

Deutsches Institut für Bankwirtschaft Schriftenreihe

Band 4

E-Payment –

Die Bedeutung von Zahlungssystemen im Internet am Beispiel des Finanzdienstleisters Paypal

von
Kay Schindler

herausgegeben von Henrik Schütt

Abstract der Arbeit

Die Entwicklung des Internet hat im letzten Jahrzehnt eine Fülle neuer Geschäftsideen hervorgerufen. Dies zeigt sich auch im Finanzbereich. Durch die Zunahme von internetgestütztem Versandhandel, Auktionen und anderen Geschäftsvorfällen, die mit einem Bezahlvorgang verbunden sind, hat sich auch ein Bedarf an internetgerechten Bezahlösungen eingestellt. Hier hat der Finanzdienstleister Paypal, über den in der vorliegenden Untersuchung berichtet wird, eine international beachtenswerte Ausgangsposition erreicht.

Zitation:

Schindler, Kay (2010):

E-Payment – Die Bedeutung von Zahlungssystemen im Internet am Beispiel des Finanzdienstleisters Paypal

In: Deutsches Institut für Bankwirtschaft – Schriftenreihe, Band 4 (06/2010)

ISSN 1869-635X erhältlich unter:

<http://www.deutsches-institut-bankwirtschaft.de/schriftenreihe.html>

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
2 Voraussetzungen für die Entstehung von Online-Bezahlssystemen	2
2.1 Veränderungen im Verhalten der Internetnutzer.....	2
2.2 Entwicklung des Online-Handels in den letzten Jahren.....	2
3 Ansprüche an Zahlungssysteme bei Internet-Einkäufen.....	4
3.1 Anforderungen aus Sicht der Kunden	4
3.2 Anforderungen aus Sicht der Händler.....	5
4 E-Payment - Zahlungsformen im Internet	6
4.1 Kategorisierung.....	6
4.1.1 Zeitpunkt der Zahlung.....	6
4.1.2 Höhe des zu zahlenden Betrages.....	7
4.2 Das Online-Bezahlssystem Paypal	7
4.2.1 Entwicklung und Funktionsweise	7
4.2.2 Verbreitung im Online-Handel und zukünftige Entwicklungstendenzen ...	9
5 Fazit.....	10
Literaturverzeichnis	12
Internetverzeichnis	13

Abkürzungsverzeichnis

BGB	-	Bürgerliches Gesetzbuch
bvh	-	Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.
E-Commerce	-	electronic Commerce
E-Mail	-	electronic Mail
E-Payment	-	electronic Payment
FAZ	-	Frankfurter Allgemeine Zeitung

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Verteilung des Versandhandelsumsatzes 2009	Seite 3
Abb. 2	Anforderungen von Kunden und Händlern	Seite 4
Abb. 3	Häufigkeit der Nutzung verschiedener Zahlungsverfahren	Seite 10

1 Einleitung

Mit der Einführung des Internets entwickelten sich in den letzten Jahren des vorigen Jahrhunderts neue Möglichkeiten für Versandhändler, ihre Waren auch über sogenannte Online-Shops an den Kunden zu bringen. Um neben dem Einkauf auch gleichzeitig Zahlungen über dieses neue Medium abwickeln zu können, entstanden in den folgenden Jahren neue elektronische Zahlungssysteme. Die zunehmende Zahl dieser modernen Systeme überstieg schon bald die Kapazitäten des Marktes, weshalb sich nur wenige von ihnen bis heute halten konnten.¹ Was sind also die Voraussetzungen für das erfolgreiche Bestehen dieser Zahlungssysteme? Und wie werden sie im Vergleich zu den klassischen Zahlungsformen wie Lastschrift oder Kreditkartenzahlung bei Einkäufen im Internet in Anspruch genommen? Diese und weitere Fragen sollen am Beispiel des Zahlungsdienstleisters Paypal im Rahmen dieser Arbeit geklärt werden.

Mit Ausnahme von zahlreichen Arbeiten über Internet-Zahlungssysteme, die während des sogenannten E-Payment-Booms in den 90er Jahren entstanden sind, gibt es bislang nur wenig aktuelle Literatur zur Bedeutung dieser relativ neuen Zahlungssysteme. Das Ziel dieser Untersuchung soll daher darin bestehen die Frage zu klären, welche Rolle Online-Zahlungssysteme wie PayPal im Internet-Zahlungsverkehr einnehmen und welche Kriterien von solchen Systemen erfüllt werden müssen, um langfristig sowohl von Käufern als auch von Händlern als Zahlungsmethode bei Internet-Einkäufen akzeptiert zu werden.

Zu Beginn werden dazu zunächst grundlegende Voraussetzungen für die Entstehung neuer Zahlungssysteme verdeutlicht. Dabei werden Veränderungen in der Internetnutzung sowie Entwicklungen im elektronischen Handel erläutert. Darauf aufbauend werden im folgenden Kapitel die Anforderungen von Kunden und Händlern an elektronische Zahlungssysteme aufgezeigt. Nachdem ausgewählte Kriterien zur Einteilung dieser Systeme erklärt werden, erfolgt die Vorstellung des Online-Bezahlsystems Paypal. Hierbei wird vor allem die Entwicklung und Funktionsweise dieses Systems ausführlich erläutert. Im Anschluss wird die Verbreitung von E-Payment-Systemen wie Paypal analysiert und abschließend zukünftige Entwicklungstendenzen dieser Systeme aufgezeigt.

¹ Vgl. Merz, Michael (2002), S. 459.

2 Voraussetzungen für die Entstehung von Online-Bezahlssystemen

2.1 Veränderungen im Verhalten der Internetnutzer

Eine wesentliche Grundlage für die Existenz von Online-Bezahlssystemen bildet die stetige Entwicklung des Internets. In den letzten Jahren hat diese Informationstechnologie immer mehr an Bedeutung gewonnen und ist mittlerweile ein fester Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens. Während im Jahr 1997 nur 4,1 Mio. Menschen in Deutschland gelegentlich das Internet nutzten, waren es 2009 mit 43,5 Mio. schon deutlich mehr.² Die Entwicklung der Internetnutzung in den letzten zwei Jahren ist dabei, anders als in den Jahren zuvor, nicht durch eine vollständige Ausschöpfung aller Nutzergruppen gekennzeichnet, sondern durch eine zunehmende Einbindung des Internets in den Alltag der Menschen geprägt. So ist die Zahl derer, die das Internet häufiger als einmal in vier Wochen nutzen seit 2003 von 33,1 Mio. auf 42,0 Mio. in 2009 angestiegen.³ Die Ursachen dafür sind vielseitig: Technologische Fortschritte in der Entwicklung des Internets ermöglichen immer schnellere Datenübertragungen. Der traditionelle Postverkehr wird immer mehr durch die elektronische Post ersetzt. Täglich tauschen mehrere Millionen Menschen Informationen über das Internet aus. So benötigen ungefähr 87,0 % der deutschen Internetnutzer das Internet für Ihren Postversand.⁴ Ein weiterer Grund für die regelmäßige Nutzung liegt darin, dass sich über das Internet schneller und gezielter Informationen beschaffen lassen als über klassische Kommunikationsmedien wie beispielsweise Radio oder Zeitung. Diesen Vorteil nutzen viele Menschen, um sich jeden Tag über die neuesten Nachrichten aus der ganzen Welt zu informieren. Mittlerweile verzeichnen Online-Nachrichtendienste wie FAZ.NET mehrere Millionen Online-Leser pro Monat.⁵

2.2 Entwicklung des Online-Handels in den letzten Jahren

Auch der Online-Handel gewinnt durch die tägliche Nutzung des Internets immer mehr an Bedeutung für die Gesellschaft. Mehr und mehr Menschen nutzen das Internet, um in sogenannten Online-Shops einkaufen gehen zu können. Eine Studie des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels e.V. (bvh) ergab, dass 2009 über 32 Mio. Deutsche

² Vgl. Eimeren, Birgit van / Frees, Beate (2009), S. 335, (siehe Internetverzeichnis).

³ Vgl. Ebenda, S. 335.

⁴ Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach (2009), (siehe Internetverzeichnis).

⁵ Vgl. Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (2009), S. 1, (siehe Internetverzeichnis).

und damit bereits mehr als doppelt so viele wie noch im Jahr 2001 (knapp 13 Mio.) über das Internet Waren bestellten.⁶ Eine größere Auswahl an Artikeln, mehr Produktinformationen und Transparenz durch einfache Preisvergleiche über sogenannte Suchmaschinen sowie dauerhafte Öffnungszeiten sind nur einige der vielen Vorteile für den Internetnutzer beim Online-Shopping.

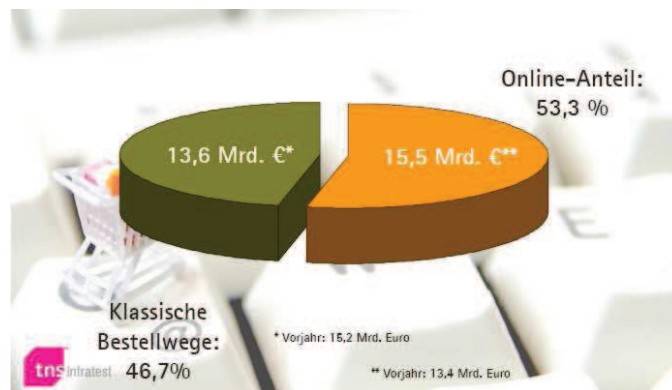


Abb. 1: Verteilung des Versandhandelsumsatzes 2009

Quelle: TNS Infratest-Studie (2010), S. 3, (siehe Internetverzeichnis).

Um weiterhin am Markt bestehen zu können, sind die Versandhäuser daher dazu gezwungen, sich an die neuen Bedürfnisse der Online-Käufer anzupassen. Immer mehr Unternehmen bieten deshalb ihre Waren auch im Internet zum Kauf an. In der oben dargestellten Grafik lässt sich erkennen, dass mittlerweile über die Hälfte aller verkauften Waren des Versandhandels über das Internet umgesetzt werden. Das entspricht einem Online-Umsatz von 15,5 Mrd. Euro in 2009.⁷ Zum Vergleich: Im Jahr 2000 betrug der Umsatz mit Waren, die über das Internet verkauft wurden, lediglich 1,0 Mrd. Euro.

Durch die Intensivierung des elektronischen Handels wachsen jedoch auch die Ansprüche der Online-Käufer an die Unternehmen. Vor allem Sicherheit, Schnelligkeit und eine einfache Bedienbarkeit des Bezahlvorganges spielen dabei eine immer wichtigere Rolle. Es besteht daher die Notwendigkeit, geeignete Bezahlssysteme zu entwickeln, die den erweiterten Anforderungen gerecht werden.

⁶ Vgl. Bundesverband des Deutschen Versandhandels (2009), S. 2, (siehe Internetverzeichnis).

⁷ Vgl. Bundesverband des Deutschen Versandhandels (2010), S. 1, (siehe Internetverzeichnis).

3 Ansprüche an Zahlungssysteme bei Internet-Einkäufen

Um erfolgreich am Markt bestehen zu können, müssen Online-Bezahlungssysteme sowohl den Ansprüchen der Händler als auch den Anforderungen der Kunden gerecht werden. In diesem Abschnitt der Untersuchung sollen dabei die wichtigsten Kriterien genannt und kurz erläutert werden. Die folgende Abbildung zeigt sowohl spezifische als auch gemeinsame Erwartungen von Händlern und Kunden an elektronische Zahlungssysteme:



Abb. 2: Anforderungen von Kunden und Händlern

Quelle: Dombret, Bastian (2008), S. 23.

3.1 Anforderungen aus Sicht der Kunden

Für Kunden ist die Sicherheit des Zahlungssystems besonders wichtig. Fast jeder dritte Online-Käufer bricht eine Bestellung über das Internet wegen Sicherheitsbedenken oder aus Angst vor Missbrauch der eingegebenen persönlichen Daten vorzeitig ab.⁸ Zahlungssysteme sollten deshalb über geeignete Sicherheitsstandards verfügen, um den Kunden das nötige Vertrauen bei der Kaufabwicklung wiederzugeben. Dazu müssen sowohl die technische Sicherheit als auch die Stabilität und Zuverlässigkeit des Systems gewährleistet sein.⁹

Eine einfache Anwendbarkeit des Zahlungssystems kann ebenfalls wesentlich zum Erfolg beitragen. Mit zunehmendem Alter der Online-Käufer gewinnt dieses Kriterium immer mehr an Bedeutung. Ältere Generationen haben meist nicht die notwendigen

⁸ Vgl. Paypal eCommerce Studie 2009 (2009), S. 1, (siehe Internetverzeichnis).

⁹ Vgl. Haftmann, Andreas (2009), S. 10.

technischen Vorkenntnisse, um komplexe Systeme bedienen zu können. Gerade für diese Altersgruppe ist daher eine intuitive Bedienbarkeit von größter Relevanz. Die Zahl der über 60-jährigen Internetnutzer hat sich in den letzten Jahren nahezu verdoppelt.¹⁰ Bei Erfüllung der genannten Voraussetzungen bietet somit gerade diese Nutzergruppe für den Online-Handel ein enormes Wachstumspotenzial.

Ist der Bezahlvorgang eines Online-Zahlsystems dagegen zu umständlich oder werden zu hohe technische Voraussetzungen an den Kunden gestellt, kann sich dies negativ auf die Akzeptanz des Systems auswirken.

3.2 Anforderungen aus Sicht der Händler

Bei der Auswahl von geeigneten Zahlungssystemen für den eigenen Online-Shop müssen Händler die Bedürfnisse der Kunden berücksichtigen. Laut einer Umfrage erwarten daher die Hälfte aller deutschen Online-Händler vom Zahlverfahren eine hohe Kundenakzeptanz.¹¹ Ein hoher Verbreitungsgrad kann jedoch nur erreicht werden, wenn der Bezahlvorgang sowohl sicher, schnell und einfach für den Kunden ist.

Weiterhin gehört die Schnelligkeit des Zahlvorgangs zu den wichtigsten Anforderungen.¹² Es handelt sich dabei um die Zeit zwischen der Tätigung der Zahlung durch den Kunden und dem Zeitpunkt des Zahlungseingangs bei dem Händler. Online-Bezahlssysteme, bei denen die Zahlungsbestätigung des Kunden und der Zahlungseingang beim Händler zeitnah beieinander liegen, haben hier einen technischen Vorteil gegenüber den traditionellen Zahlungsformen wie der Überweisung oder der Bezahlung per Rechnung.

Um die Gewinnmargen im Internethandel möglichst hoch zu halten, müssen auch die Kosten, die durch die Bereitstellung verschiedener Zahlungssysteme entstehen, minimiert werden. Hierbei muss zwischen direkt zurechenbaren und indirekten Kosten unterschieden werden. Die direkten Kosten können von Zahlungssystem zu Zahlungssystem stark variieren. Indirekte Kosten fallen für den Händler bei Online-Bezahlssystemen auf Grund der automatisierten Abwicklung des Zahlungsvorganges jedoch nur in geringem Maße an.

¹⁰ Vgl. Eimeren, Birgit van / Frees, Beate (2009), S.336, (siehe Internetverzeichnis).

¹¹ Vgl. Stahl, Ernst u.a. (2009), S.129.

¹² Vgl. Ebenda, S.129.

4 E-Payment - Zahlungsformen im Internet

4.1 Kategorisierung

E-Payment (=elektronische Bezahlung) ist ein Teilbereich des E-Commerce (= elektronischer Handel). Für die weitere Vorgehensweise ist es nötig, diese Begriffe zunächst klar zu differenzieren. Beim E-Commerce handelt es sich um den gesamten Handel mit Waren und Dienstleistungen über elektronische Datenträger.¹³ Der Begriff E-Payment bezeichnet dagegen eine Möglichkeit der Abwicklung von Bezahlvorgängen in elektronischer Form.¹⁴ Die verschiedenen Zahlungsformen können dabei anhand von verschiedenen Kriterien differenziert werden. Mögliche Klassifizierungen ergeben sich beispielsweise aus dem Zeitpunkt der Zahlung, der Höhe des zu zahlenden Betrages, dem Grad der Anonymität bei der Bezahlung sowie der Akzeptanz des Zahlungssystems.¹⁵

Der Zeitpunkt der Zahlung hat Einfluss auf die Schnelligkeit der Abwicklung des Geschäftsverkehrs zwischen Kunde und Händler. Von der Höhe des zu zahlenden Betrages hängt dagegen ab, ob das Zahlungssystem für den Kunden vor allem sicher oder eine einfache Bedienbarkeit ermöglichen soll. Beide Kriterien bestimmen damit wesentlich die Attraktivität des Zahlensystems für Kunde und Händler und sollen daher im Folgenden näher erläutert werden.

4.1.1 Zeitpunkt der Zahlung

Eine erste mögliche Klassifizierung ergibt sich aus dem Zeitpunkt, zu dem das Konto des Käufers mit dem zu zahlenden Betrag belastet wird. Man unterscheidet hierbei zwischen Pre-Paid-, Pay-Now- und Pay-Later-Systemen.¹⁶

Während beim Pre-Paid-System der Käufer einer Ware zunächst den Betrag an den Verkäufer zahlt, bevor dieser die Ware versendet, wird beim Pay-Now-System das Konto des Käufers unmittelbar zum Zeitpunkt des Einkaufes belastet. Das Pay-Later-System beschreibt dagegen eine Bezahlmethode, bei der der Käufer zunächst in den Besitz des gekauften Artikels gelangt, bevor dieser die noch ausstehende Rechnung begleicht. Die Betrachtung des Zeitpunktes der Zahlung spielt vor allem bei der Sicherheit der Bezahlung eine wichtige Rolle. So hat der Käufer bei einer späteren Bezahlung teilweise die

¹³ Vgl. Jung, Hans (2006), S. 214.

¹⁴ Vgl. Meier, Andreas / Stormer, Henrik (2008), S. 152.

¹⁵ Vgl. o.V. (2002), S. 1.

¹⁶ Vgl. Ebenda, S. 2.

Möglichkeit, zunächst die Ware auf Mängel zu prüfen, bevor er seinen Teil des Kaufvertrages erfüllt und die gekaufte Ware bezahlt. (§ 433 BGB) Bei einer Vorauszahlung ist dies dagegen nicht möglich.

4.1.2 Höhe des zu zahlenden Betrages

Bei der Einteilung der Zahlungsarten nach der Höhe des zu zahlenden Betrages ergeben sich ebenfalls drei unterschiedliche Gruppen: Pico-, Micro- und Macropayments.¹⁷ Die Grenzen der Betragshöhe zwischen den einzelnen Gruppen sind fließend und können daher unterschiedlich gesetzt werden. Bei den Picopayments handelt es sich in der Regel um Kleinstbeträge zwischen einem Cent und einem Euro. Liegt die Transaktionshöhe dagegen zwischen einem und zehn Euro, handelt es sich um Micropayments, bzw. ab einem Betrag von zehn Euro um Macropayments.

Die Kategorisierung nach der Betragshöhe ist notwendig, um die verschiedenen Zahlungssysteme nach ihrer Funktionalität beurteilen zu können. So sollten Zahlungssysteme, die auf Picopayments spezialisiert sind vor allem einfach zu bedienen sein, während bei Macropayments die Sicherheit beim Bezahlvorgang im Vordergrund stehen sollte.

4.2 Das Online-Bezahlsystem Paypal

4.2.1 Entwicklung und Funktionsweise

Paypal ist mit seinen rund 200 Mio. Kundenkonten eines der beliebtesten Online-Bezahlsysteme weltweit.¹⁸ Das 1998 in Kalifornien gegründete Unternehmen gehört seit 2002 zum Online-Marktplatz Ebay und steht seit Juni 2004 auch auf der deutschen Plattform von Ebay als Bezahlmethode bei Auktionen zur Verfügung. Mit einem Umsatz von über 1,21 Mrd. US-Dollar im Jahr 2002 gehörte Ebay schon damals mit zu den erfolgreichsten Auktionsplattformen im Internet, über die Händler und Privatpersonen aus der ganzen Welt ihre Waren verkauften.¹⁹ Die Integration von Paypal in Ebay bildete dabei eine wesentliche Grundlage für die in den weiteren Jahren folgende Verbreitung des Online-Zahlsystems, denn es ergab sich nun die Möglichkeit für Käufer, schnell und bequem die Waren direkt nach Auktionsende auch über Paypal zu bezahlen. Mittlerweile wird Paypal auch in über 160.000 Online-Shops in Europa als Zahlungsmethode angebo-

¹⁷ Vgl. Meier, Andreas / Stormer, Henrik (2008), S. 152.

¹⁸ Vgl. Paypal Deutschland GmbH (Unternehmensgeschichte) (o.J.), (siehe Internetverzeichnis).

¹⁹ Vgl. Ebay Inc. Jahresbericht 2002 (2003), S. 5, (siehe Internetverzeichnis).

ten.²⁰

Stetig wachsende Umsatzzahlen belegen die enorme Entwicklung des Zahlungsdienstleisters. So lag der Umsatz für das Jahr 2009 mit rund 2,65 Mrd. US-Dollar 15 Prozent über dem des Vorjahres, während der Umsatz von Ebay um lediglich rund 3 Prozent auf 8,7 Mrd. US-Dollar zulegen konnte.²¹ Damit hat sich das Online-Bezahlsystem zu einem wesentlichen Erfolgsfaktor des Online-Marktplatzes entwickelt.

Um mit Paypal Zahlungen vornehmen zu können, benötigt der Kunde eine eigene E-Mail-Adresse und ein persönliches Kennwort, die er bei der Registrierung neben persönlichen Daten zu seiner Person anzugeben hat.²² Paypal baut sein System auf bereits bestehende Strukturen im Finanzbereich auf. So kann nach der Anmeldung gewählt werden, ob die zu zahlenden Beträge zukünftig von einem Bankkonto abgebucht oder mittels Kreditkarte beglichen werden sollen. Für die uneingeschränkte Nutzung des Dienstes muss die bei Paypal hinterlegte Bankverbindung aus Sicherheitsgründen vom Kunden verifiziert werden.²³ Deutsche Paypal-Nutzer können Zahlungen per Lastschrift, Kreditkarte und Online-Überweisung vornehmen.²⁴ Des Weiteren besteht die Möglichkeit, die Zahlung direkt vom Paypal-Konto aus zu tätigen, sofern dieses über ein entsprechendes Guthaben verfügt.

Für den Käufer ist die Zahlung mittels des Paypal-Verfahrens kostenlos. Dem Händler entstehen dagegen für jede empfangene Zahlung Gebühren. Diese setzen sich aus einem fixen und einem transaktionsabhängigen Betrag zusammen.²⁵ Die Fixkosten betragen hierbei für jede empfangene Zahlung 0,35 Euro. Die variablen Kosten unterscheiden sich sowohl regional als auch in der Höhe des monatlichen Umsatzes und liegen zwischen 1,2 und 1,9 Prozent des zu zahlenden Betrages (innerhalb der EU, sowie Norwegen, Island und Liechtenstein) bzw. zwischen 3,2 und 3,9 Prozent für alle anderen Zahlungen.

Die Bezahlung erfolgt ausschließlich mittels der bei Paypal hinterlegten E-Mail-Adresse und dem Kennwort. Der Kunde wird zu deren Eingabe vom Online-Shop zur Internetseite des Zahlungsdienstleisters weitergeleitet. Paypal kann an Hand dieser Daten das entsprechende Kundenkonto zuordnen und den Zahlvorgang durchführen. Die Zahlung erfolgt dabei nach dem Pay-Now-Verfahren. Hat der Kunde die Bezahlung per Lastschrift

²⁰ Vgl. Paypal Deutschland GmbH (Was wir machen) (o.J.), (siehe Internetverzeichnis).

²¹ Vgl. Ebay Inc. Jahresbericht 2009 (2010), S. 8 (siehe Internetverzeichnis).

²² Anmeldung möglich über www.paypal.com.

²³ Vgl. Paypal Deutschland GmbH (Konto bestätigen) (o.J.), (siehe Internetverzeichnis).

²⁴ Vgl. Paypal Deutschland GmbH (PayPal in Deutschland) (o.J.), (siehe Internetverzeichnis).

²⁵ Vgl. Paypal Deutschland GmbH (Die Paypal-Gebühren auf einen Blick) (o.J.), (siehe Internetverzeichnis).

oder Kreditkarte gewählt, so kann Paypal den fälligen Betrag vom jeweiligen Bank- bzw. Kreditkartenkonto einziehen, nachdem der Kunde seine Eingaben zum Online-Kauf bestätigt hat. Dem Verkäufer wird zeitnah der Betrag abzüglich der anfallenden Gebühren auf seinem Paypal-Konto gutgeschrieben.²⁶ So kann die gekaufte Ware schnellstmöglich an den Kunden verschickt werden, ohne lange Wartezeiten in Kauf nehmen zu müssen. Dies bringt einen erheblichen Zeitvorteil gegenüber der herkömmlichen Überweisung mit sich, bei der die Ausführungsfrist bis zu 3 Bankgeschäftstagen betragen kann.²⁷ Der Händler profitiert ebenfalls von diesem Verfahren, da er von Paypal eine Bestätigung der Zahlung erhält und daher sofort über das eingehende Geld verfügen kann. Das Zahlungsausfallrisiko trägt somit der Zahlungsdienstleister. Dies kann als Vorteil gegenüber der Zahlung auf Rechnung gesehen werden, bei der der Zeitpunkt des Zahlungseinganges ungewiss ist und das Zahlungsausfallrisiko vom Händler getragen wird.

Die Zahlung über Paypal wird dabei dem erhöhten Anspruch der Nutzer an die Sicherheit von Zahlungssystemen gerecht. Da die Bezahlung nur mit Hilfe der E-Mail-Adresse abgewickelt wird, erhält der Verkäufer, anders als beim Einzugsermächtigungsverfahren oder der Kreditkartenzahlung, keine Informationen über die Kontodaten des Käufers. Um den Sicherheitsstandard für Paypal-Nutzer zusätzlich zu erhöhen, bietet Paypal bei Auktionen über Ebay einen Käuferschutz an. Dieser kann vom Käufer beantragt werden, wenn der erworbene Artikel vom Verkäufer nicht versandt wurde oder erheblich von der Artikelbeschreibung abweicht.²⁸ Dabei erhält der Käufer den vollen Kaufpreis inklusive der Versandkosten von Paypal zurückerstattet, wenn keine Einigung mit dem Handelspartner erfolgt.

4.2.2 Verbreitung im Online-Handel und zukünftige Entwicklungstendenzen

Trotz der genannten Vorteile gegenüber verschiedenen klassischen Zahlungsformen bezüglich Sicherheit und Schnelligkeit wird Paypal von Online-Käufern im Vergleich zu anderen Zahlungsformen seltener in Anspruch genommen. Die folgende Grafik (Abb. 3) gibt einen Überblick über die Häufigkeit der Nutzung verschiedener Zahlungsverfahren im Internet:

²⁶ Vgl. Paypal Deutschland GmbH (Die PayPal-Gebühren auf einen Blick) (o.J.), (siehe Internetverzeichnis).

²⁷ Vgl. Grill, Wolfgang / Perczynski, Hans (2007), S. 126.

²⁸ Vgl. Paypal Deutschland GmbH (Käuferschutzrichtlinie) (2009), (siehe Internetverzeichnis).

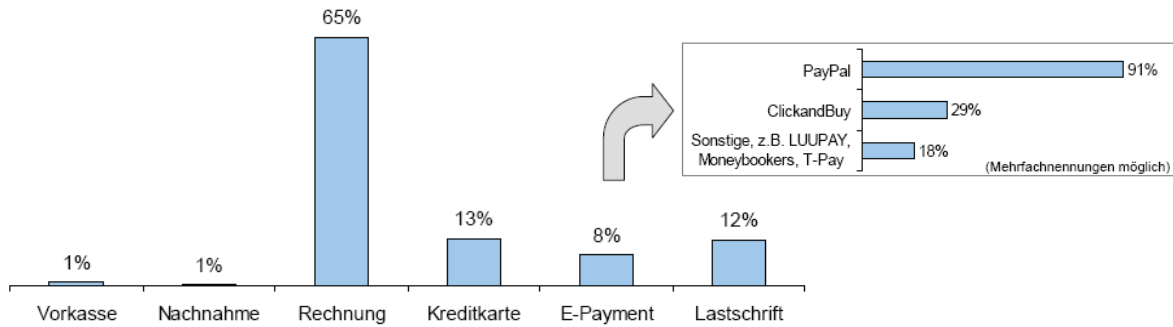


Abb. 3: Häufigkeit der Nutzung verschiedener Zahlungsverfahren

Quelle: in Anlehnung an: Stahl, Ernst u.a. (2008), S. 48, 60, (siehe Internetverzeichnis)

Historisch bedingt weisen klassische Zahlungsformen gegenüber Internet-Zahlungssystemen einen höheren Verbreitungsgrad auf.²⁹ Aus der Abbildung lässt sich erkennen, dass daher Zahlungsarten wie Lastschrift, Kreditkartenzahlung und Zahlung auf Rechnung gegenüber E-Payment-Systemen von Online-Käufern noch immer bevorzugt genutzt werden.

Trotz der im allgemeinen geringen Nutzungszahlen bieten mittlerweile fast die Hälfte aller Online-Versandhändler Paypal als weitere Bezahlmethode an.³⁰ Daran ist erkennbar, dass dieses Bezahlssystem trotz der vergleichsweise geringen Nutzungshäufigkeit bereits durch eine breite Bevölkerungsschicht in Anspruch genommen wird. Die Zahl der Nutzer von E-Payment-Systemen steigt mit zunehmender Erfahrung im Online-Shopping.³¹ Dies legt den Schluss nahe, dass mit der Intensivierung des Online-Handels auch die Häufigkeit der Beanspruchung von Internet-Zahlungssystemen in den nächsten Jahren zunehmen wird. Für die Zukunft planen bereits weitere 11,8 Prozent aller Online-Händler die Integration von Paypal in den eigenen Online-Shop.³² Und auch die wachsenden Umsatzzahlen des Zahlungsdienstleisters sprechen für einen weiteren Bedeutungszuwachs der gesamten E-Payment-Branche.

5 Fazit

Mit dem Bedeutungszuwachs des Online-Handels stiegen auch die Anforderungen von Kunde und Händler an elektronische Zahlungssysteme. Vor allem Sicherheit, Schnelligkeit und eine einfache Bedienbarkeit sind Voraussetzungen für Zahlungssysteme, um

²⁹ Vgl. Stahl, Ernst u.a. (2009), S.129.

³⁰ Vgl. Paypal eCommerce Studie 2009 (2009), S. 2.

³¹ Vgl. Stahl, Ernst u.a. (2008), S. 82, (siehe Internetverzeichnis).

³² Vgl. Paypal eCommerce Studie 2009 (2009), S. 2.

sich am Markt durchsetzen zu können. Obwohl Zahlungsdienstleister wie Paypal diesen Anforderungen gerecht werden, bevorzugen viele Kunden bekannte Zahlungsformen wie das sichere Bezahlen per Rechnung. Dies kann mit der historisch bedingten weiteren Verbreitung dieser Zahlungsform erklärt werden. Aber auch mangelnde Informationen über neuartige Systeme, zu denen Paypal gezahlt werden kann, stellen eine Ursache für die geringe Nutzung neuer Zahlungsformen dar. Hier gilt es, den Bekanntheitsgrad durch gezielte marketingpolitische Maßnahmen zu erhöhen. Mit zunehmender Erfahrung bezüglich des Umgangs mit dem Internet kann davon ausgegangen werden, dass sich der Bekanntheitsgrad dieser neuen Systeme weiter vergrößern wird. Zukünftig können somit Substitutionseffekte weiter zunehmen, bei denen vor allem Zahlungen per Lastschrift oder Kreditkarte von alternativen E-Payment-Systemen wie Paypal abgelöst werden könnten.

Literaturverzeichnis

Dombret, Bastian (2008):

Zahlungssysteme im Internet - Marktsituation und Perspektiven, 1. Auflage, Norderstedt 2008.

Grill, Wolfgang / Perczynski, Hans (2007):

Wirtschaftslehre des Kreditwesens, 36., überarbeitete Auflage, Troisdorf 2002.

Haftmann, Andreas (2009):

Die Bedeutung von Zahlungssystemen im E-Commerce, 1. Auflage, Norderstedt 2009.

Jung, Hans (2006):

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 10. Auflage, München 2006.

Meier, Andreas / Stormer, Henrik (2008):

eBusiness & eCommerce - Management der digitalen Wertschöpfungskette, 2. Auflage, Berlin 2008.

Merz, Michael (2002):

E-Commerce und E-Business - Marktmodelle, Anwendungen und Technologien, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Heidelberg 2002.

Stahl, Ernst u.a. (2009):

E-Commerce-Leitfaden - Erfolgreicher im elektronischen Handel, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Regensburg 2009.

Internetverzeichnis

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (2009):

AGOF internet facts 2009-I, abgerufen am 05.03.2010,

<http://www.agof.de/ranking-angebote-monat-if2009-i.download.4d42eee2359c5bfaca1d5e32f4852649.pdf>.

Bundesverband des Deutschen Versandhandels (2009):

Allensbacher Computer- und Technik-Analysen 2000-2009, in: E-Commerce-Trends in Deutschland (BtC), abgerufen am 02.03.2010,

http://www.versandhandel.org/uploads/media/2009-11-17__Grafiken_E-Commerce-Trends_2009_01.pdf.

Bundesverband des Deutschen Versandhandels (2010):

Pressemitteilung, 02.02.2010, abgerufen am 24.02.10,

http://www.versandhandel.org/uploads/media/2010-02-02__PM_bvh_Auftaktpressekonferenz_2010_02.pdf.

Ebay Inc. Jahresbericht 2002 (2003):

Ebay Inc. Announces Fourth Quarter and Year End 2002 Financial Results, 6.01.2003, abgerufen am 09.03.2010,

http://files.shareholder.com/downloads/ebay/864089644x0x40162/6320c028-cde4-4b66-b8a9-01013ca2ce1a/EBAY_News_2003_1_16_Earnings.pdf.

Ebay Inc. Jahresbericht 2009 (2010):

Ebay Inc. Reports Fourth Quarter and Full Year 2009 Results, 20.01.2010, abgerufen am 10.03.2010,

http://investor.ebayinc.com/common/download/download.cfm?companyid=ebay&fileid=345224&filekey=b455630d-4bb9-4ba5-adb1-40dcf29e82ce&filename=eBay_Q409EarningsRelease.pdf.

Eimeren, Birgit van / Frees, Beate (2009):

ARD/ZDF-Onlinestudie 2009: Der Internetnutzer 2009 – multimedial und total vernetzt?,
abgerufen am 03.03.2010,

http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online09/Eimeren1_7_09.pdf.

Institut für Demoskopie Allensbach (2009):

Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2009, 01.07.2009, abgerufen am
04.03.2010,

<http://de.statista.com/statistik/diagramm/studie/105157/umfrage/in-anspruch-genommene-angebote-aus-dem-internet/>.

Paypal Deutschland GmbH (Die Paypal-Gebühren auf einen Blick) (o.J.):

abgerufen am 02.03.2010,

<https://www.paypal-deutschland.de/haendler/paypal-fuer-haendler/vorteile/kosteneffizienz.html>.

Paypal Deutschland GmbH (Käuferschutzrichtlinie) (2009):

Welche Fälle sind abgesichert?, 14.10.2009, abgerufen am 11.03.2010,

https://cms.paypal.com/de/cgi-bin/?&cmd=_render-content&content_ID=ua/BuyerProtection_full.

Paypal Deutschland GmbH (Konto bestätigen) (o.J.):

abgerufen am 10.03.2010,

<https://www.paypal-deutschland.de/privatkunden/erste-schritte/konto-bestaetigen.html>.

Paypal Deutschland GmbH (PayPal in Deutschland) (o.J.):

abgerufen am 10.03.2010,

<https://www.paypal-deutschland.de/presse/unternehmen.html>.

Paypal Deutschland GmbH (Unternehmensgeschichte) (o.J.):

abgerufen am 07.03.2010,

<https://www.paypal-deutschland.de/presse/unternehmen.html>.

Paypal Deutschland GmbH (Was wir machen) (o.J.):

abgerufen am 10.03.2010,

<https://www.paypal-deutschland.de/privatkunden/was-ist-paypal/ueber-paypal.html>.

Paypal eCommerce Studie 2009 (2009):

15.09.2009, abgerufen am 06.03.2010,

http://pressebereich20.de/download/PayPal/090915_0099_PayP_PM_eCommerce_Consumer_final.pdf.

Stahl, Ernst u.a. (2008):

Erfolgsfaktor Payment - Der Einfluss der Zahlungsverfahren auf Ihren Umsatz, abgerufen am 11.03.2010,

<http://homepages-nw.uni-regensburg.de/~ecl60019/Erfolgsfaktor-Payment.pdf>.

TNS Infratest-Studie (2010):

Distanzhandel in Deutschland 2009, in: bvh-Auftaktpressekonferenz, 02.02.2010, abgerufen am 7.03.2010.

http://www.versandhandel.org/uploads/media/2010-02-02_Charts_bvh_Auftaktpressekonferenz_2010_03.pdf.

o.V. (2002):

Institut für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung, Universität Karlsruhe 2002, abgerufen am 26.02.2010

http://www.bs-consult.de/download/Zahlungssysteme_Internet.pdf.