



## Zahlungsausfallrisiko im Online-Warenhandel bei Frauen geringer als bei Männern

KÖLN, 23. März 2010 – Das Zahlungsausfallrisiko im Online-Warenhandel ist bei Frauen geringer als bei Männern. Zu diesem Schluss kommt der soeben veröffentlichte E-Retail-Report 2009 der Deutschen Card Services. Darauf weist die bei Frauen niedrigere Chargeback-Quote hin. Das Zahlungsausfallrisiko bei der im Online-Handel weitaus populärsten Zahlart Kreditkarte, also der Anteil zurück gebuchter Transaktionen nach Widerspruch des Karteninhabers, beträgt bei Frauen im Einkauf bei europäischen Anbietern gerade einmal 0,07%. Das heißt: Hier platzt lediglich jede 1400. Kreditkarten-Zahlung, bei Männern dagegen jede 600. Anders als übrige Analysen basiert die branchenspezifische Studie der Deutsche-Bank-Tochter zum „Kauf- und Zahlverhalten im Online-Warenhandel“ auf der Auswertung realer Kaufvorgänge und damit nicht auf Umfragen. Datengrundlage bildet die Auswahl von rund acht Millionen Kaufvorgängen, die über die Plattform der Deutschen Card Services abgewickelt wurden. Der E-Retail-Report analysiert ausschließlich Kaufvorgänge aus dem Online-Handel mit Waren, der Entwicklungen im gesamten E-Commerce vorwegnimmt und die größten Parallelen zum stationären Handel, aber auch internetspezifische Eigenheiten aufweist.

### *Online-Warenhandel ist insgesamt sicherer als gesamter E-Commerce*

Generell erweist sich der Online-Handel mit Waren als sicherer als der gesamte E-Commerce, zu dem auch Branchen wie Reisen oder Unterhaltung zählen. Die branchenübergreifende Chargeback-Quote, die im aktuellen E-Commerce-Report 2009 der Deutschen Card Services, der vor einem halben Jahr erschienen ist, schon auf Rekordtief lag, unterbietet der E-Retail mit 0,24% noch einmal. Damit ist für einen Anbieter der Online-Warenhandel deutlich sicherer als die anderen Branchen. Händler, die auf 3-D Secure setzen, verringern ihre Chargeback-Quote sogar auf 0,10%. Diese Sicherheitstechnologie schützt bei Kreditkarten-Zahlungen vor Missbrauch und kommt damit letztlich auch den Verbrauchern zu Gute. Bei der Authentifizierung wird hierbei die Identität des Karteninhabers anhand seines Passwortes direkt vom Kartenherausgeber zweifelsfrei überprüft.

### *Online-Luxusgüter immer stärker gegen Zahlungsausfall gesichert*

Als Faustregel hat sich in den letzten Jahren erwiesen: Mit steigendem Warenkorbwert steigt auch das Zahlungsausfallrisiko. Das bestätigt sich auch im E-Retail-Report 2009 der Deutschen Card Services, und zwar sowohl bei der Zahlart „Karte“ (Kredit- und Debitkarten wie Maestro), als auch beim Elektronischen Lastschriftverfahren (ELV). Einen erfreulichen Ausreißer gibt es jedoch: Denn die ohnehin populärste Warenkorbwertgruppe zwischen 10 und 100 Euro, auf die drei von vier Transaktionen entfallen, offenbart das geringste Karten-Zahlungsausfallrisiko aller Preisgruppen. Bei dieser Warenkorbwertgruppe greifen die Betrugsabwehrmechanismen der Händler offenbar am besten. Selbst bei Luxusgütern über 500 Euro offenbart die Chargeback-

Quote stark sinkende Tendenz. Sie fiel von 4,3% auf 1,5%. Online-Shops, die viele solche hochwertigen Waren im Angebot haben, sind also im Allgemeinen immer besser gegen Zahlungsausfall gesichert.

*Deutsche Kunden sind im Online-Warenhandel am ehrlichsten*

Bei deutschen Kunden können Anbieter im Online-Warenhandel mit der größten Ehrlichkeit und damit Zahlungssicherheit rechnen. Das zeigt ihre im Vergleich mit Konsumenten aus dem inner- sowie dem außereuropäischen Raum höchste Erfolgsquote (91,14%) bei gleichzeitig niedrigster Chargeback-Quote (0,06%). Zum Vergleich: Das Karten-Zahlungsausfallrisiko resteuropäischer Verbraucher liegt beispielsweise mit 0,21% mehr als dreimal so hoch wie bei deutschen Kunden. Händler, die verstärkt diese Kunden ansprechen, müssen also im E-Retail mit höherem Zahlungsausfall als bei Konsumenten anderer Nationen rechnen. Das Sicherheitsrisiko überschreitet sogar das bei außereuropäischen Käufern.

*E-Retail-Report 2009 schließt nahtlos an vorhergehende Ausgaben an*

Der aktuelle E-Retail-Report 2009 schließt nahtlos an die vorhergehenden beiden Ausgaben an, die noch unter dem Namen „Pago Retail-Report“ erschienen sind. Die Studie hat sich inzwischen im Online-Handel als aussagekräftiges und stichhaltiges Branchen-Kompendium etabliert. Damit erweitert sie den kürzlich veröffentlichten E-Commerce-Report 2009. Der E-Retail-Report 2009 unterscheidet zwischen Konsumenten aus Deutschland, Großbritannien (UK), Rest-Europa und Nicht-Europa. Berücksichtigt werden neben klassischen Zahlarten wie Kreditkarte, Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV), Offline-Zahlarten wie Kauf per Nachnahme auch immer populärere Online-Verfahren wie giro pay und Maestro. Datengrundlage bildet die Auswahl von E-Retail-Kaufvorgängen, die zwischen Oktober 2007 und September 2008 über die Plattform der Deutschen Card Services abgewickelt wurden.

Der E-Retail-Report 2009 kann ab sofort für 250 € (zzgl. MwSt.) im Online-Shop der Deutschen Card Services erworben werden. Mehr Informationen finden sich im Internet unter [www.deutsche-card-services.com](http://www.deutsche-card-services.com).

Hinweis: Medienvertreter können den E-Retail-Report 2009 auf Anfrage kostenlos beziehen. Bitte nehmen Sie mit der unten genannten Person Kontakt auf, wenn Sie den Report für Ihre Arbeit nutzen wollen.

*Deutsche Card Services*  
Marketing & Communications  
Tobias F. Hauptvogel  
Tel. (0221) 99577-728

<http://www.deutsche-card-services.com>  
E-Mail: [pr.deucs@db.com](mailto:pr.deucs@db.com)

**Über Deutsche Card Services GmbH:**

Als Teil der Deutschen Bank Gruppe erweitert die Deutsche Card Services das Cash-Management-Angebot des Unternehmensbereichs Global Transaction Banking („GTB“). Das neu gegründete Unternehmen bietet internationale Full-Service-Lösungen für den bargeldlosen kartengestützten Zahlungsverkehr von der Kreditkarte über Maestro, ELV und giro pay aus einer Hand. Die Deutsche Card Services baut dabei auf dem jahrelangen Know-how und der bewährten technischen Plattform der Pago eTransaction Services auf. Bewährte Risikominimierungssysteme sorgen dafür, dass bargeldloses Bezahlen im E-Commerce, im Versandhandel und am Point of Sale einfach, schnell und sicher abläuft. Einzigartige Online-Steuerungssysteme bieten Kunden weltweit jederzeit den vollen Überblick über ihre Transaktionen.

[www.deutsche-card-services.com](http://www.deutsche-card-services.com)