

Digitale Güter, Mobile Shopping & Mobile Payment

Start	1
Songs, E-Books, Games: Digitale Güter on the rise	2
Smart(phone) shoppen: Mobile Payment und Mobile Shopping	2
Grafik: So surfen Frauen, so surfen Männer	3
paysafecard-Studie 2016: Die Ergebnisse für Deutschland	4
7 Tipps: So wird ein E-Start-up erfolgreich	5
Über paysafecard & Medienkontakt	6

Start / Juni 2016

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

die Digitalisierung gehört in immer mehr Bereichen zum Alltagsleben. Der Trend hat viele Facetten und Aspekte. Bezahlen, Sicherheit und spezifische Zielgruppen liegen uns von paysafecard besonders am Herzen. Darum finden Sie nachfolgend vier Beiträge zu diesen Themen, die Sie gerne für Ihre redaktionelle Arbeit verwenden können. Wenn Sie mehr wissen wollen, stehen wir gerne zur Verfügung (presse@paysafecard.com).

Viele Grüße
Ihr Team von paysafecard

Songs, E-Books, Games: Digitale Güter on the rise

Downloads von Songs, Musik-Streaming, E-Books, Smartphone-Apps, Computerspiele, Gutscheine: Nicht nur shoppen immer mehr Menschen im Internet, sie kaufen auch immer häufiger digitale Güter online. Seit 2013 sind die Umsätze von Online-Dienstleistungen und digitalen Gütern in Deutschland kontinuierlich gestiegen (2013: 10,6 Milliarden, 2014: 10,9 Milliarden Euro, 2015: 13 Milliarden Euro).¹ Und auch als Geschenke sind virtuelle Waren, die sich in letzter Minute bestellen lassen, zunehmend gefragt. Der Beschenkte kann sich beispielsweise mit einem Abonnement bei einem Musik-Streaming-Dienstleister eine Playlist aus seinen Lieblingssongs zusammenstellen. Ein Wertcoupon von paysafecard, dem weltweiten Marktführer bei Prepaid-Lösungen zum Bezahlen im Internet, lässt sich in diversen Webshops einlösen.

Die zunehmende Digitalisierung macht sich auch in der Computer- und Musikbranche bemerkbar. Vor allem Spiele-Apps werden immer mehr nachgefragt: Die Umsätze sind 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 31 Prozent gestiegen.² Laut einer Prognose von Digital Market Outlook (Statista) steigt der Umsatz im Markt für digitale Musik in Deutschland bis 2020 von rund 535 Millionen auf 786 Millionen Euro.³ Dabei zeigt der Trend: weg von Downloads hin zu Streaming. Die Nutzerzahlen von Branchengrößen wie Netflix, Spotify oder Twitch sowie die Umsätze dank Musik-Streaming in Deutschland wachsen ständig.⁴ Kunden dieser Anbieter downloaden keine virtuellen Güter mehr, sondern greifen auf eine digitale Bibliothek aus Musik, Serien und Filmen zu.

Die Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen ist diejenige, die am häufigsten über ihr Smartphone digitale Güter bestellt.⁵ Oftmals verfügen diese Nutzer noch nicht über ein eigenes Konto und sind auf Zahlungsmethoden angewiesen, bei denen die Eingabe von persönlichen Bank- und Kontodaten nicht erforderlich ist, also die die Vorteile von Bargeld bieten. paysafecard hat deshalb 2015 mit dem PlayStation®Store (PS Store) zwei wichtige Kooperationspartner der digitalen Branche gewonnen. Alle Spotify-Nutzer, die ihren Free-Account auf einen Premium-Account upgraden wollen, können ihre Abonnements nun mit paysafecard bezahlen. paysafecard ist als Zahlungsmethode zudem sowohl im PlayStation®Store (PS Store) am PC, Tablet und Smartphone als auch auf der PlayStation®4 (PS4™) in 19 Ländern akzeptiert.

Smart(phone) shoppen: Mobile Payment und Mobile Shopping

Bücher, Elektronik, Unterhaltung – wir bestellen Waren nicht nur vermehrt online, sondern auch immer öfter über unser Smartphone. Stichwort: Mobile Shopping. Bereits jeder vierte Euro wurde im vergangenen Jahr bereits über ein Tablet oder Smartphone umgesetzt. Dieses Jahr soll es sogar jeder dritte werden.⁶ Der Umsatz 2015 im E-Commerce über Tablets stieg im Vergleich zum Vorjahr um 131,1 Prozent, der über das Smartphone um 77,6 Prozent.⁷ Zwischen 17 und 20 Uhr werden Smartphones dabei am intensivsten genutzt.⁸ Dabei eröffnet die Digitalisierung Betreibern von Webshops immer neue Möglichkeiten: Versanddienstleister bieten zum Beispiel vermehrt Kundenservice per WhatsApp an. Das Unternehmen Mastercard testet derzeit eine Zahlungsmethode für Online-Einkäufe, die nicht mehr mit einem Passwort, sondern mit einem Selfie bestätigt werden.⁹

¹ Studie „Online-Umsätze von Dienstleistungen und digitalen Gütern in Deutschland in den Jahren 2013 bis 2015 (in Millionen Euro)“ des des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh).

² <http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen-2015/umsatz-mit-spiele-apps/umsatz-mit-spiele-apps.html/> sowie <http://www.biu-online.de/de/presse/newsroom/newsroom-detail/datum/2016/04/06/computer-und-videospiele-markt-setzt-wachstum-auch-2015-fort.html>

³ „Prognose der Umsätze im Markt für Digitale Musik in Deutschland in den Jahren 2014 bis 2020 (in Millionen Euro)“ von Digital Market Outlook (Statista).

⁴ Studie „Anzahl der aktiven Spotify-Nutzer weltweit von Juli 2012 bis Juni 2015 (in Millionen)“, Quelle: Spotify; Studie „Anzahl der Streaming-Abonnenten von Netflix weltweit vom 3. Quartal 2011 bis zum 1. Quartal 2016 (in Millionen)“, Quelle: Netflix; Studie „Umsätze mit Musikstreaming (Subscription) in Deutschland in den Jahren 2008 bis 2015 (in Millionen Euro)“, Quelle: Bundesverband Musikindustrie; GfK Entertainment.

⁵ Studie „Nutzungsanteil einzelner Bestellwege für digitale Güter und Dienstleistungen nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2015“ des bevh; GfK.

⁶ Internationalen E-Commerce-Studie 2016 von RetailMeNot.

⁷ Studie „Umsatzentwicklung im E-Commerce über mobile bzw. stationäre Geräte in Deutschland für das Jahr 2015 gegenüber dem Vorjahr“ von Deals.com; CRR.

⁸ <http://www.forward-adgroup.de/advertising/marktforschung/digitalmarkt/info/mobile-effects-studie-2016/>

⁹ <http://money.cnn.com/2016/02/22/technology/mastercard-selfie-pay-fingerprint-payments/>

Studien prognostizieren der Branche Mobile Payment ein weltweites Umsatzwachstum bis 2017 auf 721 Milliarden US-Dollar (2015: 431 Milliarden).¹⁰ Während Mobile Shopping zunehmend beliebter wird, steckt Mobile Payment in Deutschland, der „Hochburg des Bargelds“, aber noch in den Kinderschuhen. Dem Bezahlen per Smartphone stehen die deutschen Internetnutzer – im Vergleich zu beispielsweise den US-Amerikanern – offenbar skeptisch gegenüber: Die paysafecard-Studie 2016 hat ergeben, dass deutsche Internetnutzer im internationalen Vergleich ganz besonders an „ihrem“ Bargeld hängen – 50 Prozent bevorzugen Bargeld beim Bezahlen gegenüber bargeldlosen Zahlungsmethoden (internationaler Durchschnitt 37,2 %).¹¹ Ob Kunden Mobile Payment hierzulande akzeptieren werden, bleibt eine der spannendsten Fragen der digitalen Zukunft. Eines ist jetzt schon sicher: Das Mobile-Payment-Konzept, das sich durchsetzen möchte, kann das Vertrauen der Kunden nur gewinnen, wenn es ihnen einen schnellen und bequemen Zahlungsvorgang und damit eindeutige Vorteile bietet.

So surfen Frauen, so surfen Männer



Quelle: paysafecard-Studien 2015/2016, Ergebnisse für Deutschland, Zahlen gerundet

¹⁰ Studie „Weltweiter Umsatz mit Mobile Payment in den Jahren 2010 bis 2012 und Prognose für 2013 und 2017 (in Milliarden US-Dollar)“ von Gartner; Goldman Sachs

¹¹ „PR-Study paysafecard“ von Marketagent, November und Juni 2015

paysafecard-Studie 2016: Die Ergebnisse für Deutschland

Deutsche Internetnutzer wollen auf „ihr“ Bargeld nicht verzichten. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Umfrage „Zahlungsradar Europa“ von paysafecard 2016. Befragt wurden Internetnutzer in acht Ländern Europas. 50 Prozent der Umfrageteilnehmer in Deutschland gaben an, dass sie lieber mit Bargeld als mit bargeldlosen Methoden (39,6 %) bezahlen. 10,4 Prozent waren unentschlossen. Internetnutzer zwischen 18 und 25 Jahren sowie Frauen sprachen sich dabei besonders häufig für Bargeld und seine Vorteile aus.

Ein breites Portfolio an sicheren Zahlungsmethoden bleibt weiterhin hoch im Kurs: 56 Prozent der Befragten deutschen Internetnutzer achten laut Studie sehr genau darauf, wo sie ihre persönlichen und Kreditkarten-Daten eingeben (internationaler Durchschnitt: 56,3 %). 44,8 Prozent der Teilnehmer an der deutschen Studie gaben an, sich kürzlich gegen einen Einkauf im Internet entschieden zu haben, weil ihre bevorzugte Zahlungsmethode nicht verfügbar war. 30,6 Prozent verzichteten auf einen Einkauf, weil Daten erforderlich waren, die sie nicht mitteilen wollten. 31 Prozent kaufen nicht online ein, wenn als Zahlungsmethode nur die Kreditkarte zur Verfügung steht. 42,4 Prozent waren unsicher, ob die Webseite vertrauenswürdig ist.

Gleichzeitig sind viele Internetnutzer gegenüber Online-Zahlungsmethoden offen, die die Vorteile von Bargeld bieten: 35,4 Prozent der Studienteilnehmer würden diese „zumindest einmal ausprobieren“ (internationaler Durchschnitt: 28,8 %). 10,6 Prozent möchten diese sogar „so oft wie möglich“ nutzen.

7 Tipps: So wird ein E-Start-up erfolgreich

In Zeiten der Digitalisierung träumen viele von einem eigenen Webshop. Und mit diesen Tipps lässt sich vom Trend hin zu Mobile Shopping und Mobile Payment profitieren.

1. Professionelles Design

Optik und Design eines Webshops sind die wichtigsten Faktoren, die darüber entscheiden, ob ein Kunde in einem Webshop einkauft oder nicht – das belegen Studien. Nur ein Online-Shop mit professionellem Design wirkt seriös.

2. Einfache Navigation

Eine übersichtliche Startseite, eine einfache Navigation und ein transparenter Bezahlprozess garantieren ein unkompliziertes Einkaufserlebnis. Zugunsten von kurzen Ladezeiten sollte auf zu viele grafische Spielereien verzichtet werden.

3. Zahlen leicht gemacht

Bei deutschen Online-Shoppern sind besonders sichere Paymentmethoden wie Lastschrift, Rechnung oder Prepaid-Zahlungsmittel wie paysafecard sehr beliebt. Kunden schätzen es, wenn sie alle Zahlungsmethoden auf einen Blick erfassen können.

4. Zielgruppe definieren

Mann, Frau, Teenager oder Senioren – Internetnutzer shoppen unterschiedlich. Deswegen sollte die Zielgruppe des Webshops definiert und Design und Funktionalität darauf angestimmt sein.

5. Retouren vermeiden

Prägnante Produktbeschreibungen, hochwertige Fotos, Produktbewertungen, eine kostenlose Service-Hotline, eine robuste Verpackung sowie kurze Lieferzeiten helfen, unzufriedene Kunden und teure Retouren zu vermeiden.

6. Mobile Shopping

Mobile Shopping liegt im Trend. Doch Kunden shoppen auf dem Smartphone anders als am PC zuhause. Zu große Bilder und zu viele Scroll-Elemente wirken auf dem kleinen Bildschirm störend.

7. Erfolge messen

Mithilfe von Analysetools lässt sich der E-Commerce-Shop optimieren. Solche Tools geben Auskunft über Besucherzahlen, das Verhältnis von Besuchern/Käufern und SEO (Search Engine Optimization) der Webseite. Betreiber sollten mit Grafiken, Bildern und Angeboten experimentieren und herausfinden, was besonders gut funktioniert!

Über paysafecard

paysafecard ist ein weltweit in 43 Ländern und an über 500.000 Verkaufsstellen verfügbares Online-Prepaid-Zahlungsmittel. paysafecard ist für alle verfügbar – Kunden benötigen weder Konto noch Kreditkarte. Zum Bezahlen ist lediglich die 16-stellige paysafecard PIN erforderlich. Vom Firmensitz in Wien aus hat sich paysafecard mit den Marken paysafecard, my paysafecard und paysafecard MasterCard® zu einem der Marktführer für Prepaid-Zahlungsmittel entwickelt.

Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 in Österreich gegründet und gehört zur Paysafe Group plc. Paysafe Aktien werden an der Londoner Börse unter dem Tickersymbol (PAYS.L) gehandelt.

Werden Sie paysafecard Fan auf [Facebook](#), besuchen Sie uns auf [Google+](#) sowie [YouTube](#), folgen Sie uns auf [Twitter](#), informieren Sie sich auf unserem [Corporate Blog](#) und werfen Sie einen Blick auf unser [Medieninformationsservice](#).

Weitere Infos zu paysafecard finden Sie unter www.paysafecard.com.

Weitere Informationen zu Paysafe unter www.paysafe.com.

Medienkontakt

PUBLIC RELATIONS PARTNERS GmbH
Kristen Prochnow / Lena Ließfeld
Tel.: 0 6173 - 92 67 – 16
paysafecard@prpkronberg.com
<http://www.prpkronberg.com>