



## Umfrage von paysafecard: Datensicherheit wichtigster Aspekt beim Online-Shopping

Umfrage von paysafecard: Datensicherheit wichtigster Aspekt beim Online-Shopping - Für 86 Prozent der deutschen Befragten ist Datensicherheit der wichtigste Aspekt beim Online-Shopping. Zwei Drittel fühlen sich "unwohl", wenn Kreditkarten- oder Kontodaten abgefragt werden. Für 60 Prozent ist Kostenkontrolle "sehr wichtig". Am häufigsten werden pro Monat Waren im Wert von bis zu 100 Euro eingekauft. Männer shoppen für mehr Geld als Frauen. Senioren geben die höchsten Beträge im Internet aus. paysafecard, weltweiter Marktführer bei Prepaid-Zahlungsmitteln im Internet mit Sitz in Wien und Teil der Paysafe Group Plc mit einer starken Marktposition in Deutschland, hat eine europaweite Studie zu Einkaufs- und Zahlungsgewohnheiten unter Internet-Usern durchgeführt. Die Online-Umfrage unter 3.500 Personen in sieben Ländern (Österreich, Deutschland, Schweiz, Italien, Spanien, Frankreich, Polen) brachte überraschende Ergebnisse. Datensicherheit und Datenschutz besonders wichtig. Auf die Frage, auf welche Aspekte sie beim Bezahlen von Online-Einkäufen besonderen Wert legen, gaben 86,2 Prozent der befragten Deutschen an, die Sicherheit ihrer Daten sei ihnen "sehr wichtig". Frauen legen dabei mehr Wert auf Datensicherheit (88,8 Prozent) als Männer (83,7 Prozent). Der Zielgruppe der 40- bis 49-Jährigen ist Datensicherheit mit 88,2 Prozent besonders wichtig. Zwei Drittel gaben an, dass sie sich "unwohl" fühlen, wenn beim Zahlungsvorgang die Angabe von Bank- oder Kreditkartendaten erforderlich ist. Sogar "sehr unwohl" fühlen sich die Befragten im Alter von 50 bis 59 Jahren (26 Prozent). Nur 8,6 Prozent der Studienteilnehmer fühlen sich dabei "überhaupt nicht unwohl". Datenschutz ist auch die Hauptsorge aller befragten User in anderen Ländern. 87 Prozent der Befragten in den untersuchten Ländern gaben an, dass ihnen dieser Aspekt "sehr wichtig" sei. Speziell Österreicher (92 Prozent), aber auch 89 Prozent der Franzosen und Spanier legen darauf größten Wert. Österreicherinnen erreichen mit 95 Prozent Zustimmung den absoluten Spitzenwert in Europa. In keinem Land liegt der Wert für diesen Faktor unter 84 Prozent Zustimmung. Rund 47 Prozent möchten beim Zahlen im Internet keine Bank- und Kontodaten preisgeben. Während 82 Prozent der 20- bis 29-Jährigen Datensicherheit "sehr wichtig" finden, sind es in der Generation 60+ knapp 90 Prozent - Sicherheitsbewusstsein hat also auch eine Alterskomponente. Kostenfreiheit und Kostenkontrolle ebenfalls gewünscht. 65,3 Prozent ist es "sehr wichtig", dass der Zahlungsvorgang kostenlos ist. Kostenkontrolle ist 60,3 Prozent der Befragten "sehr wichtig". Auf eine unkomplizierte Zahlungsweise legen 50,5 Prozent der Befragten sehr viel Wert. 49,7 Prozent möchten, dass die gewählte Zahlungsmethode "schnell" ist. Soviele geben die Deutschen pro Monat im Internet aus. Die meisten deutschen Befragten gaben an, bis zu 100 Euro pro Monat für Onlineeinkäufe auszugeben. 8,2 Prozent wenden sogar über 300 Euro auf. Männer geben dabei durchschnittlich mehr aus als Frauen, nämlich 191,03 Euro monatlich, Frauen 118,13 Euro. Mit Ausgaben von exakt 242,19 Euro pro Monat sind Österreichs Männer im Internet auch international gesehen äußerst spendabel. Frauen sind mit 167,10 Euro pro Monat bei Online-Ausgaben deutlich zurückhaltender. Für alle untersuchten Länder zeigen die Ergebnisse, dass Männer im Schnitt 174 Euro pro Monat ausgeben, Frauen 109 Euro. Besonders großzügig sind die Schweizer: Hier liegt der Gesamtschnitt bei 329 Euro im Monat für Online-Ausgaben, die Österreicher kaufen für rund 205 Euro ein, Deutschlands Schnitt von 155 Euro folgt dann mit Respektsabstand bereits auf Platz 3, gefolgt von Italien mit 138 Euro. Franzosen (120 Euro), Polen (91 Euro) und Spanier (90 Euro) sind bei Interneteinkäufen sparsamer. Ältere Menschen geben online am meisten Geld aus. Auch das Alter wirkt sich auf die Einkaufslust im Internet aus - je älter, desto spendabler sind die User. Das durchschnittliche Einkaufsvolumen in den sieben Ländern liegt für 16- bis 19-Jährige bei 52 Euro und steigt bei Generation 60+ dann auf den Spitzenwert von 173 Euro. Es ist wenig überraschend, dass Senioren tendenziell vermögender sind als ihre Enkel; aber dass sie die höchsten Beträge von allen Altersgruppen im Internet ausgeben, verblüfft. Auch in Deutschland geben laut Studie die 60- bis 69-Jährigen mit 206,40 Euro pro Monat den höchsten Betrag aus. Die restlichen Forderungen an Online-Einkäufe und -Zahlungen zeigen länderspezifische Schwerpunkte. Kostenfreie Zahlungslösungen (wie paysafecard) sind 75 Prozent der Spanier "sehr wichtig", während dieser Aspekt nur 58 Prozent der Schweizer beschäftigt. In Polen ist das Tempo des Zahlungsvorgangs für 67 Prozent "sehr wichtig", auch hier sind die Schweizer mit bloß 41 Prozent Zustimmung am geduldigsten. Kostenkontrolle im Internet ist wiederum für zwei Drittel der Österreicher "sehr wichtig", während das nur 42 Prozent der Italiener so sehen. Udo Müller, CEO von paysafecard, zu diesen Ergebnissen: "Ganz ehrlich überrascht es mich wenig, dass gerade Datenschutz in allen befragten Ländern einen derart hohen Stellenwert bei den Usern hat. Genau dieser Aspekt war der Ausgangspunkt und Gründungsaspekt von paysafecard - ein Zahlungsmittel anzubieten, das ohne Eingabe von persönlichen und sensiblen bankrelevanten Daten auskommt, das eben wie Bargeld im Internet fungiert. Die Umfrage zeigt, dass dies heute wie im Jahr 2000 die Top-Priorität ist. Und das motiviert uns, paysafecard weiterzuentwickeln und Sicherheit sowie Bequemlichkeit für die Anwender an die erste Stelle zu setzen." Zur Befragung: 3.505 Personen zwischen 16 und 69 Jahren in sieben Ländern (Österreich, Deutschland, Schweiz, Italien, Spanien, Frankreich, Polen), Befragungszeitraum 9.-19.11.2015. In Deutschland waren 50,1 Prozent der Befragten männlich, 49,9 Prozent weiblich. Über paysafecard: paysafecard.com Wertkarten GmbH (Holding aller paysafecard Gesellschaften), www.paysafecard.com, mit Firmensitz in Wien und Tochtergesellschaften u.a. in London, Düsseldorf, Luzern, New York und Buenos Aires wurde im Jahr 2000 in Österreich gegründet und ist Teil der Paysafe Group Plc, welche am AIM-Markt der Londoner Börse mit dem Tickersymbol PAYS notiert ist. Mit dem Kernprodukt paysafecard ist das Unternehmen inzwischen in 41 Ländern bei über 500.000 Verkaufsstellen weltweit präsent. paysafecard ist eine Prepaid-Zahlungslösung fürs Internet, die jedermann nutzen kann; es wird keine Kreditkarte und auch kein Bankkonto benötigt. Die 16-stellige PIN der paysafecard genügt, um eine Zahlungstransaktion zu tätigen. paysafecard ist bei tausenden Webshops einsetzbar. Mit den Marken paysafecard, my paysafecard und paysafecard MasterCard hat sich das Unternehmen zum weltweiten Marktführer für Prepaid-Zahlungslösungen entwickelt. paysafecard ist über die Jahre mit zahlreichen Awards ausgezeichnet worden. Unter anderem mit dem Paybefore Award in den Kategorien "Best Digital Currency", "Best virtual or digital Program" und "Top Digital Dollars" sowie in der Anfang 2015 neu geschaffenen Kategorie "Consumer Value". Zusätzlich wurden paysafecard auch noch Paybefore Awards Europe in den Kategorien "Most Innovative Prepaid Solution" sowie "Consumer Champion" verliehen. "The New Economy" zeichnete im Jahr 2014 paysafecard als eines der 40 innovativsten Unternehmen 2013 aus. 2015 wurde paysafecard als Austrias Leading Company in der Kategorie "Big Player Wien" mit dem 1. Platz ausgezeichnet. Werden Sie paysafecard Fan auf Facebook, besuchen Sie uns auf Google+ sowie YouTube, folgen Sie uns auf Twitter und informieren Sie sich auf unserem Corporate Blog. Medienkontakt: PUBLIC RELATIONS PARTNERS GmbH Herr Prochnow Frau Ließfeld Tel.: 0 6173 - 92 67 - 16 paysafecard@prpkronberg.com www.prpkronberg.com

### Pressekontakt

paysafecard

40547 Düsseldorf

### Firmenkontakt

paysafecard

40547 Düsseldorf

Europas erstes Prepaid-Zahlungsmittel fürs Internet, welches jedermann sicheres, unkompliziertes und anonymes Online-Shopping ermöglicht.