

4.6 Zahlungen im Internet

Mittlerweile nutzen insgesamt mehr als 82 % der Befragten das Internet mindestens selten, 57 % sind einmal oder mehrmals täglich online. Zum Vergleich: Drei Jahre zuvor nutzten 77 % der Befragten das Internet mindestens selten, 51 % waren täglich online. Hinsichtlich der verwendeten Geräte zur Einwahl ins Internet stehen mittlerweile der Laptop und das Smartphone gleichauf an erster Stelle. Dabei hat das Smartphone den stationären PC im Vergleich zum Jahr 2014 auf den dritten Platz verdrängt (das Tablet folgt an vierter Stelle). Damit wird das Smartphone ein immer wichtigerer Zugangskanal für den Onlineeinkauf und bestimmt zunehmend die ergonomischen Kriterien – etwa im Hinblick auf die Bequemlichkeit und Einfachheit der Zahlung, an denen sich Internetbezahlverfahren messen lassen müssen.

67 % aller Befragten kaufen im Internet ein, davon etwa die Hälfte mindestens ein- oder mehrmals im Monat bzw. pro Woche. In der ersten Erhebung 2008 lag der Anteil der Onlinekäuferinnen und -käufer insgesamt lediglich bei 42 % (2014: 63 %). Im Zuge dieses deutlichen Anstiegs nahm die Bekanntheit von Internetbezahlverfahren ebenfalls zu. Laut Fragebogen kennen 87 % aller Befragten diese Verfahren, 44 % nutzen sie auch (2014: 82 % bzw. 41 %). Während im Fragebogen 57 % der Befragten angeben, bei freier Wahl bevorzugt per Überweisung zu zahlen, wurde ein Großteil des (tatsächlich getätigten) Onlineumsatzes in der Tagebuchwoche (58 %) schließlich über Internetbezahlverfahren wie z. B. PayPal oder Sofort-Überweisung bezahlt.¹² Dies stellt einen Anstieg von rund 17 Prozentpunkten gegenüber dem Jahr 2014 dar. Im Gegenzug ging der getätigte Umsatz vor allem bei Überweisungen (minus neun Prozentpunkte) und Kreditkarten (minus sechs Prozentpunkte) zurück.

Neben dem „klassischen“ Onlineeinkauf, bei dem die Ware online bestellt und per Post versandt wird, bieten einige Händler mittlerweile an, die Ware über das Internet zu bestellen und anschließend im Ladengeschäft abzuholen. Beispiele hierfür

¹² Um die Komplexität des Tagebuchs für die Befragten so gering wie möglich zu halten, wurden Internetbezahlverfahren hier gesammelt abgefragt (s. Abbildung 6). Im Interview hingegen wurden die konkreten Präferenzen für einzelne Produkte wie PayPal, Sofort-Überweisung, paydirekt oder giropay erhoben (s. Abbildung 9).