

# Presseinformation

## Online-Shopping: Die meisten zahlen per Lastschrift

- **Umfrage: So bezahlen die Deutschen beim Einkauf im Internet**
- **Lastschrift, Rechnung und Kreditkarte auf den ersten drei Plätzen**
- **Jeder Zehnte nutzt bereits spezielle Online-Zahlungssysteme**

**Berlin, 4. Oktober 2007**

Lastschriften sind die meist genutzte Bezahlmethode bei Einkäufen im Internet. 38 Prozent der Deutschen haben beim Online-Shopping schon einmal einen Betrag auf diese Weise beglichen. Danach folgen Rechnung (29 Prozent), Kreditkarte (20 Prozent) und Nachnahme (17 Prozent). Spezielle Online-Zahlungssysteme wie Paypal oder T-Pay vervollständigen die Top 5. Sie wurden bereits von 11 Prozent der Deutschen beim Einkaufen im Internet verwendet. Das teilte der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) heute in Berlin mit. Grundlage ist die monatliche Erhebung WebMonitor von BITKOM und Forsa. 1002 Bundesbürger wurden repräsentativ befragt, Mehrfachnennungen waren möglich. „Die meisten Verbraucher entscheiden sich im Internet vor allem für altbewährte Bezahlmethoden wie Lastschrift oder Rechnung. Jeder Zehnte nutzt inzwischen aber auch schon spezielle Online-Bezahlungssysteme. Diese Quote wird in den nächsten Jahren weiter steigen“, sagte Prof. August-Wilhelm Scheer, Präsident des BITKOM.

Bundesverband  
Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und  
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
+49. 30. 27576-0  
Fax +49. 30. 27576-400  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

**Ansprechpartner**  
Stephan Kahl  
Pressesprecher  
Public Sector & Neue Märkte  
+49. 30. 27576-119  
Fax +49. 30. 27576-400  
s.kahl@bitkom.org

Florian Koch  
Bereichsleiter  
Digitale Medien & E-Dienste  
+49. 30. 27576-249  
Fax +49. 30. 27576-400  
f.koch@bitkom.org

**Präsident**  
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.  
August-Wilhelm Scheer

**Hauptgeschäftsführer**  
Dr. Bernhard Rohleder



## **Presseinformation**

Online-Shopping: Die meisten zahlen per Lastschrift

Seite 2

Derzeit sind es meist Männer, die auf die speziellen Online-Zahlungssysteme setzen. Jeder siebente (15 Prozent) hat bereits auf diese Weise im Internet eingekauft. Bei den Frauen waren es nur halb so viele (7 Prozent). Unterschiede gibt es auch in der Altersstruktur. Während in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen jeder Fünfte (20 Prozent) schon einmal ein Online-Zahlungssystem verwendet hat, liegt die Quote bei den Über-60-Jährigen erst bei 2 Prozent. Dabei bieten Online-Zahlungssysteme ein Höchstmaß an Sicherheit. Nutzer müssen sensible Bankdaten nicht mehr bei jedem Shop einzeln hinterlegen – sondern nur noch einmal zentral beim Anbieter des Online-Zahlungssystems. Über dessen Plattform laufen künftig alle Abrechnungen, nur er kennt die Bankdaten.

Unabhängig davon gilt: Online-Shopping wird hier zu Lande immer beliebter. Mit 38 Prozent hat sich 2006 der Anteil der Personen, die Waren und Dienstleistungen über das Internet erwerben, im Vergleich zu 2003 fast verdoppelt. Damit lag Deutschland deutlich über dem EU-Durchschnitt von 20 Prozent, wie aus Daten des BITKOM hervorgeht. Eines der wachstumsstärksten Segmente war der Markt für Musik-Downloads. 2006 luden sich die Deutschen 26 Millionen Einzelsongs und Alben aus dem Internet herunter – so viele wie nie zuvor. Für dieses Jahr rechnet der BITKOM mit 34 Millionen Downloads, ein Plus von 30 Prozent.

Methodik: Der WebMonitor ist eine monatliche Erhebung von BITKOM und dem Marktforschungsunternehmen Forsa zur Internetnutzung der Deutschen. Befragt werden jeweils 1000 Personen ab 14 Jahren, die in Privathaushalten leben. Die Erhebung ist repräsentativ. Unter Lastschrift fallen in der aktuellen Befragung auch Überweisungen.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. vertritt mehr als 1.000 Unternehmen, davon 850 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Gerätehersteller, Anbieter von Software, IT-Services, Telekommunikationsdiensten und Content. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungsrechtliche Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.