

MARKTFORSCHUNG

3D Secure lässt in jedem dritten Shop Kreditkartenumsätze sinken

Durchschnittlich 6,9 verschiedene Bezahlarten bieten die 1000 größten Online-Shops in Deutschland an, wobei die Spanne von 6,7 Optionen bei den kleineren dieser 1000 Shops bis hin zu 9,0 bei den zehn größten reicht. Das geht aus der Studie E-Commerce-Deutschland 2018 von EHI und Statista hervor.

Beim Umsatzanteil liegt demnach der Kauf auf Rechnung mit 27,9 Prozent vorn, Paypal folgt mit 25,7 Prozent auf Platz zwei und der Lastschrift auf Platz drei. Aufgrund der großen Marktdominanz von Amazon verändert sich dieses Bild, wenn man den Markt ohne den Branchenriesen betrachtet: Der Anteil der Rechnung steigt dann auf über ein Drittel (34,9 Prozent) und der von Paypal auf mehr als ein Viertel (25,7 Prozent), während die Lastschriftquote auf 4,3 Prozent zusammenschmilz. Das wiederum heißt: Die Lastschrift verdankt ihre starke Position im Umsatz-Mix der Online-Händler in Deutschland vor allem Amazon.

Im Vorgriff auf die SCA im Kontext mit der PSD2 ist die Absicherung von Kreditkartenzahlungen mit 3D-Secure kräftig gestiegen. 2019 nutzen mehr als zwei Drittel der Händler grundsätzlich 3DS, weitere 16 Prozent unter bestimmten Voraussetzungen. 2018 waren dies noch 55 Prozent (grundsätzlich) beziehungsweise 27 Prozent (unter Voraussetzungen).

Restlos glücklich ist der Handel damit allerdings nicht. 40 Prozent der Händler berichten von 3DS-bedingten Kaufabbrüchen nach Auswahl der Zahlungsart Kreditkarte. Bei 34 Prozent der Shops wird die Bezahlart Kreditkarte seit der Einführung seltener gewählt, bei 37 Prozent sind die Kreditkartenumsätze gesunken.

Von Ausnahmen von der Zwei-Faktor-Authentifizierung will 2019 fast jeder zweite Händler (49 Prozent) Gebrauch machen – deutlich mehr als im Vorjahr. 2018 hatten nur 36 Prozent der Shops der Aussage zugestimmt, man versuche die 2FA zu umgehen. Der Anteil jener, die ihren Bezahlprozess an die neuen Regeln anpassen wollen, liegt 2019 mit 35 Prozent nur einen Prozent unter dem Vorjahreswert.

Immerhin 16 Prozent haben sich auch wenige Monate, bevor die Zwei-Faktor-Authentifizierung zur Pflicht wird (Untersuchungszeitraum war der 7. März bis 12. April 2019), noch keine Gedanken zu diesem Thema gemacht. Der eine oder andere könnte somit im September eine böse Überraschung erleben.

Weiter ist der Online-Handel bei mobil optimierten Bezahlprozessen. Zwei Drittel der Shops haben ihren Bezahlprozess komplett für mobile Endgeräte optimiert, weitere zehn Prozent zumindest für einige Bezahlverfahren. Red.

2FA - Online-Shops auf der Suche nach Ausweichstrategien

