und deren Verwendung zu informieren?

deutsam zwischen den Gruppen (Abweichung max. 6 Prozentpunkte). | Dies ist insofern interessant, als dass scheinbar sowohl Leser als auch Nicht-Leser von Datenschutzerklärungen in etwa die gleichen Annahmen hinsichtlich der Verwendung ihrer persönlichen Daten durch die Zahlungsdienstleister treffen.

### Zwei Drittel der Nutzer elektronischer Bezahlverfahren wünschen sich Mitbestimmung

Auf Basis aller befragten Nutzer möchte mehr als jeder dritte Nutzer (36 Prozent) elektronischer Bezahlverfahren der Verwendung seiner Daten durch den Bezahlendienstleister oder Dritte zustimmen dürfen. Etwa jeder Fünfte (23 Prozent) möchte zumindest darüber informiert werden. Nahezu ein Drittel der Nutzer (31 Prozent) würde den Bezahlendienstleister bei weiterer Verwendung der persönlichen Daten durch den Dienstleister gar nicht mehr nutzen wollen.

#### 17 HÄUFIGKEIT DER NENNUNG DES VERMUTETEN ZWECKS DER NUTZUNG PERSÖNLICHER DATEN



**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Leser der Datenschutzerklärung n=661, Nicht-Leser der Datenschutzerklärung n=582; keine Angabe n=3 | Angaben in Prozent. **Frage:** Was meinen Sie: Zu welchen Zwecken nutzen Bezahlendienstleister Ihre persönlichen Daten? (offene Frage, Mehrfachnennungen möglich).

## Ein Viertel der Nutzer lehnt die Prüfung der Zahlungsfähigkeit ab

Wie Abbildung 18 verdeutlicht, ist die Verwendung der Kundendaten zur Prüfung der Bonität des Kunden dennoch von der Mehrheit (75 Prozent) der Nutzer akzeptiert. | Im Einzelnen möchte dieser Verwendung jedoch jeder Dritte (33 Prozent) zustimmen dürfen. Jeder Fünfte (27 Prozent) wünscht sich zumindest eine Information dazu. Ein Viertel (25 Prozent) der Befragten lehnt die Weiterverwendung der persönlichen Daten zum Zweck der Bonitätsprüfung jedoch ab. Unter Nutzern ab 50 Jahren steigt dieser Anteil auf jeden Dritten (33 Prozent).

## Jeder Dritte lehnt die Nutzung eines Bezahlendienstes bei Erstellung eines Käuferprofils ab

Während die Verwendung persönlicher Daten zur Bonitätsprüfung noch in etwa jedem sechsten Nutzer (15 Prozent) „egal ist“, verhält es sich bei der Verwendung zu Zwecken der Erstellung eines Käuferprofils anders. Hier ist es nur noch jedem Zehnten (9 Prozent) „egal“. Der Anteil der Befragten, die sich in diesen Fall Teilhabe

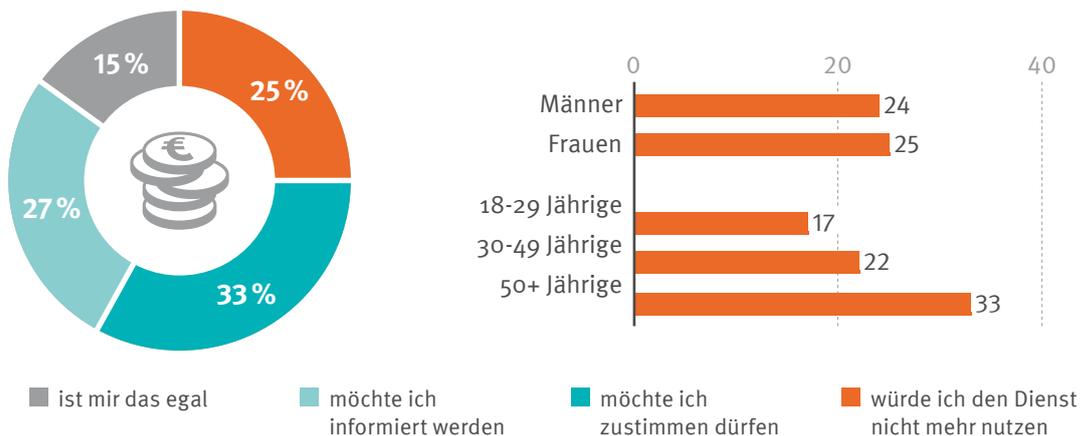
in Form von gezielter Information (23 Prozent) oder expliziter Zustimmung (37 Prozent) wünscht, wächst hier auf über die Hälfte (60 Prozent) (vgl. Abbildung 19).

Ein Drittel (30 Prozent) der befragten Nutzer würde den Bezahlendienst im Falle der Analyse seiner Daten für ein Einkaufsprofil gar nicht mehr nutzen wollen. Frauen (35 Prozent) missbilligen die Praxis dabei stärker als Männer (25 Prozent). Bei Männern sowie den Nutzern unter 50 Jahren (22 Prozent bzw. 28 Prozent) stößt die Verwendung der Daten zur Einkaufsanalyse nur bei ca. einem Viertel auf Ablehnung.

## Jeder dritte Nutzer missbilligt die Datenweitergabe an Dritte

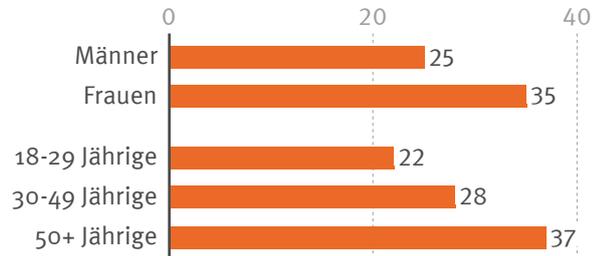
Verkauft der Anbieter des elektronischen Bezahlverfahrens die persönlichen Daten an Dritte zur Erstellung individualisierter Werbung weiter, würde jeder dritte Nutzer (34 Prozent) von der Nutzung des Dienstes absehen wollen. Unter Befragten ab 50 Jahren steigt dieser Anteil auf nahezu jeden zweiten Nutzer (44 Prozent). Es zeigt sich weiterhin, dass 39 Prozent der Nutzer dieser Verwendungsart ihrer Daten explizit zustimmen möchten (vgl. Abbildung 20).

**18 EINSTELLUNG ZUR DATENNUTZUNG FÜR DIE BEWERTUNG DER ZAHLUNGSFÄHIGKEIT**



**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Männer n=649, Frauen n=597; 18-29 Jährige n=310, 30-49 Jährige n=527, 50+ Jährige n=409; keine Angabe n=13 | Angaben in Prozent. **Frage:** Ich lese Ihnen nun vier Aussagen zu Bezahldienstleistungen und dem möglichen Umgang mit Ihren persönlichen Daten vor. Bitte ergänzen Sie die Aussage "Wenn der Bezahldienstleister meine persönlichen Daten zur Bewertung meiner Zahlungsfähigkeit nutzt" mit den Antwortmöglichkeiten „das ist mir egal“, „da möchte ich informiert werden“, „da möchte ich zustimmen dürfen“ und „dann würde ich den Dienst nicht mehr nutzen“.

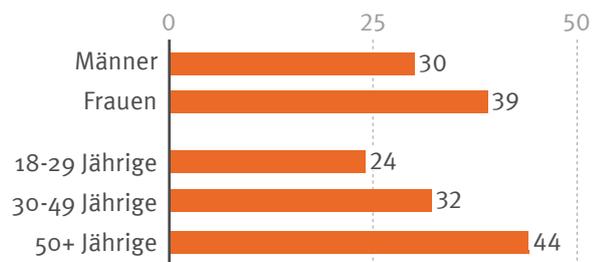
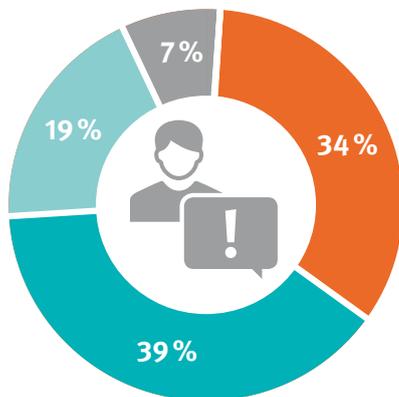
**19 EINSTELLUNG ZUR DATENNUTZUNG FÜR DIE ERSTELLUNG EINES EINKAUFSPROFILS**



ist mir das egal    
  möchte ich informiert werden    
  möchte ich zustimmen dürfen    
  würde ich den Dienst nicht mehr nutzen

**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Männer n=649, Frauen n=597; 18-29 Jährige n=310, 30-49 Jährige n=527, 50+ Jährige n=409; keine Angabe n=8 (1%) | Angaben in Prozent. **Frage:** Ich lese Ihnen nun vier Aussagen zu Bezahldienstleistern und dem möglichen Umgang mit Ihren persönlichen Daten vor. Bitte ergänzen Sie die Aussage "Wenn der Bezahldienstleister meine persönlichen Daten um weitere Daten von anderen Unternehmen ergänzt, um ein genaueres Profil von mir und meinen Einkaufsgewohnheiten und Interessen zu erhalten" mit den Antwortmöglichkeiten „das ist mir egal“, „da möchte ich informiert werden“, „da möchte ich zustimmen dürfen“ und „dann würde ich den Dienst nicht mehr nutzen“.

**20 EINSTELLUNG ZUR WEITERGABE DER DATEN FÜR INDIVIDUALISIERTE WERBUNG**



ist mir das egal    
  möchte ich informiert werden    
  möchte ich zustimmen dürfen    
  würde ich den Dienst nicht mehr nutzen

**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Männer n=649, Frauen n=597; 18-29 Jährige n=310, 30-49 Jährige n=527, 50+ Jährige n=409; keine Angabe n=10 (1%) | Angaben in Prozent. **Frage:** Ich lese Ihnen nun vier Aussagen zu Bezahldienstleistern und dem möglichen Umgang mit Ihren persönlichen Daten vor. Bitte ergänzen Sie die Aussage "Wenn der Bezahldienstleister meine persönlichen Daten an andere Unternehmen weitergibt, damit diese Unternehmen Werbung gezielt auf mich zuschneiden können" mit den Antwortmöglichkeiten „das ist mir egal“, „da möchte ich informiert werden“, „da möchte ich zustimmen dürfen“ und „dann würde ich den Dienst nicht mehr nutzen“.

## Individualisierte Preise sind ebenfalls unerwünscht

Ähnlich verhält es sich bei der Weitergabe der Kundendaten an Dritte zum Zweck der **Individualisierung der Preise** (vgl. **Abbildung 21**). Hier wünscht sich jeder dritte Befragte (34 Prozent), in diesem Fall zustimmen zu dürfen. Jeder Vierte (23 Prozent) möchte davon zumindest in Kenntnis gesetzt werden. Ein Drittel (34 Prozent) gibt an, diesen Anbieter dann nicht mehr nutzen zu wollen. Wieder sind es insbesondere Befragte ab 50 Jahren, die eine solche Verwendung ihrer Daten missbilligen (42 Prozent). Eine höhere Akzeptanz für die Datenweitergabe zur Individualisierung von Preisen zeigen dahingegen Befragte im Alter von 18 bis 29 Jahren – hier würde weniger als jeder Dritte (29 Prozent) von der Verwendung des Bezahl Dienstleister absehen. Ähnliches gilt für Männer (30 Prozent) im Vergleich zu den Frauen (38 Prozent).

## Trotz Missbilligung werden die Bezahl-dienstleister genutzt

Die abgefragten Aspekte der Datennutzung sind bei einem Großteil der Anbieter elektronischer Bezahlverfahren gängige Praxis. So beschreibt beispielsweise

PayPal in seiner Datenschutzerklärung sowohl die Bonitätsprüfung als auch die Verarbeitung zu Werbezwecken (vgl. PayPal 2017b: 38).

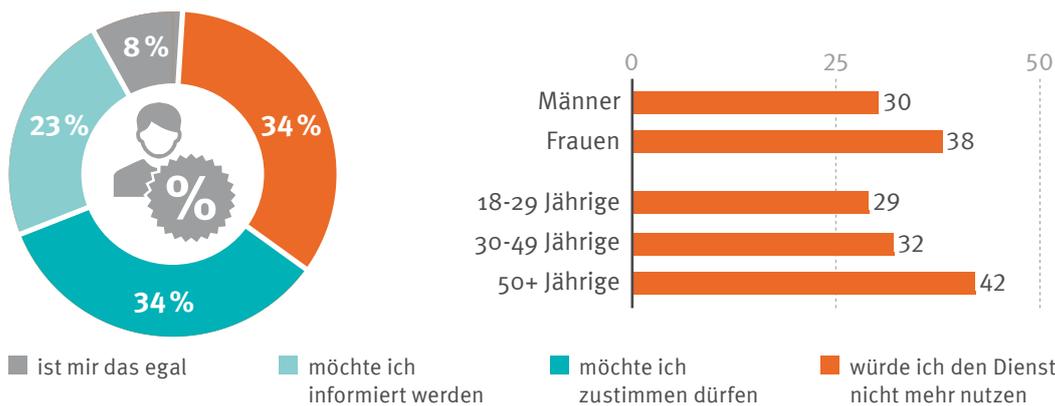
Wie sich jedoch in den Befragungsergebnissen zeigt (vgl. **Abbildung 22**), liegt der Anteil der Nutzer, die im Falle der Datenverwendung von der Nutzung des elektronischen Bezahl Dienstleisters absehen würden, sowohl in der Gruppe der Leser als auch Nicht-Leser ähnlich hoch (Abweichung maximal 7 Prozentpunkte). Nahezu gleichermaßen lehnt ein Drittel der Nutzer die Weitergabe oder Ergänzung ihrer persönlichen Daten ab – auch nach dem Lesen der Datenschutzerklärungen.

### ... ZWISCHENFAZIT

## Verbraucher kennen und nutzen elektronische Bezahlverfahren – und hegen Bedenken

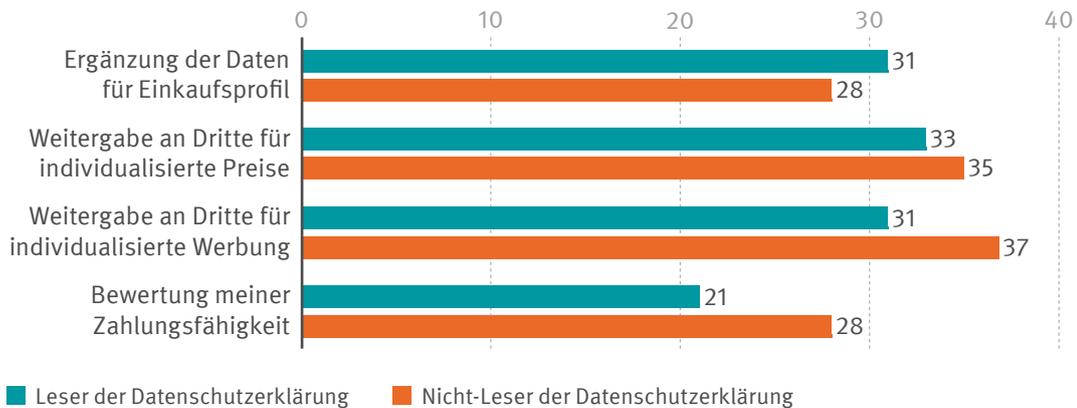
Die Verwendung elektronischer Bezahlverfahren unter Online-Käufern ist etabliert – 77 Prozent zahlten schon einmal via E-Payment. Vor allem Verbraucher bis 49 Jahre und Befragte höherer Einkommensklassen nutzen dabei die Möglichkeit der elektronischen Zahlungsverfahren. Am häufigsten verwenden Nutzer elektroni-

**21 EINSTELLUNG ZUR WEITERGABE DER DATEN FÜR INDIVIDUALISIERTE PREISE**



**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Männer n=649, Frauen n=597; 18-29 Jährige n=310, 30-49 Jährige n=527, 50+ Jährige n=409; keine Angabe n=10 (1%) | Angaben in Prozent. **Frage:** Ich lese Ihnen nun vier Aussagen zu Bezahl Dienstleistern und dem möglichen Umgang mit Ihren persönlichen Daten vor. Bitte ergänzen Sie die Aussage "Wenn der Bezahl Dienstleister meine persönlichen Daten an andere Unternehmen weitergibt, damit diese Unternehmen Preise gezielt auf mich anpassen können" mit den Antwortmöglichkeiten „das ist mir egal“, „da möchte ich informiert werden“, „da möchte ich zustimmen dürfen“ und „dann würde ich den Dienst nicht mehr nutzen“.

## 22 ANTEIL DER NUTZER ELEKTRONISCHER BEZAHLVORFAHREN, DIE DEN ANBIETER BEI GENANNTER VERWENDUNG PERSÖNLICHER DATEN NICHT MEHR NUTZEN WÜRDEN



**Basis:** Nutzer elektronischer Bezahlverfahren n=1.246 | Leser der Datenschutzerklärung n=661, Nicht-Leser der Datenschutzerklärung n=582; keine Angabe n=3 | Angaben in Prozent: Nennung „dann würde ich den Dienst nicht mehr nutzen“. **Frage:** Ich lese Ihnen nun vier Aussagen zu Bezahlern und dem möglichen Umgang mit Ihren persönlichen Daten vor. Bitte ergänzen Sie die Aussagen mit den Antwortmöglichkeiten „das ist mir egal“, „da möchte ich informiert werden“, „da möchte ich zustimmen dürfen“ und „dann würde ich den Dienst nicht mehr nutzen“.

scher Bezahlverfahren den Bezahlern PayPal. Aber auch andere Verfahren sind etabliert: Jeder Zweite zahlte bereits mit SOFORT Überweisung, jeder Vierte mit Amazon Payments. Elektronische Bezahlverfahren wie giropay, paysafecard, paydirekt, MasterPass oder Google Wallet zeigen aktuell eine eher geringere Verbreitung unter den Nutzern. Genutzt werden somit vor allem nutzerkontoabhängige Bezahlverfahren.

Für Online-Käufer, die bisher keine elektronischen Bezahlverfahren nutzen, steht der Verwendung am häufigsten die persönliche Einschätzung der Verfahren als „zu unsicher“ entgegen. Ebenso berichtet jeder fünfte Nicht-Nutzer einen Unwillen, persönliche Daten offenzulegen. Bedenken hinsichtlich der Nutzung persönlicher Daten bestehen aber auch unter den Nutzern der elektronischen Bezahlverfahren: Auf die Frage, zu welchen Zwecken die Bezahlern die angegebenen Daten vermutlich gebrauchen, benennt jeder Dritte die Weiterverwendung zu Werbezwecken. Mehr als jeder fünfte Nutzer vermutet die Weitergabe der Daten an Dritte durch den Anbieter.

Dabei ist nur jedem Zehnten egal, wie der Bezahlern mit den persönlichen Daten umgeht. Jeder dritte

Nutzer elektronischer Bezahlverfahren würde laut eigener Aussage bei konkretem Wissen um die Weitergabe der Daten an Dritte für individualisierte Werbung oder individualisierte Preissetzung sowie der Verwendung der Daten zur Erstellung eines Käuferprofils durch den Bezahlern von dessen Nutzung absehen. Das Gros der Nutzer wünscht sich die explizite Zustimmung oder zumindest eine gezielte Information zum Umgang mit seinen Daten.

Die dafür seitens der Dienstleister zur Verfügung gestellten Datenschutzerklärungen lesen laut eigener Aussage die Hälfte der Nutzer – zum Großteil auch vor der Verwendung des Bezahlern. Ein Drittel der Leser bewertet die gelesenen Datenschutzerklärungen jedoch als „eher nicht“ bzw. „gar nicht“ hilfreich. So überrascht es nicht, dass sowohl diejenigen Befragten, die die Datenschutzerklärung gelesen haben, als auch diejenigen, die sie nicht gelesen haben, in Bezug auf die Nichtnutzung des Dienstes bei Weiterverwendung ihrer persönlichen Daten gleich antworten: Ein Drittel der Leser und Nichtleser würden bei Weitergabe an Dritte zu Zwecken der Individualisierung von Preisen und Werbung sowie zur Nutzung der Erstellung eines Datenprofils den Dienst nicht nutzen.



## AUSZUG AUS DER AKTUELLEN DATENSCHUTZERKLÄRUNG VON PAYPAL (STAND 20. FEBRUAR 2017)

### "3. Verwendung der erfassten personenbezogenen Daten

**Interne Verwendung:** Wir erfassen, speichern und verarbeiten Ihre Daten auf Servern in den USA und an anderen Standorten weltweit, an denen sich PayPal-Niederlassungen befinden. Die Datenerfassung auf unserer Seite dient in erster Linie dazu, die Nutzung der PayPal-Services für Sie so sicher, angenehm und effizient wie möglich zu gestalten. Sie erklären sich damit einverstanden, dass wir Ihre persönlichen Angaben zu folgenden Zwecken nutzen dürfen:

- Verarbeitung von Transaktionen und Erbringung der PayPal-Dienste,
- Überprüfung Ihrer Identität, u. a. bei Vorgängen, die die Kontoeröffnung und Passwortrücksetzung betreffen,
- Klärung von Konflikten, Einzug von Gebühren, Behebung von Problemen
- Risikomanagement zur Erkennung, Vermeidung und/oder Schadensbegrenzung von Betrug oder anderen potenziell illegalen oder verbotenen Aktivitäten,
- Erkennung, Vermeidung oder Schadensbegrenzung durch Verstöße gegen Richtlinien oder anwendbare Nutzungsbedingungen,
- Bereitstellung von Diensten im Rahmen des Kundenservice auf Anfrage,
- Verbesserung der PayPal-Services durch Optimierung der Benutzerfreundlichkeit,
- Messung der Leistung der PayPal-Services zur Verbesserung von deren Inhalt und Layout,
- Verwaltung und Schutz unserer IT-Infrastruktur,
- **Gezielte Bereitstellung von Marketing- und Werbeinformationen, Service-Updates und Werbeangeboten auf Grundlage der Einstellungen, die Sie in Ihrem PayPal-Konto und für Ihre Nutzung der PayPal-Services für den Erhalt von Informationen definiert haben** (vgl. Sie dazu auch den Abschnitt "Unser Kontakt zu PayPal-Kunden") und
- **Überprüfung der Kreditwürdigkeit und Zahlungsfähigkeit, Prüfung von Informationen auf Richtigkeit, auch unter Einbeziehung von Dritten.**

## FAZIT & AUSBLICK

Elektronische Bezahlverfahren gewinnen zur Bezahlung der Online-Käufe an Relevanz und verdrängen stetig die klassische Bezahlung via Rechnung oder Kreditkarte. Das Angebot bei diesen Verfahren ist sowohl zahlreich als auch volatil – neue Verfahren etablieren sich und bestehende verlassen den Markt. Gleiches gilt für die Anbieter der Verfahren: So werden elektronische Bezahlverfahren sowohl seitens der Kreditinstitute als auch von Technologieunternehmen (FinTechs) entwickelt und angeboten. Diese Dynamik spiegelt sich in der bestehenden Literatur wider: Die Begrifflichkeiten sind zahlreich, werden teilweise synonym verwendet und eine Systematik entwickelt sich fortlaufend.

### ELEKTRONISCHE BEZAHLVERFAHREN UNTERSCHIEDEN SICH VON KLASSISCHEN UND MOBILEN VERFAHREN

**Vor dem Hintergrund bestehender Ansätze können elektronische Bezahlverfahren wie folgt abgegrenzt werden:**

- Es sind über elektronische Netzwerke abgewickelte Bezahlvorgänge,
- die in Gegenleistung für den Bezug von Gütern und Dienstleistungen,
- eigens für die Abwicklung des Kaufes im Internet entwickelt wurden
- und nicht ausschließlich über mobile Endgeräte ausgelöst werden können.

Die Hinzunahme eines zusätzlichen Dienstleisters, über den der Kunde die Zahlung abwickelt, ist für elektronische Bezahlverfahren charakterisierend. So sind in den allermeisten Verfahren der Kunde, der Händler, der Zahlungsdienstleister, die Bank des Kunden und die Bank des Händlers involviert. Zwischen diesen werden in der Regel somit auch personenbezogene Daten des Kunden, welche für die Zahlung relevant sind, ausgetauscht.

### ELEKTRONISCHE GELDBÖRSEN ETABLIEREN SICH

Die elektronischen Bezahlverfahren können in drei Verfahrenstypen unterschieden werden: Zahlungsauslöse-

und Initialisierungsverfahren, nutzerkontoabhängige und nutzerkontounabhängige Bezahlverfahren. Hier sind es insbesondere die nutzerkontoabhängigen Verfahren, die sogenannten „E-Wallets“, die sich am Markt etabliert haben. Darunter fallen Dienste wie PayPal, Amazon Payments oder Google Wallets. Verfahren wie beispielsweise die SOFORT Überweisung, bei dem der Verbraucher durch die Eingabe der Anmeldedaten für das Online-Banking der Hausbank die Zahlung legitimieren kann, stellen ein weiteres genutztes elektronisches Bezahlverfahren dar. Inwiefern dieses Verfahren für Verbraucher als einzig kostenloses zumutbar ist, steht noch in der Diskussion. Das anonymste elektronische Bezahlverfahren ist das Nutzerkontounabhängige. Im prominentesten Beispiel der paysafecard erwirbt hier der Kunde das Guthaben anonym im stationären Handel, um im Internet Zahlungen zu tätigen.

### ELEKTRONISCHE BEZAHLVERFAHREN SIND FESTER BESTANDTEIL DES ONLINE-HANDELS

Die jeweils untersuchten 100 umsatzstärksten Online-Händler sowie Service- und Content-Anbieter – von Amazon, über Booking bis hin zu Zalando – bieten aktuell insgesamt elf elektronische Bezahlverfahren am deutschen Markt an. Etabliert haben sich: Amazon Payments, barzahlen.de, giropay, Google Wallet, MasterPass, Neteller, paydirekt, PayPal, paysafecard, Skrill und SOFORT Überweisung.

Das Angebot der genannten Verfahren am Markt ist unterschiedlich stark ausgeprägt: So ist PayPal das am weitesten verbreitete elektronische Bezahlverfahren und dominiert klar den Markt. Auch die Möglichkeit der SOFORT Überweisung bieten viele Händler ihren Kunden an. Alle weiteren elektronischen Bezahlverfahren werden vergleichsweise selten angeboten. Vorliegende Umfragen bei den Online-Händlern zeigen, dass insbesondere die Kundensicht für die Auswahl der angebotenen Bezahlverfahren eine entscheidende Rolle spielt. Faktoren wie die Kosten des Bezahlverfahrens sind – nach Händlerangabe – dahingegen weniger ausschlaggebend für das Angebot.

### ... VERBRAUCHER KENNEN UND NUTZEN ELEKTRONISCHE VERFAHREN

Die Verwendung elektronischer Bezahlverfahren unter den Online-Käufern ist gut etabliert: 77 Prozent zahlten schon einmal via elektronischer Bezahlverfahren. Hier sind es vor allem jüngere Verbraucher und Befragte höherer Einkommensklassen, die diese Dienste intensiv nutzen.

Drei von vier Nutzern von elektronischen Bezahlverfahren verwenden PayPal, jeder Zweite zahlte bereits mit SOFORT Überweisung. Aber auch Amazon Payments ist bekannt: Jeder vierte Befragte nutzte den Dienst bereits. Die weiteren elektronischen Bezahlverfahren wie giropay, paysafecard sowie paydirekt, MasterPass oder Google Wallet zeigen aktuell eine eher geringe Verbreitung unter den Nutzern. Im Gesamten überwiegt damit aktuell die Nutzung der nutzerkontoabhängigen Verfahren unter den Verbrauchern.

Die Präferenz zur Wahl eines bestimmten Bezahlverfahrens variiert unter den Verbrauchern. So bevorzugen Männer im Vergleich zu Frauen beispielsweise die Anbieter PayPal und paysafecard. Auch weist letztgenanntes Verfahren sowie giropay bei jüngeren Verbrauchern eine höhere Nutzungsrate auf als bei den älteren Befragten. PayPal wiederum wird von Verbrauchern im Alter zwischen 30 und 50 am häufigsten genutzt. Diese Präferenzen korrelieren wahrscheinlich mit dem Angebot an Bezahlverfahren seitens der Online-Händler sowie Service- und Content-Anbieter: So bieten vor allem Spiele- und Wettplattformen die paysafecard als Bezahlverfahren an.

### ... UNSICHERHEIT UND DATENPREISGABE VERHINDERN EINE NUTZUNG DER DIENSTE

Die persönliche Einschätzung der elektronischen Bezahlverfahren als zu „unsicher“ und der Unwille, „persönliche Daten offenzulegen“, sind die Hauptgründe der Online-Käufer, diese Verfahren nicht zu nutzen. Auch die Möglichkeit über Rechnung oder per Überweisung zahlen zu können, macht es aus Sicht der Befragten nicht notwendig, elektronische Bezahlverfahren zu nutzen.

### ... SELBST NUTZER ELEKTRONISCHER BEZAHLVORFAHREN BEWERTEN DIE MÖGLICHKEIT DER DATENVERARBEITUNG KRITISCH

Seitens der befragten Nutzer elektronischer Bezahlverfahren bestehen ebenfalls Bedenken hinsichtlich der Verarbeitung personenbezogener Daten. Diese Verbraucher halten die Verwendung ihrer Daten zu Werbe- und Marketingzwecken sowie der Weitergabe an Dritte durchaus für möglich. Auf Nachfrage würde im Gegensatz hierzu jedoch jeder dritte Nutzer bei konkretem Wissen um die Weitergabe seiner Daten an Dritte für individualisierte Werbung oder Preise von der Verwendung des Bezahlverfahrens absehen.

### ... DATENSCHUTZERKLÄRUNGEN WERDEN GELESEN – OB ALLE INFORMATIONEN DIE NUTZER ERREICHEN, BLEIBT FRAGLICH

Die Hälfte der befragten Nutzer elektronischer Bezahlverfahren gibt an, die Datenschutzerklärungen der Dienstleister zu lesen, in der Regel vor der Nutzung des Dienstes. Knapp zwei Drittel von ihnen bewerten die dort enthaltenen Informationen als hilfreich. Diese Befragten müssten demnach über die Konsequenzen hinsichtlich Datenweitergabe und -verarbeitung durch Dritte hinreichend informiert sein. Dementgegen würden sowohl ein Drittel dieser Befragten ebenso wie diejenigen, die die Datenschutzerklärung nicht gelesen haben, im Fall der Datenweitergabe und -verarbeitung eine Nutzung ablehnen. Dies lässt darauf schließen, dass die enthaltenen Informationen der bestehenden Datenschutzerklärungen nicht bei den Verbrauchern ankommen.



## AUSBLICK – WEITERER UNTERSUCHUNGSBEDARF ZEICHNET SICH AB

Das Einkaufen und Bezahlen im Internet ist fester Bestandteil und die Tendenz weiterhin steigend. Dennoch empfinden weniger als die Hälfte der Online-Käufer das Einkaufen im Netz als sicher (vgl. DIVSI 2015). Insbesondere die Online-Bezahlung erzeugt bei nahezu jedem Dritten ein ungutes Gefühl (vgl. ebenda) und weniger als jeder zehnte Online-Käufer empfindet andere Bezahlverfahren als den Kauf auf Rechnung als sicher (vgl. Weinfurtner et al. 2013: 28). Dennoch zeigen die vorliegenden Ergebnisse, dass die elektronischen Bezahlverfahren gut am Markt etabliert sind. Aber sie verdeutlichen auch: Es bestehen Bedenken hinsichtlich der Auswertung des Einkaufsverhaltens sowie der Weiterverwendung der Daten für individualisierte Werbung und Preissetzung. Genutzt werden die elektronischen Bezahlverfahren dennoch.

Ein Argument kann hier die wahrgenommene und für Online-Käufer besonders relevante Nutzungsfreundlichkeit der elektronischen Bezahlverfahren sein (vgl. Weinfurtner et al. 2013: 26). Zum anderen versuchen Verbraucher, sich durch einen vorsichtigen Umgang mit persönlichen Daten vor Datenmissbrauch zu schützen (vgl. Deutschland sicher im Netz (DsiN), 2015: 14). Obwohl nahezu die Hälfte der Befragten angibt, die Datenschutzerklärungen der Anbieter zu lesen, bleibt die Aufklärung scheinbar aus.

### Dies wirft weitere Fragen auf:

- Inwiefern sind die bereitgestellten Informationen der Anbieter elektronischer Bezahlverfahren tatsächlich zur Aufklärung der Verbraucher geeignet?
- Befähigen sie den Verbraucher zu einer von ihm gewünschten Entscheidung in Bezug auf die Nutzung des Dienstes?
- Tragen sie dazu bei, die Verunsicherung der Verbraucher bezüglich der Sicherheit ihrer persönlichen Daten abzubauen?
- Wie gehen elektronische Bezahlverfahren mit Nachfragen zum Umgang mit personenbezogenen Daten der Verbraucher um?

Um diese Fragen zu beantworten, wird aktuell eine nachfolgende Untersuchung der Marktwächter Digitale Welt erstellt. Diese befasst sich mit ausgewählten elektronischen Bezahlverfahren. Ausgewertet werden: Datenschutzerklärungen in Bezug auf Verständlichkeit und Inhalt, Auskunft über die Verwendung von Verbraucherdaten in Bezug auf Information und Kommunikation sowie Aspekte der Datensicherheit und Weitergabe personenbezogener Verbraucherdaten.

# QUELLENVERZEICHNIS

## Literatur

**Amazon Payments (2016):** Nutzungsvereinbarung, online im Internet: [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/G/01/EPSDocumentation/Legal/201751590\\_AmazonPayments\\_Europe\\_Buyer\\_user\\_agreement\\_DE.pdf?ld=NSGoogle](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/G/01/EPSDocumentation/Legal/201751590_AmazonPayments_Europe_Buyer_user_agreement_DE.pdf?ld=NSGoogle) (Stand 16.01.2017).

**barzahlen.de (2017):** Online Einkaufen, online im Internet: <https://www.barzahlen.de/de/privatkunden/so-funktioniert/online-einkaufen> (Stand 07.03.2017).

**Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh) (2016):** Interaktiver Handel in Deutschland 2015 – Ergebnisse 2016, online im Internet: [https://www.bevh.org/uploads/media/Auszug\\_aus\\_der\\_bevh-Studie\\_Interaktiver\\_Handel\\_\\_in\\_Deutschland\\_2016\\_.pdf](https://www.bevh.org/uploads/media/Auszug_aus_der_bevh-Studie_Interaktiver_Handel__in_Deutschland_2016_.pdf) (Stand 09.03.2017).

**Bitkom (2017):** Bezahlen Im Internet, online im Internet: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Bezahlen-im-Internet-Zwei-Drittel-nutzen-Online-Dienste-wie-Paypal.html> (Stand 06.02.2017).

**Bitkom (2015):** Datenschutz in der digitalen Welt, online im Internet: <https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-Pls/2015/09-September/Bitkom-Charts-PK-Datenschutz-22092015-final.pdf> (Stand 15.02.2017).

**Bitkom (2014):** Trends im E-Commerce. Konsumverhalten beim Online-Shopping, online im Internet: <https://www.bitkom.org/noindex/Publikationen/2013/Studien/Trends-im-ECcommerce/BITKOM-E-Commerce-Studienbericht.pdf> (Stand 15.02.2017).

**Bolz, Thomas/Stahl, Ernst/Weinfurter, Stefan/Wittmann, Georg (2014):** Zukunft des Bezahlers – Einschätzungen und Trends aus Händlersicht, online im Internet: <https://www.ecommerce-leitfaden.de/download/studien/Zukunft-des-Bezahlens.pdf> (Stand 10.01.2017).

**Boniversum / bevh (2016):** Genutzte Bezahlverfahren von Verbrauchern im Online- und Versandhandel, online im Internet: [https://www.boniversum.de/wp-content/uploads/2016/07/Bezahlverfahren\\_im\\_Online-\\_und\\_Versandhandel\\_2015-16.pdf](https://www.boniversum.de/wp-content/uploads/2016/07/Bezahlverfahren_im_Online-_und_Versandhandel_2015-16.pdf) (Stand 31.01.2017).

**Cimiotti, Gerd (2016):** Veränderungen in der Payment-Branche – Szenarien für das Bezahlen 2025 in: Mosen, Marcus W./Moormann, Jürgen/Schmidt, Dietmar (Hg.): Digitale Payments – Revolution im Zahlungsverkehr, Frankfurt School Verlag.

**Dannenberg, Marius/Ulrich, Anja (2004):** E-Payment und E-Billing – Elektronische Bezahlssysteme für Mobilfunk und Internet, 1. Auflage, Gabler.

**Deutsche Bundesbank (2015):** Zahlungsverhalten in Deutschland 2014. Dritte Studie über die Verwendung von Bargeld und unbaren Zahlungsinstrumenten, online im Internet: [https://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Studien/zahlungsverhalten\\_in\\_deutschland\\_2014.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Studien/zahlungsverhalten_in_deutschland_2014.pdf?__blob=publicationFile) (Stand 15.02.2017).

**Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (2015):** Einkaufen in der digitalen Welt, online im Internet: [https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2015/08/2015-08-18-Online-Shopping\\_web.pdf](https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2015/08/2015-08-18-Online-Shopping_web.pdf) (Stand 14.02.2017).

**Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (2014):** Daten – Ware und Währung, online im Internet: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/11/DIVSI-Studie-Daten-Ware-Waehrung.pdf> (Stand 14.02.2017).

**Deutsche Post (2016):** Allgemeine Geschäftsbedingungen, online im Internet: <https://www.deutschepost.de/de/p/postpay/agb-kunden.html> (Stand 16.01.2017).

**Deutsche Post (2017):** So funktioniert POSTPAY, online im Internet: <https://www.deutschepost.de/de/p/postpay/postpay/so-funktioniert-s.html> (Stand 13.01.2017).

**Deutschland sicher im Netz (DsiN) (2015):** SicherheitsIndex 2016. Digitale Sicherheitslage der Verbraucher in Deutschland.

**ECC/IFH Köln (2013):** Aktuelle Trends und Entwicklungen im Online-Payment aus Konsumentensicht, online im Internet: [http://www.ebusiness-lotse-koeln.de/Downloads/2013/ECC\\_Whitepaper\\_Online-Payment.pdf](http://www.ebusiness-lotse-koeln.de/Downloads/2013/ECC_Whitepaper_Online-Payment.pdf) (Stand 03.05.2017).

**ECC/IFH Köln (2016):** ECC-Payment-Studie Vol. 20 - Der Internetzahlungsverkehr aus Sicht der Händler und Verbraucher, online im Internet: [http://www.ifhshop.de/media/pdf/of/e8/a9/ECC-Payment-Studie-Vol-20\\_Summary\\_Web56e7bf780cc61.pdf](http://www.ifhshop.de/media/pdf/of/e8/a9/ECC-Payment-Studie-Vol-20_Summary_Web56e7bf780cc61.pdf) (Stand 03.05.2017).

**EHI Retail Institute (2016):** Online-Payment-Studie 2016, online im Internet: <https://www.handelsdaten.de/deutschsprachiger-einzelhandel/anteile-der-zahlungsarten-im-online-handel-deutschland> (Stand: 06.03.2017).

**Finanztest (2015):** Achtung beim Kauf per Klick, Ausgabe 12/2015.

**Fittkau & Maaß Consulting (2003):** 16. WWW-Benutzer-Analyse W3B 1. April bis 6. Mai 2003; Hamburg 2003, online im Internet: <http://www.internetworld.de/technik/payment/bezahlvorlieben-online-shopper-1097169.html> (Stand 08.03.2017).

**Frigge, Dorothee (2016):** Online-Payment 2016 – Zahlungsarten im e-Commerce, Strategien, Herausforderungen und Perspektiven, EHI Retail Institute e.V.

**Fröhlich, Christiane (2016):** Heavy Shopper lieben Paypal, online im Internet: [http://www.internetworld.de/technik/payment/bezahlvorlieben-online-shopper-1097169.html?page=1\\_heavy-shopper-lieben-paypal](http://www.internetworld.de/technik/payment/bezahlvorlieben-online-shopper-1097169.html?page=1_heavy-shopper-lieben-paypal) (Stand 11.01.2017).

**GfK SE: eCommerce (2015):** Anteil bei Lebensmitteln und Drogerieartikeln wird sich verdoppeln <http://www.gfk.com/de/insights/press-release/ecommerce-anteil-bei-lebensmitteln-und-drogerieartikeln-wird-sich-verdoppeln/>

**giropay (2017a):** online im Internet: <https://www.giropay.de/kaeuffer/> (Stand 11.01.2017).

**giropay (2017b):** Sicher online überweisen, online im Internet: <https://www.giropay.de/kaeuffer/online-ueberweisen/> (Stand 16.01.2017).

**Google Payments (2016):** Google Payments Terms of Service – Buyer (US), online im Internet: [https://payments.google.com/payments/apis-secure/get\\_legal\\_document?ldo=o&ldt=buyertos&ldr=US#SafeHtmlFilter\\_Google+Wallet+Terms+Fees](https://payments.google.com/payments/apis-secure/get_legal_document?ldo=o&ldt=buyertos&ldr=US#SafeHtmlFilter_Google+Wallet+Terms+Fees) (Stand 16.01.2017).

**Groß, Svenja/Klees, Maria/Duscha, Andreas/Krüger, Malte/Hinrichs, Jens-Werner (2012):**

Der Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Händler – Ergebnisse der Umfrage IZH6, Institut für Handelsforschung.

**Halbach, Judith/Mertens, Sabrina/Klees, Maria/Krüger, Malte (2016):** Payment-Studie Vol. 20; IFH Köln 2016, online im Internet: <http://www.ifhkoeln.de/pressemitteilungen/details/ecc-payment-studie-rechnung-verliert-deutlich-in-der-gunst-der-online-shopper/> (Stand 11.01.2017).

**Landesdatenbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen (2014):**

Personalausweis und Datenschutz, online im Internet: [https://www.ldi.nrw.de/mainmenu\\_Service/submenu\\_Newsarchiv/Inhalt/Personalausweis\\_und\\_Datenschutz/Personalausweis\\_und\\_Datenschutz1.pdf](https://www.ldi.nrw.de/mainmenu_Service/submenu_Newsarchiv/Inhalt/Personalausweis_und_Datenschutz/Personalausweis_und_Datenschutz1.pdf) (Stand 08.03.2017).

**MasterPass (2017):** MasterPass Nutzungsbedingungen, online im Internet: <https://wallet.masterpass.com/Wallet/masterpass/de-de/terms.html> (Stand 16.01.2017).

**Melchior, Laura (2016):** Mobile Payment in Deutschland, online im Internet: <http://www.internetworld.de/mobile/mobile-payment/mobile-payment-in-deutschland-1134730.html> (Stand 15.05.2017).

**Meier, Andreas/Stormer, Henrik (2012):** eBusiness & eCommerce – Management der digitalen Wertschöpfungskette, 3. Auflage, Springer Gabler.

**Neteller (2015):** Nutzungsbedingungen für Neteller, online im Internet: <https://www.neteller.com/de/policies/terms-of-use> (Stand 13.01.2017).

**Oehler, Andreas (2016):** Digitale Welt und Finanzen – Zahlungsdienste und Finanzberatung unter einer Digitalen Agenda, Sachverständigenrat für Verbraucherfragen, online im Internet: <http://www.svr-verbraucherfragen.de/wp-content/uploads/Digitale-Welt-und-Finanzen.pdf> (Stand 16.01.2017).

**Pache, Arne (2016):** Kartenbasierte Innovationen im Payment in: Mosen, Marcus W./Moormann, Jürgen/Schmidt, Dietmar (Hg.): Digitale Payments – Revolution im Zahlungsverkehr, Frankfurt School Verlag.

**paydirekt (2015):** Bedingungen für Zahlungen mittels paydirekt, online im Internet: <https://www.paydirekt.de/agb/medien/paydirekt-Teilnahmebedingungen.pdf> (Stand 16.01.2017).

**paydirekt (2017),** online im Internet: <https://www.paydirekt.de/> (Stand 16.01.2017).

**PayPal (2017a):** PayPal-Nutzungsbedingungen, online im Internet: [https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/useragreement-full?locale.x=de\\_DE](https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/useragreement-full?locale.x=de_DE) (Stand 08.03.2017).

**PayPal (2017b):** Aktuelle Fassung der PayPal-Datenschutzgrundsätze, online im Internet: <https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/privacy-full> (Stand 20.02.2017).

**paysafecard (2013):** Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für paysafecard, online im Internet: [https://www.paysafecard.com/fileadmin/Website/Dokumente/AGB/TC\\_DE\\_paysafecard\\_12\\_2013.pdf](https://www.paysafecard.com/fileadmin/Website/Dokumente/AGB/TC_DE_paysafecard_12_2013.pdf) (Stand 16.01.2017).

**Penzel, Hans-Gert/Stahl, Ernst/Weinfurtner, Stefan/Wittman, Georg (2015):** Auf dem Weg von Electronic Payments in die Welt des mobilen Bezahlers in: Dittrich, Alfred/Egner, Thomas (Hg.): Trends im Zahlungsverkehr II, Bank-Verlag.

**PricewaterhouseCoopers (PwC) (2016):** Mobile Payment – Repräsentative Bevölkerungsbefragung 2016, online im Internet: <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/assets/pwc-bevoelkerungsbefragung-mobile-payment-2016.pdf> (Stand 08.03.2017).

**Rodenkirchen, Sonja/Krüger, Malte/Hinrichs, Jens-Werner (2009):** Internet-Zahlungssysteme aus Sicht der Händler: Ergebnisse der Umfrage IZH5 – Vorab-Kurzauswertung ausgewählter Aspekte, online im Internet: [http://epca.de/sites/default/files/documents/IZH5\\_kurz2009.pdf](http://epca.de/sites/default/files/documents/IZH5_kurz2009.pdf) (Stand 21.02.2017).

**Siebert, Sören (2014):** Das neue SEPA – Verfahren: Was ändert sich ab 2014 für Shops und Unternehmen?, online im Internet: <https://www.e-recht24.de/artikel/ecommerce/7738-sepa-2014-onlines-shops.html> (Stand 23.03.2017).

**Skrill (2017):** Willkommen bei Skrill, online im Internet: [https://www.skrill.com/fileadmin/content/pdf/legal/generalterms/termsfuse\\_de.pdf](https://www.skrill.com/fileadmin/content/pdf/legal/generalterms/termsfuse_de.pdf) (Stand 16.01.2017).

**SOFORT Überweisung (2017):** So funktioniert's, online im Internet: <https://www.sofort.com/ger-DE/kaeufers/so-funktioniert-sofort-ueberweisung> (Stand 16.01.2017).

**Stahl, Ernst / Wittmann, Georg / Krabichler, Thomas / Breitschaft, Markus (2015):** E-Commerce-Leitfaden – Noch erfolgreicher im elektronischen Handel, 3. Auflage, online im Internet: <https://ecommerce-leitfaden.de/download/E-Commerce-Leitfaden.pdf> (Stand 10.01.2017).

**Statista (2015):** B2C-E-Commerce: Ranking der Top100 größten Online-Shops nach Umsatz in Deutschland im Jahr 2015 (in Millionen Euro), online im Internet: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170530/umfrage/umsatz-der-groessten-online-shops-in-deutschland> (Stand 10.01.2017).

**Statista (2014):** Die Top 1.000 B2C-Internet-Unternehmen (Ausschnitt), online im Internet: <https://de.statista.com/ranking/internet-markt-deutschland> (Stand 10.01.2017).

**Statistisches Bundesamt (2016):** Wirtschaftsrechnungen. Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien, Fachserie 15 Reihe 4, online im Internet: [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/PrivateHaushalte/PrivateHaushalteIKT2150400157004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/PrivateHaushalte/PrivateHaushalteIKT2150400157004.pdf?__blob=publicationFile) (Stand 15.02.2017).

**Statistisches Bundesamt (2016):** Pressemitteilung zur IKT-Erhebung 2015, online im Internet: [https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/zdw/2016/PD16\\_28\\_p002pdf.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/zdw/2016/PD16_28_p002pdf.pdf?__blob=publicationFile) (Stand 15.02.2017).

**Steinacker, Sven / Krauß, Ralf (2017):** E-Payment und Mobile Payment in: Bräutigam, Peter/Rücker, Daniel (Hg.): E-Commerce – Rechtshandbuch, C.H. Beck.

**Verband der Internetwirtschaft e.V. (eco) (2015):** Die deutsche Internetwirtschaft 2015 – 2019. 2015. online im Internet: [https://www.eco.de/wp-content/blogs.dir/studie\\_internetwirtschaft\\_2015-2019.pdf](https://www.eco.de/wp-content/blogs.dir/studie_internetwirtschaft_2015-2019.pdf) (Stand 15.05.2017).

**Waldmann, Michael (2014):** Proximity Mobile Payment – Die Rolle mobiler Bezahlverfahren im stationären deutschen Einzelhandel sowie deren Erfolgsfaktoren und Potenziale aus Kunden- und Händlersicht in: Wagener, Andreas (Hg.): Hofer akademische Schriften zur Digitalen Ökonomie, Hochschule Hof.

**Weinfurtner, Stefan/Stahl, Ernst/Wittmann, Georg/Pur, Sabine/Weisheit, Silke (2012):** E-Payment-Barometer Oktober 2012 – Fokus: Bezahlen über Intermediäre, online im Internet: [http://www.ibi.de/files/E-Payment-Barometer\\_1-2012.pdf](http://www.ibi.de/files/E-Payment-Barometer_1-2012.pdf) (Stand 20.01.2017).

**Weinfurtner, Stefan/Weisheit, Silke/Wittmann, Georg/Stahl, Ernst/Pur Sabine (2011):** Zahlungsabwicklung im E-Commerce – Fakten aus dem deutschen Online-Handel, online im Internet: [https://ecommerce-leitfaden.de/download/studien/Zahlungsabwicklung\\_im\\_E-Commerce.pdf](https://ecommerce-leitfaden.de/download/studien/Zahlungsabwicklung_im_E-Commerce.pdf) (Stand 20.01.2017).

**Weinfurtner, Stefan/Wittman, Georg/Stahl, Ernst/Wittmann, Michael/Pur, Sabine (2013):** Erfolgsfaktor Payment – Der Einfluss der Zahlungsverfahren auf Ihren Umsatz, 2. Auflage, online im Internet: <https://ecommerce-leitfaden.de/studien/item/erfolgsfaktor-payment-2-auflage> (Stand 20.01.2017).

**Wenk-Fischer, Christoph/Zirbes, Ralf (2016):** Die Wirtschaftslage im deutschen Interaktiven Handel B2C 2015/2016 – Geschäftslage und -erwartungen, Social Media, Dynamische Preisgestaltung, online im Internet: [https://www.boniversum.de/wp-content/uploads/2016/07/160607\\_Praesentation\\_Die\\_Wirtschaftslage\\_im\\_Interaktiven\\_Handel\\_.pdf](https://www.boniversum.de/wp-content/uploads/2016/07/160607_Praesentation_Die_Wirtschaftslage_im_Interaktiven_Handel_.pdf) (Stand 09.03.2017).

**Wittmann, Georg/Stahl, Ernst/Weinfurtner, Stefan/Pur, Sabine/Schneider, Christian (2012):** Die Qual der Wahl – Wie Online-Händler ihre Zahlungsverfahren auswählen, online im Internet: [https://ecommerce-leitfaden.de/download/studien/Studie\\_Zahlungsverfahrenportfolio.pdf](https://ecommerce-leitfaden.de/download/studien/Studie_Zahlungsverfahrenportfolio.pdf) (Stand 20.01.2017).

### Urteile

Landgericht Frankfurt am Main, Urteil vom 24.06.2015, AZ. 2-06 O 458/14

Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Urteil vom 24.08.2016, AZ. 11 U 123/15



## IMPRESSUM

### Herausgeber

Verbraucherzentrale Brandenburg e. V.  
Geschäftsführer Dr. Christian A. Rumpke  
Babelsberger Str. 12  
14473 Potsdam  
Tel. (0331) 298 71-0  
Fax (0331) 298 71-77  
E-Mail marktwaechter@vzb.de

**Autoren:** Dr. Kirsti Dautzenberg, Constanze Gaßmann,  
Britta Groß, Sebastian Lambeck, Maike Lück, Hannes  
Prüßner

**Titelbild:** shutterstock/VectorHot

**Gestaltung:** Henrike Ott, Visuelle Kommunikation

**Druck:** Königsdruck – Printmedien und digitale Dienste  
GmbH

**Stand:** März 2017

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier

© Verbraucherzentrale Brandenburg e. V.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
der Justiz und  
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**verbraucherzentrale**