

Frühjahr-Umfrage 2015: Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet

Regelmäßige Umfragen zu Themen des Online- und Versandhandels

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) und der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) führen regelmäßig gemeinsam Umfragen zu aktuellen Themen des Online- und Versandhandels durch. Die Ergebnisse basieren auf bundesweiten repräsentativen Online-Umfragen bei Personen zwischen 18 und 69 Jahren. Die aktuelle Umfrage schreibt die erstmals im April 2011 durchgeführte Umfrage zum mobilen Einkauf mit dem Smartphone und den dabei genutzten Bezahlwegen fort. Seit dem letzten Jahr wird zudem explizit nach der Nutzung von Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf gefragt.

Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet

Nutzung von Smartphones und Tablets zum mobilen Shopping nimmt weiter zu – zwei von drei Deutschen nutzen beide auch zum mobilen Einkauf

Die Nutzung von Smartphones und Tablets zum mobilen Einkaufen und Bezahlen hat in den letzten zwölf Monaten nochmals deutlich zugenommen. Smartphones und Tablets sind wie der mobile Einkauf „in“. Nach Angaben des amerikanischen Technologieunternehmens „comScore“ hat sich alleine die Anzahl von Smartphone-Nutzern in Deutschland von 19,6 Millionen im Jahr 2011 auf rund 45,6 Millionen im Frühjahr 2015 mehr als verdoppelt (+ 133 Prozent). Und auch die Nutzung von Tablets nimmt weiterhin deutlich zu. Bis 2018 soll die Zahl der Tablet-Nutzer von rund 32 Prozent in 2014 auf etwa 48 Prozent steigen (Marktforschungsinstitut eMarketer, 2014). Aktuell geben zwei von drei Smartphone- und Tablet-Besitzern in Deutschland an, Smartphone und Tablet auch zum mobilen Einkauf zu nutzen (64 Prozent). Der Anstieg beträgt im Jahresvergleich rund 7 Prozentpunkte.

Nutzung eines Smartphones zum mobilen Einkauf						
Frühjahr	2011	2012	2013	2014	2015	
Nutzung	23%	32% (+9)	40% (+8)	57% (+17)	64% (+7)	
Keine Nutzung	77%	68% (-9)	60% (-8)	43% (-17)	36% (-7)	
Gesamt	100%					

Besonders Männer und junge Personengruppen nutzen das Smartphone und Tablet nicht nur für Telefonate und aus Unterhaltungszwecken, sondern auch zum „Mobile Shopping“. Generell gilt weiterhin: Je jünger und je bildungsnäher, desto stärker werden Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf genutzt. Dieser Trend bestätigt sich auch bei der aktuellen Frühjahrsumfrage, auch wenn gleichzeitig fast alle anderen soziodemographischen Personengruppen in diesem Jahr beim Einkauf mit Smartphone und Tablet spürbar zulegen. So hat beispielsweise die Nutzungsquote von Geringverdienern (+ 10 Punkte) und Normalverdienern (+9 Punkte) stärker zugenommen als die der Gutverdiener (+ 2 Punkte). Zudem bleibt die männliche Nutzungsquote (67 Prozent; + 9 Punkte) weiterhin oberhalb der Quote der weiblichen Nutzer (61 Prozent; + 5 Punkte).

Traditionelle Bezahlwege nehmen leicht zu – Payment-Dienstleister nehmen leicht ab

Die aktuelle Umfrage zeigt zudem, dass der Wandel der Zahlungswege, die die Nutzer beim Einkauf mit Smartphone und Tablet wählen, derzeit stagniert. So nimmt die Zahlung über Payment-Dienstleister im Vergleich zum Vorjahr erstmals seit 2011 leicht ab, bleibt aber der Gunst der Nutzer zum dritten Mal in Folge vor der Nutzung eher traditioneller Bezahlwege wie Rechnung und Kreditkarte. Die traditionellen Bezahlwege legen wieder leicht zu und weisen nunmehr einen Nutzeranteil von 38 Prozent auf (+ 1 Punkt). Hingegen nimmt der Anteil der Smartphone- und Tablet-Besitzer, die mobil einkaufen und ihre Einkäufe über Payment-Dienstleister (48 Prozent) wie sofortüberweisung.de oder PayPal bezahlen, um rund zwei Prozentpunkte ab.

Mobiler Einkauf und Bezahlung mit einem Smartphone						
Frühjahr	2011	2012	2013	2014	2015	
Zahlung über Mobile-Payment-Dienstleister*	38%	41% (+3)	44% (+3)	50% (+6)	48% (-2)	
Traditionelle Zahlweisen**	45%	43% (-2)	42% (-1)	37% (-5)	38% (+1)	
Zahlung über den eigenen Netzanbieter	16%	15% (-1)	12% (-3)	11% (-1)	12% (+1)	
Andere Wege	2%	2% (±0)	2% (±0)	2% (±0)	2% (±0)	
Gesamt	100%					

* wie sofortüberweisung.de oder PayPal,
** über Rechnung oder Kreditkarte.

Die Bezahlverfahren der „eigenen Netzanbieter“, also der entsprechenden Mobilfunkunternehmen (12 Prozent; + 1 Punkt), gewinnen im Vergleich zum letzten Jahr wieder leicht an Bedeutung. Weiterhin nutzt nur eine kleine Minderheit für das

Bezahlen der mobil getätigten Einkäufe nicht näher bezeichnete „andere Wege“ (2 Prozent; ± 0 Punkte).

Fazit: Die deutliche Zunahme der Nutzeranteile insbesondere junger und technikaffiner Personengruppen beim mobilen Einkauf mit Smartphone und Tablet korrespondiert mit dem Wandel der verwendeten Bezahlformen – allerdings zeigt sich aktuell erstmals eine leichte Stagnation für den Bezahlweg Mobile-Payment. Zugleich erreicht der Nutzungszuwachs nicht mehr die Stärke der Vorjahre. Eine Zusatzauswertung ergab zudem, dass viele Smartphone- und Tablet-Nutzer beim Mobile Shopping die Registrierung und das LogIn (insbesondere auf dem Smartphone) für „kompliziert“ (32 Prozent aller Antworten) oder den Bestellprozess generell für „schwierig zu handhaben“ halten (28 Prozent). Zudem befasste sich jede fünfte Antwort mit dem „mangelnden Sicherheitsgefühl bei der Bezahlungsabwicklung“ (17 Prozent aller Antworten).

Nutzerprofile nach soziodemographischen Kriterien

Die Nutzung von Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf ist bei Männern, jungen Personen und bei „Gutverdienern“ weiterhin überdurchschnittlich

Die Basistrends sind dennoch wie in den Vorjahresuntersuchungen stabil: Insbesondere technikaffine, meist jüngere Menschen sowie Personen mit höherem Einkommen nutzen häufiger als andere Personengruppen Smartphone und Tablet zum Mobile Shopping. Aber auch 2015 weisen fast alle anderen soziodemographischen Gruppen spürbare, oft auch überdurchschnittliche Zuwachsraten auf. So ist die Nutzungsquote von Frauen in diesem Jahr über die 60-Prozent-Marke gestiegen (61 Prozent; + 5 Punkte), auch wenn die Quote der männlichen Nutzer nochmals deutlicher zugenommen hat (67 Prozent; + 9 Punkte).

Nutzung eines Smartphone zum mobilen Einkauf nach soziodemographischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)

Bezugszeitraum: Frühjahr...	Nutzungsquoten (Abweichungen in Prozentpunkten)						
	2011	2013		2014		2015	
Gesamt	23,4%	39,5%	+7,8	57,4%	+17,9	64,3%	+6,9
nach Geschlecht							
Männer	26,0%	43,0%	+6,1	58,6%	+15,6	67,4%	+8,8
Frauen	20,8%	35,9%	+9,2	56,2%	+20,3	61,3%	+5,1
nach Altersgruppen							
18-39 Jahre	28,7%	55,6%	+10,5	73,9%	+18,3	80,0%	+6,1
> 40 Jahre	20,0%	29,4%	+6,4	47,6%	+18,2	53,9%	+6,3
nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen*							
Geringverdiener	21,6%	31,7%	-0,7	50,7%	+19,0	60,3%	+9,5
Normalverdiener	25,8%	39,8%	+10,1	54,6%	+14,8	63,2%	+8,5
Gutverdiener	23,7%	47,5%	+13,9	67,5%	+20,0	69,9%	+2,4

* Die Einkommensgruppen: Geringverdiener (< 1.500 €); Normalverdiener (1.501 - 2.500 €); Gutverdiener (> 2.500 €)

Anmerkung: Die blau hervorgehobenen Werte liegen über den jeweiligen Bezugswerten.

Bei der Altersgruppe der unter 40-jährigen nutzen mittlerweile rund 80 Prozent der Besitzer von Smartphone und Tablet die Geräte auch zu mobilen Einkaufszwecken (18-39 Jahre, spezifischer Nutzungsanteil: 80 Prozent; + 6 Punkte). Zudem erreichen auch die älteren Personengruppen in diesem Jahr eine Nutzungsquote, die erstmals über der 50-Prozent-Marke liegt (über 40 Jahre: 54 Prozent; + 6 Punkte). Zudem zeigt sich, dass offensichtlich gerade allein lebende bzw. ungebundene Personen mit deutlich zunehmender Tendenz Smartphone und Tablet zum Mobile Shopping nutzen (allein lebende Personen: 58 Prozent; + 19 Punkte; Singles: 69 Prozent; + 14 Punkte). Und auch bei Rentnern (42 Prozent; + 14 Punkte) und bei Personen über 50 Jahren (50 bis 59 Jahre: 55 Prozent; + 9 Punkte; 60 bis 69 Jahre: 40 Prozent; + 8 Punkte) hat die Nutzung von Smartphone und Tablet zum Mobile Shopping binnen Jahresfrist nochmals deutlich zugenommen.

Auffällig: Die Nutzung von Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf hat bei „Geringverdienern“ (unter 1.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen: 60 Prozent; +10 Punkte) und bei „Normalverdienern“ (1.500 bis 2.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen: 63 Prozent; + 9 Punkte) im Vergleich zum letzten Jahr überdurchschnittlich zugenommen, auch wenn Gutverdiener weiterhin deutlich häufiger mit Smartphone und Tablet einkaufen (70 Prozent; + 2 Punkte). Zudem weisen in diesem Frühjahr „Sparer“ (66 Prozent; + 4 Punkte), „Kreditnutzer“ (71 Prozent; + 9 Punkte), Personen, die in nächster Zeit kreditfinanziert Anschaffungen tätigen wollen (81 Prozent; + 8 Punkte) zum deutlich überdurchschnittliche Nutzungsquoten wie Nutzungsanstiege auf. Allerdings zeigen ostdeutsche Verbraucher in diesem Frühjahr (60 Prozent; ± 0 Punkte) und im Gegensatz zum letzten Jahr keine Veränderung der Nutzungsquote von Smartphone und Tablet.

Payment-Dienstleister gewinnen 2014 bei Frauen, „Geringverdienern“ und bei eher älteren Menschen überdurchschnittlich an Bedeutung

Der Nutzungswandel und Bedeutungsgewinn des Mobile Shoppings mit Smartphone und Tablet korrespondieren mit Veränderung der genutzten Zahlungswege, die Smartphone- und Tablet-Besitzer beim mobilen Einkauf verwenden. Trotz aktuell eher stagnativer Tendenz werden rund die Hälfte aller mobilen Zahlungen über Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal abgewickelt. Bereits 2013 hatten die Payment-Dienstleister die „Führungsrolle“ von den traditionellen Bezahlverfahren wie Rechnung oder Kreditkarte übernommen. Auch 2015 nutzt jeder zweite Smartphone- und Tablet-Besitzer Payment-Dienstleister zum Bezahlen des mobilen Einkaufs (48 Prozent; - 2 Punkte). Die anderen abgefragten Bezahlverfahren stagnieren im Jahresvergleich oder haben, wenn auch nur leicht, an Bedeutung gewonnen (traditionelle Zahlverfahren: 38 Prozent; + 1 Punkt; Zahlung über eigenen Netzanbieter: 12 Prozent; + 1 Punkt).

Die Entwicklungstrends bei der Nutzung der unterschiedlichen Bezahlverfahren sind wie in den Vorjahren uneinheitlich, zum Teil wiederum mit anderen Vorzeichen als im Vorjahr. So nutzen „Gutverdiener“ die traditionellen Zahlweisen mit Rech-

nung oder Kreditkarte wieder stärker als im Vorjahr (42 Prozent; + 4 Punkte). Gleiches gilt für ältere Personengruppen (41 Prozent; + 4 Punkte), für Personen mit gehobenem Bildungsniveau (43 Prozent; +3 Punkte) und ganz generell für Menschen, die in Westdeutschland leben (40 Punkte; + 5 Punkte). Ostdeutsche Verbraucher geben hingegen wieder deutlich weniger häufig an, ihren mobilen Einkauf mit traditionellen Zahlweisen wie Rechnung oder Kreditkarte zu bezahlen (35 Prozent; - 14 Punkte). Die ostdeutschen Verbraucher nutzen im Gegensatz zum letzten Jahr und gegen den Gesamttrend deutlich häufiger Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal (50 Prozent; + 12 Punkte).

Einkauf und Bezahlung mit einem Smartphone oder Tablet nach soziodemographischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)*										
Bezugszeitraum: Frühjahr...	mit traditionellen Zahlweisen**					mit Payment-Dienstleistern***				
	2012	2013	2014	2015	Abw.	2012	2013	2014	2015	Abw.
Gesamt	43,1%	42,0%	37,2%	38,3%	+1,1	40,6%	44,1%	49,7%	47,7%	-1,9
nach Geschlecht										
Männer	43,2%	41,4%	36,2%	37,8%	+1,6	41,5%	46,8%	49,2%	47,7%	-1,5
Frauen	43,1%	42,9%	38,2%	38,8%	+0,6	39,4%	40,8%	50,2%	47,8%	-2,3
nach Altersgruppen										
18-39 Jahre	37,4%	39,6%	37,3%	35,9%	-1,4	44,7%	44,7%	48,8%	48,0%	-0,8
> 40 Jahre	50,4%	44,9%	37,1%	40,5%	+3,5	35,5%	43,4%	50,5%	47,5%	-3,0
nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen****										
Geringverdiener	39,6%	39,5%	33,3%	34,7%	+1,4	45,0%	40,4%	52,9%	47,6%	-5,3
Normalverdiener	49,5%	35,8%	38,7%	38,2%	-0,5	33,0%	49,3%	47,4%	47,8%	+0,4
Gutverdiener	41,4%	48,3%	38,7%	42,4%	+3,7	42,3%	42,2%	48,9%	47,5%	-1,4

* Bezug: Nutzung des Smartphones beim Einkauf; ohne „andere Wege“ und ohne „über eigene Netzanbieter“.

** über Rechnung oder Kreditkarte.

*** wie sofortüberweisung.de oder PayPal.

**** Die Einkommensgruppen: Geringverdiener (< 1.500 €); Normalverdiener (1.501-2.500 €); Gutverdiener (> 2.500 €)

Anmerkung: Die blau hervorgehobenen Werte liegen über den jeweiligen Bezugswerten.

Ansonsten zeigt sich der leichte Bedeutungsrückgang der Payment-Dienstleister in vielen soziodemographischen Gruppen: Die entsprechenden Nutzungsquoten von Frauen und Männern (jeweils 48 Prozent; - 2 Punkte) liegen in diesem Jahr nunmehr wieder auf gleichem Niveau. Letzteres gilt auch für die jüngeren und älteren Personenkreise (48 Prozent), wobei die Nutzungsquote der eher älteren Altersgruppen (über 40 Jahre: - 3 Punkte) stärker zurückgeht als bei den jüngeren Altersgruppen (bis 39 Jahre: - 1 Punkt).

Zudem weist in diesem Frühjahr die Gruppe der „Geringverdiener“ den stärksten Rückgang der Nutzungsquoten nach Einkommensgruppen von Payment-Dienstleistern auf (48 Prozent; - 5 Punkte), nachdem sie im letzten Jahr den stärksten Anstieg aufwies. Die Nutzungsquoten der Payment-Dienstleister von „Normalverdienern“ (48 Prozent; + 1 Punkt) und „Gutverdienern“ (48 Prozent; - 1 Punkt) stagnieren nahezu – mit jeweils umgekehrten Vorzeichen.

Fazit: „Mobile Shopping“ mit Smartphone und Tablet wird für viele Verbraucher immer selbstverständlicher und alltäglicher. Die Bezahlverfahren der Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal haben sich fest etabliert und bleiben auch 2015 in der Gunst der Verbraucher in Deutschland beim mobilen Einkauf vor den traditionellen Zahlweisen wie Rechnung und Kreditkarte. Allerdings nutzt ebenfalls weiterhin etwa die Hälfte der Smartphone- und Tablet-Nutzer entweder traditionelle Zahlweisen oder die Angebote der Netzanbieter.

In den aktuellen Ergebnissen zeigt sich aber auch, dass der Wachstumstrend von Smartphone und Tablet beim Mobile Shopping und der entsprechende Wandel der Bezahlverfahren an Dynamik verloren hat. Möglicherweise spielen hierbei bei den Verbrauchern auch Anwendungsprobleme beim Mobile Shopping (bei Handhabung, Registrierung und Login) oder generelle Sicherheitsbedenken bei der Zahlungsabwicklung eine Rolle.

Über Boniversum

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der größten Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Der Einsatz von Bonitätsprüfungen schützt Unternehmen vor Zahlungsausfällen bei Geschäften mit ihren Kunden. Daneben umfasst das Portfolio Adressvalidierungen, Identifizierungen, Monitoring und Betrugsprävention. Boniversum wird damit zu einem Lösungsanbieter für ein optimiertes Risikomanagement. Zusätzlich bietet Boniversum mit BONIGO einen Service direkt für Privatpersonen an. Die Selbstauskunft sowie weitere Produkte rund um die Bonität werden online angeboten. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe.

Über den bevh

Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler).

Die Branche setzt aktuell jährlich im Privatkundengeschäft allein mit Waren rund 40 Mrd. Euro um. Der Online-Handel mit Waren hat daran einen Anteil von über 80 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im Geschäft mit gewerblichen Kunden wird auf mindestens 8,8 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Impressum

Kontakt

Creditreform Boniversum GmbH
 Hellersbergstr. 11 | D-41460 Neuss
 www.boniversum.de | www.bonigo.de
 Pressekontakt: Dana Wipperfeld | Fon +49 (0)2131 109-5103
 d.Wipperfeld@boniversum.de

Bundesverband E-Commerce und
 Versandhandel Deutschland e. V. (bevh)
 Friedrichstraße 60 | 10117 Berlin
 Pressekontakt: Franziska Solbrig, Fon +49 (0)30-20 61 385-16
 Mobil: +49 (0)162-2525268
 franziska.solbrig@bevh.org | www.bevh.org | www.katalog.de |
 www.twitter.com/versandverband

Wissenschaftliche Beratung

Dr. Rainer Bovelet, Aachen

Erhebung

Innofact AG, Düsseldorf

Basisdaten

Bundesweite Online-Befragungen
 bevölkerungsrepräsentativ, 18 bis 69 Jahre
 Erhebungszeitraum: Frühjahr 2015 – 14./20.04.2015
 Stichprobe: 1.054 Bürger

Wenn Sie schon einmal mit Ihrem Smartphone oder mit Ihrem Tablet eingekauft haben, auf welchem Wege haben Sie dann Ihren Einkauf bezahlt? Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an!

Die Antwortmöglichkeiten: Ich habe meine Rechnung traditionell, also mittels Rechnung oder Kreditkarte, bezahlt. | Ich habe meine Rechnung direkt über meinen eigenen Netzanbieter bezahlt. | Ich habe meine Rechnung über Payment Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal bezahlt. | Ich habe meinen mobilen Einkauf auf anderem Wege bezahlt. (Offene Antwortmöglichkeit) | Ich habe noch nie mit meinem Smartphone oder Tablet mobil eingekauft.