

BEZAHLEN MIT DER GIROCARD IN DEUTSCHLAND

Was will der Kunde eigentlich ...
... und wie sollte man darauf eingehen?

Berlin, 28. Juni 2016

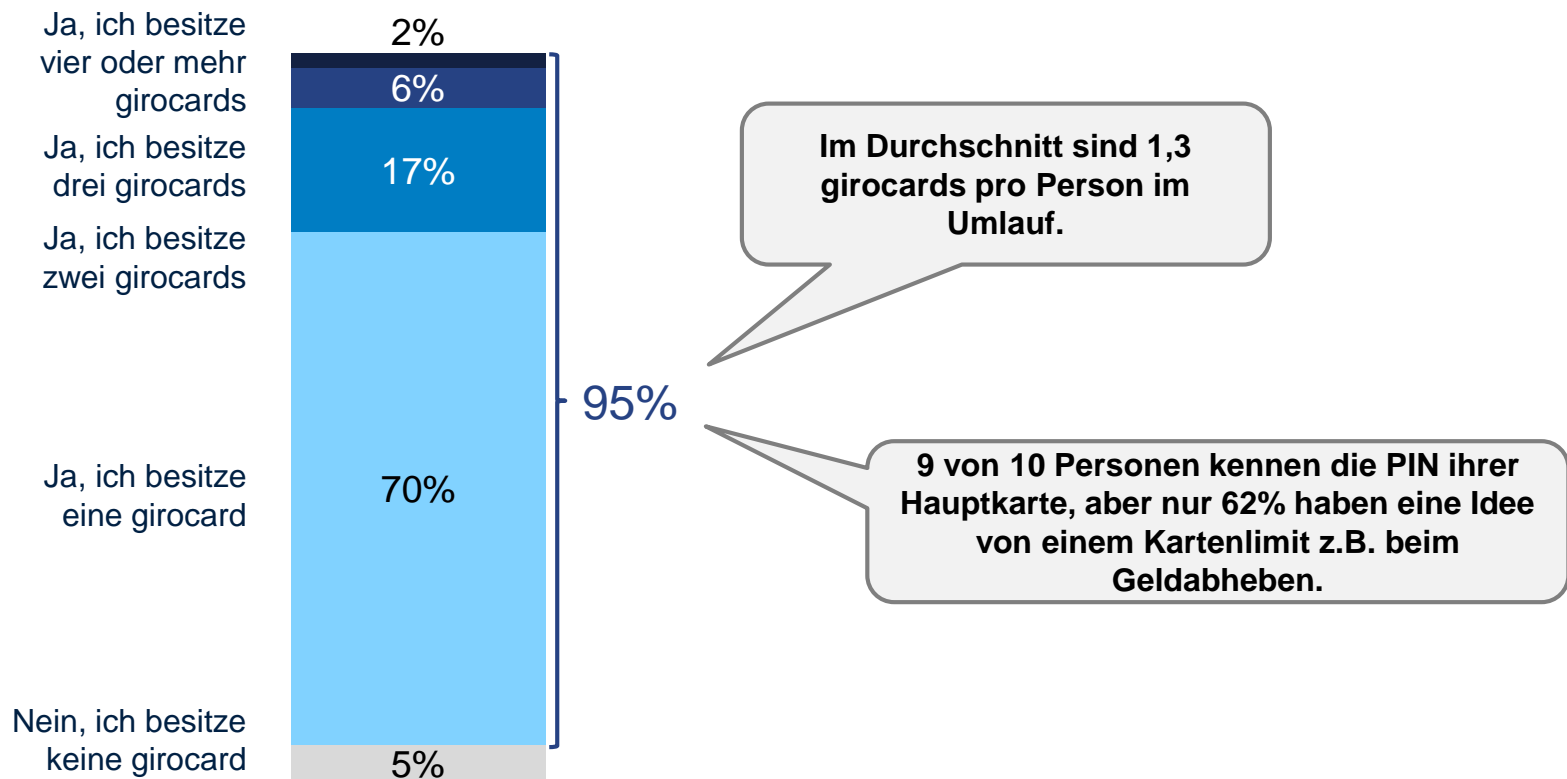




Besitz und Nutzung von girocards – der Status Quo

Fast jede Person in Deutschland ist im Besitz einer girocard – ein Drittel besitzt sogar mehrere.

girocard-Besitz in Deutschland



B04: Besitzen Sie persönlich zurzeit eine oder mehrere girocard(s) (EC-Karte(n)), egal ob für Ihr Konto oder für ein Konto eines Familienmitglieds?

Basis: Deutschland n=1.000, ohne .k.A. (Strukturmessung Juli 2015)

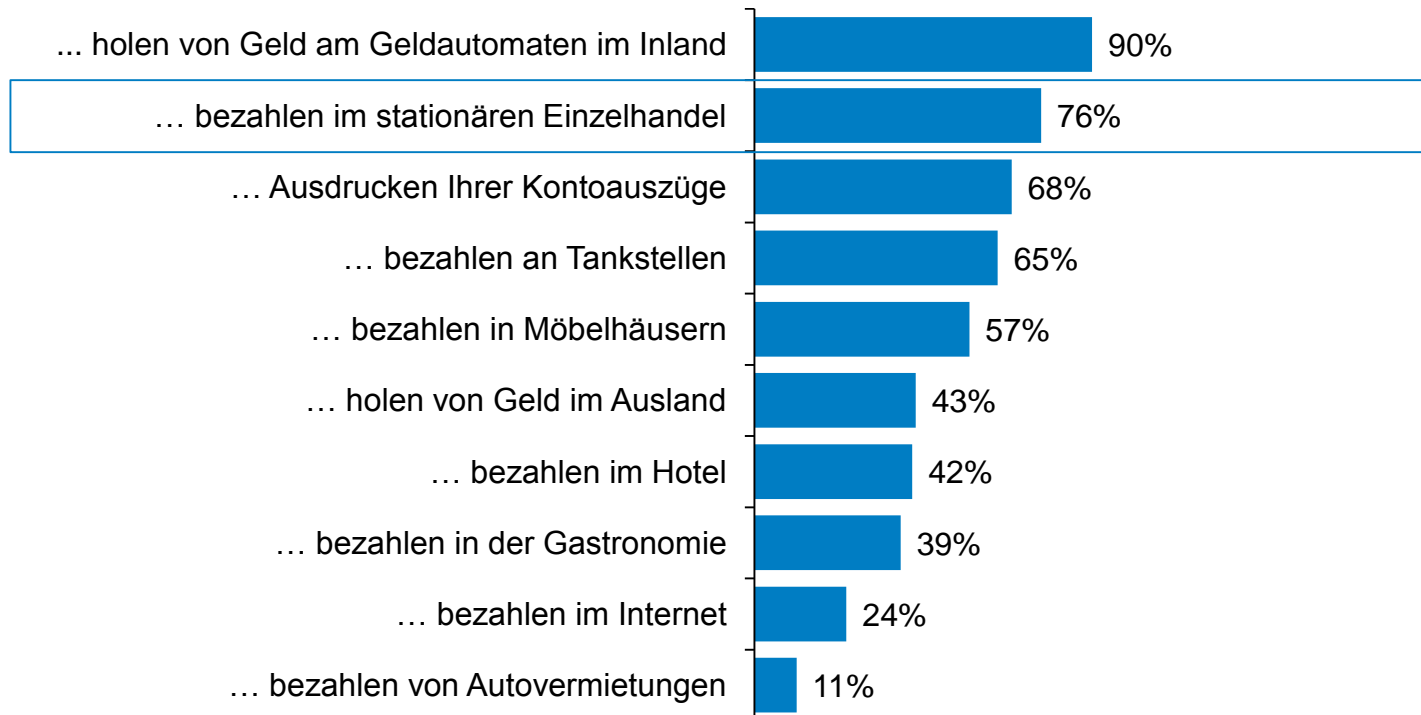
© GfK SE, Juni 2016

Der Einsatz der girocard ist vielfältig – auch das Bezahlen im Einzelhandel steht bereits deutlich im Fokus.



Allgemeine Verwendung der girocard

Verwendung für...

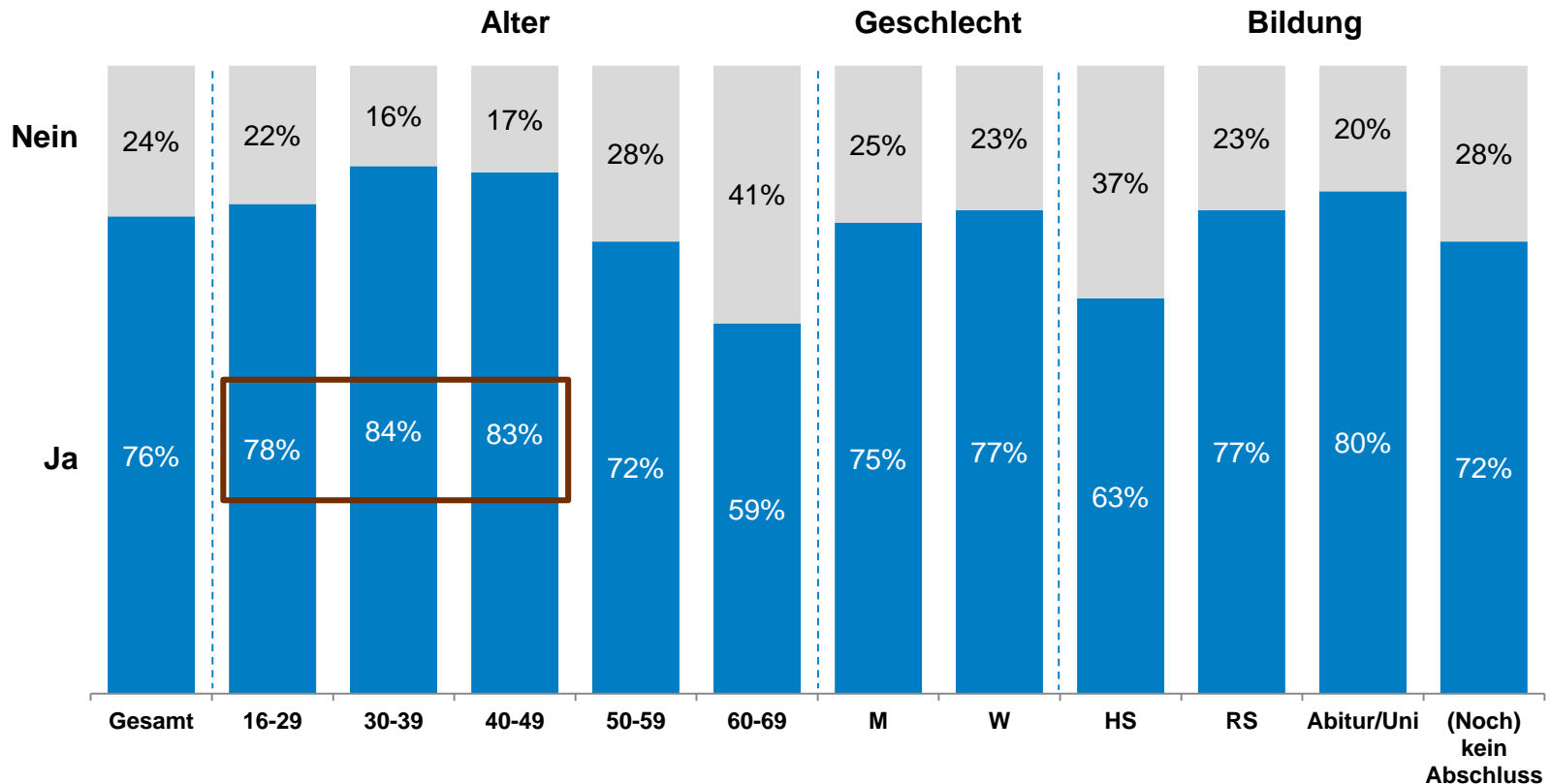


B05: Verwenden Sie Ihre girocard – zumindest gelegentlich – zum... Basis: Deutschland n=950 ohne k. A. (Strukturmessung Juli 2015)

Vor allem jüngere Alterssegmente bezahlen bereits überdurchschnittlich mit der girocard im Einzelhandel – Ältere kaum.



Bezahlen mit der girocard im Einzelhandel



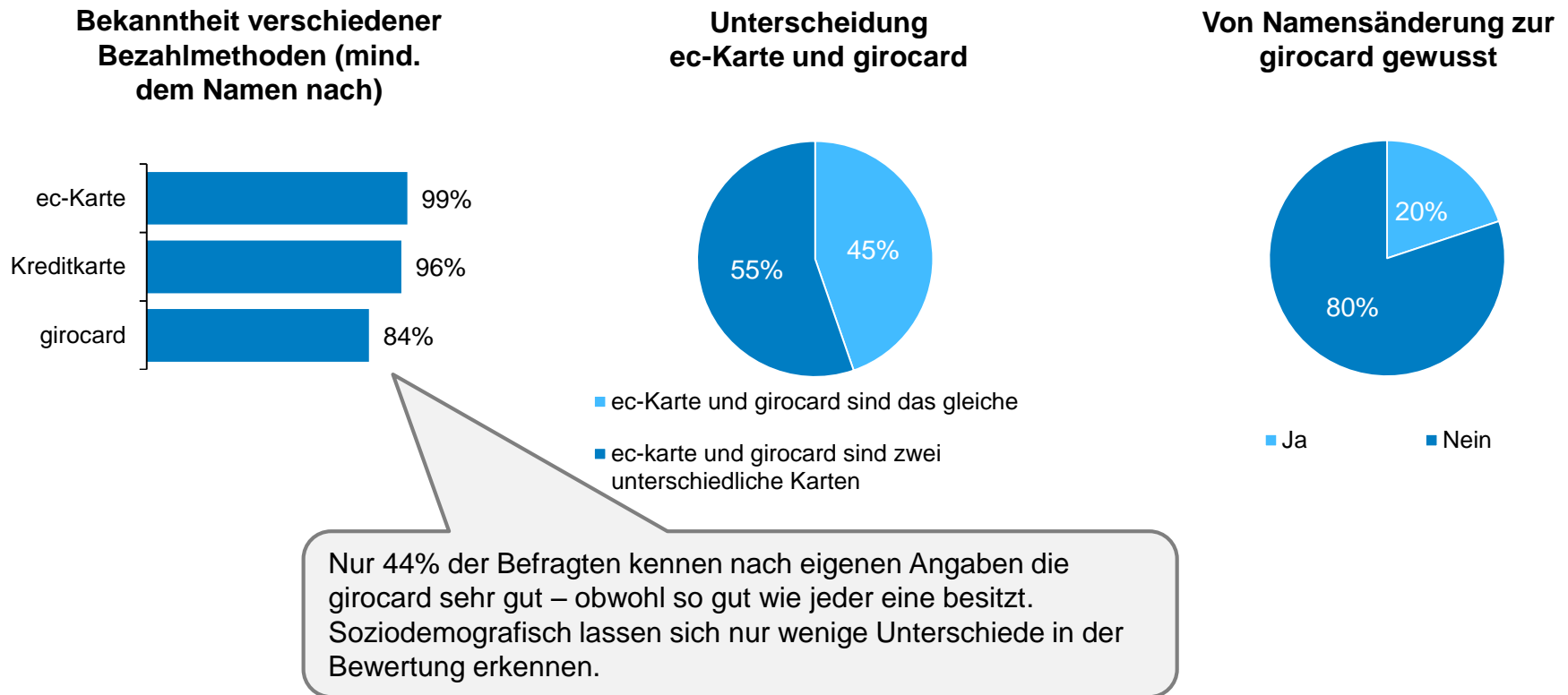
B05: Verwenden Sie Ihre girocard – zumindest gelegentlich – zum... Basis: Deutschland n=950 (Strukturmessung Juli 2015)



**girocard –
was ist das eigentlich?**

Die Mehrheit der Bevölkerung geht noch davon aus, dass girocards und ec-Karten unterschiedliche Karten darstellen.

Aktueller Kenntnissstand im Überblick



B01: Sind Ihnen die folgenden Begriffe geläufig? Basis: Deutschland n=1.000 ohne k.A.

B02: Verstehen Sie unter "ec-Karte" und "girocard" das gleiche oder sind das für Sie zwei unterschiedliche Karten? Basis: Deutschland n=1.000 ohne k.A.

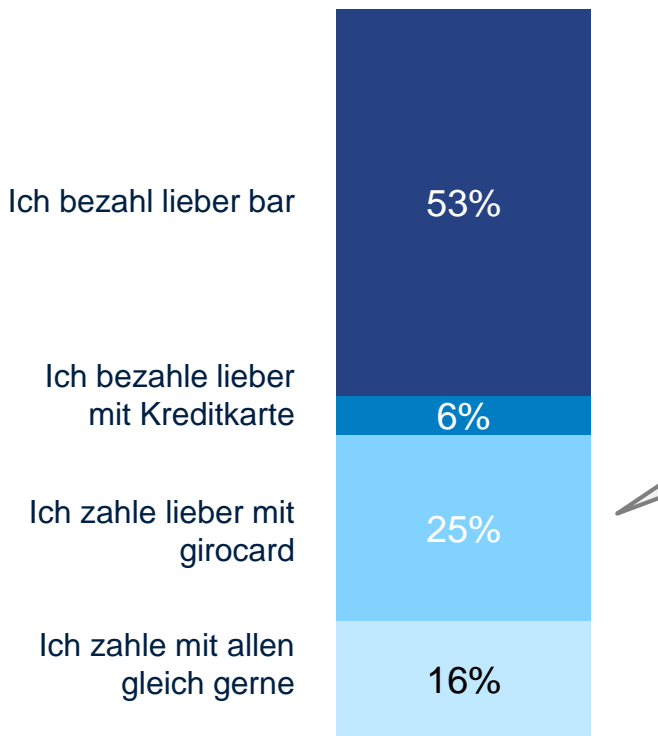
B03: Im Jahr 2007 wurde der Begriff "girocard" für die ehemalige "ec-Karte" eingeführt...Haben Sie davon gewusst? Basis: Deutschland n=1.000 ohne k.A. (Strukturmessung Juli 2015)



Bezahlpräferenzen

Die Barzahlung wird gegenüber anderen Möglichkeiten mit 53% klar bevorzugt. Im Rahmen der girocard-Zahlungen wird das PIN-Verfahren präferiert.

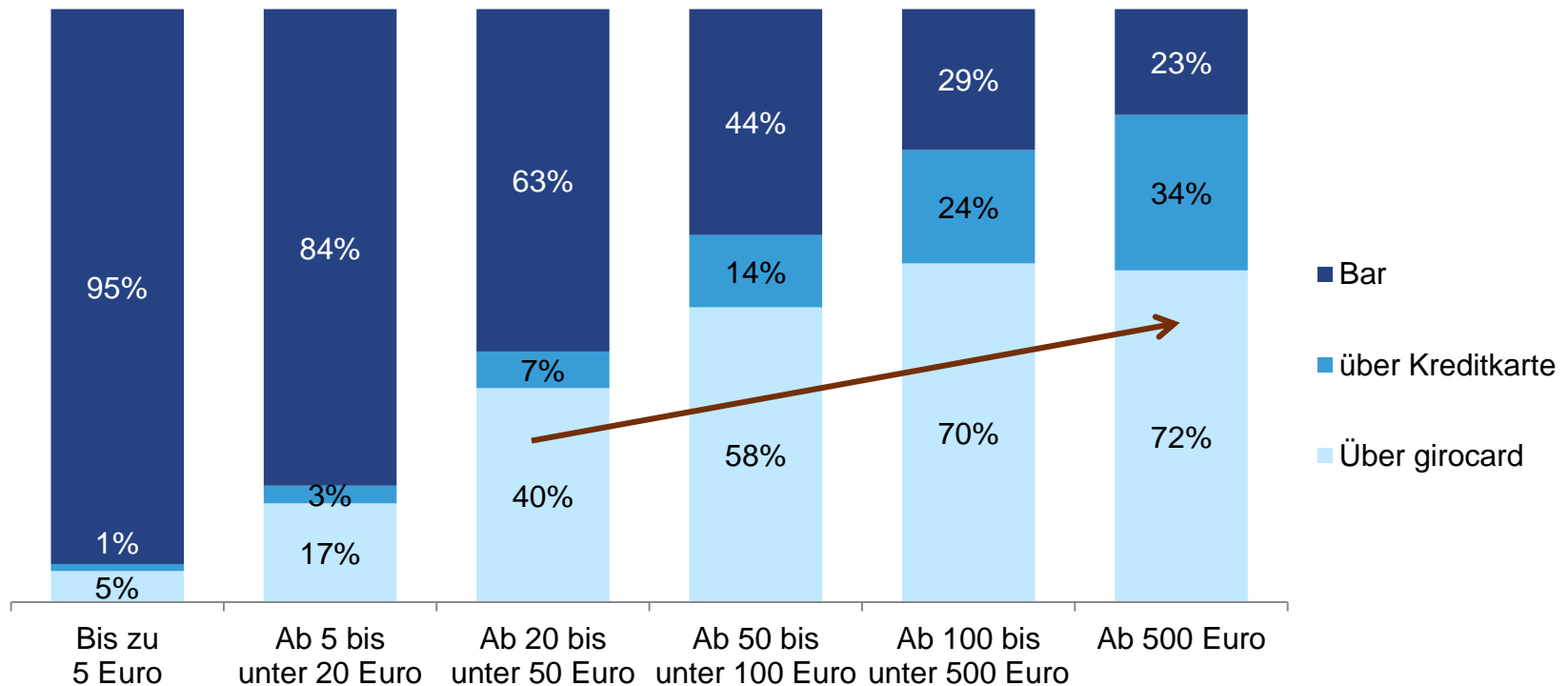
Bevorzugtes Bezahlverfahren



Zwei Drittel der Befragten geben als bevorzugtes Bezahlverfahren das PIN (Geheimzahl)-Verfahren an. Diese Methode ist vor allem bei den jungen Zielgruppen beliebt.

Je höher der zu bezahlende Betrag ist, desto häufiger kommt die girocard zum Einsatz – ab 500€ werden knapp $\frac{3}{4}$ aller Zahlungen über die Karte getätigt.

Zahlungspräferenzen nach der Höhe der Einkaufes



B18: Die Art der präferierten Zahlung kann sich mit der Höhe des Betrags ändern. Ich lese Ihnen nun ein paar Summen vor. Sagen Sie mir bitte, wieviel % ihrer Bezahlvorgänge Sie bei dieser Höhe... Basis: Deutschland n=1.000 ohne k.A. (Strukturmessung Juli 2015)

girocard-Zahlungen sind sehr einkaufsstättenspezifisch.

Zahlungspräferenzen nach Einkaufsstätten

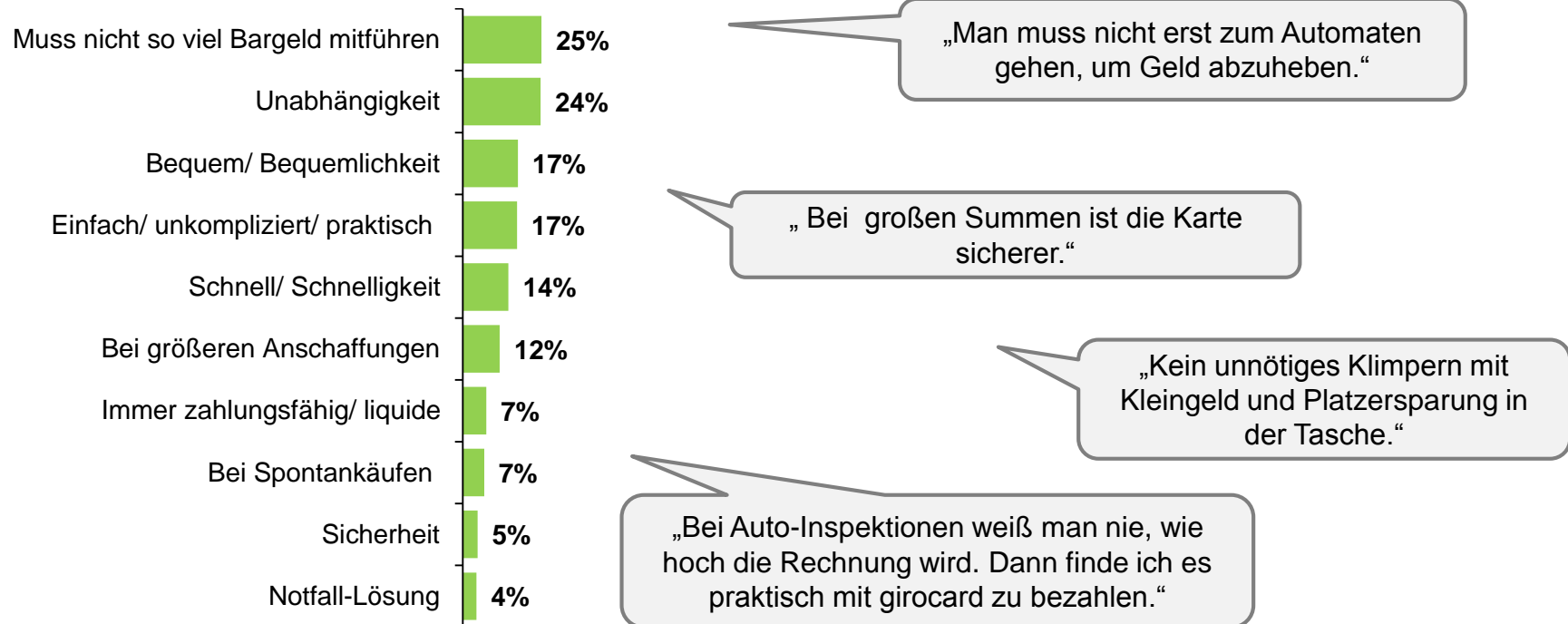


B13: Mit welchem Zahlungsmittel zahlen Sie hauptsächlich, wenn Sie Anschaffungen in folgenden Produktbereichen/ Einkaufsstätten machen?

Basis: Deutschland n=1.000; Kassel n=550; ohne k.A. (Strukturmessung Juli 2015)

Vor allem bei der Zahlung größerer Beträge wird die girocard als sicherer empfunden...

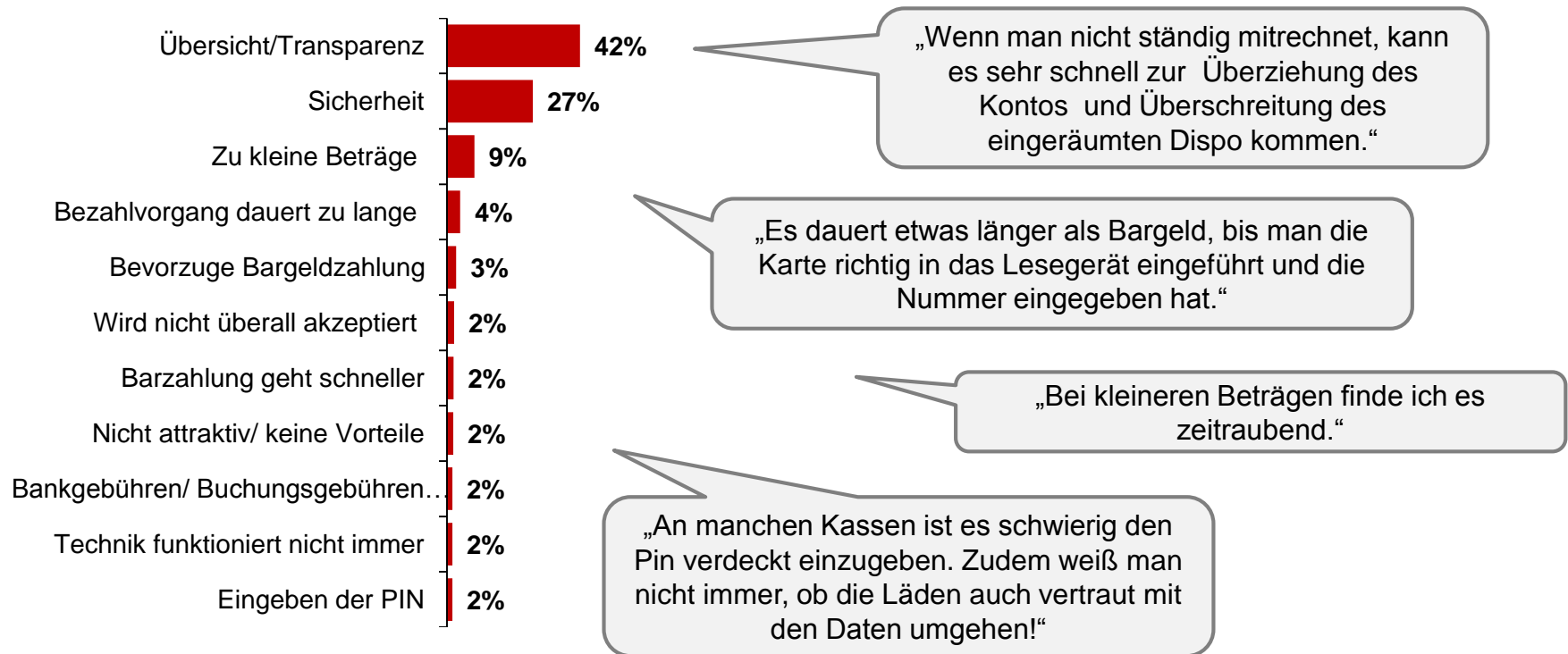
Pro girocard-Zahlung aus Sicht der Kunden – offene Nennungen



Gegen die Zahlung mit der girocard spricht in erster Linie der fehlende Überblick, an zweiter Stelle Angst vor Sicherheitsmängeln.



Contra girocard-Zahlung aus Sicht der Kunden – offene Nennungen

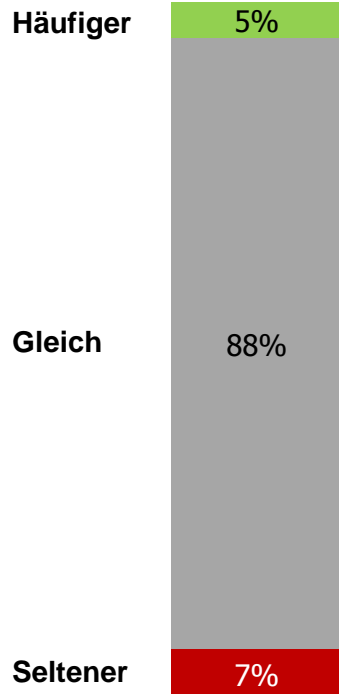


F10a: Was spricht aus Ihrer Sicht gegen eine Zahlung mit der girocard? Basis: n=892 ohne k.A. (Strukturerhebung März 2015)

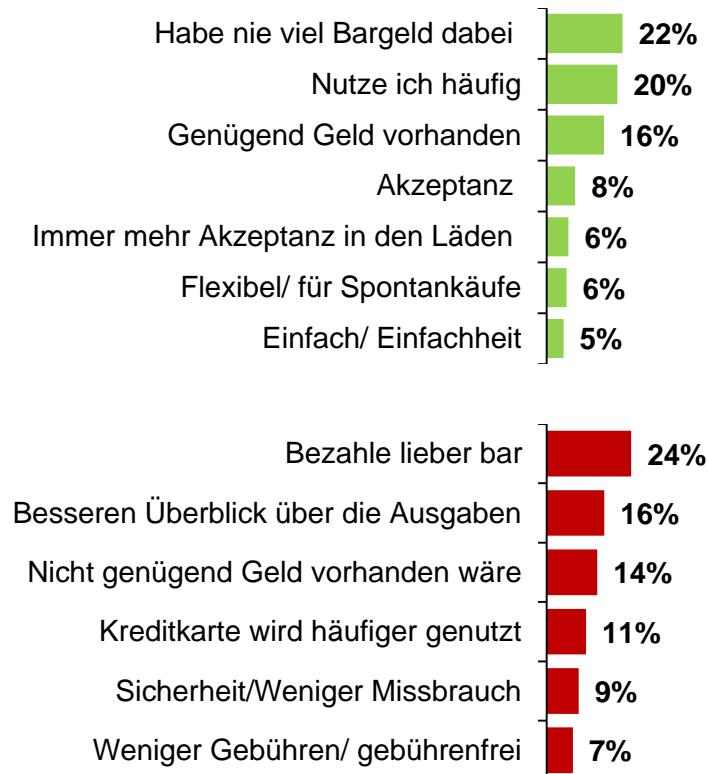
Die Mehrheit der Bevölkerung hat derzeit nicht vor, ihre Nutzung der girocard in Zukunft zu verändern.

Geplante Veränderung in der Zukunft

Einsatz girocard in Zukunft



Gründe für Änderung der Nutzung



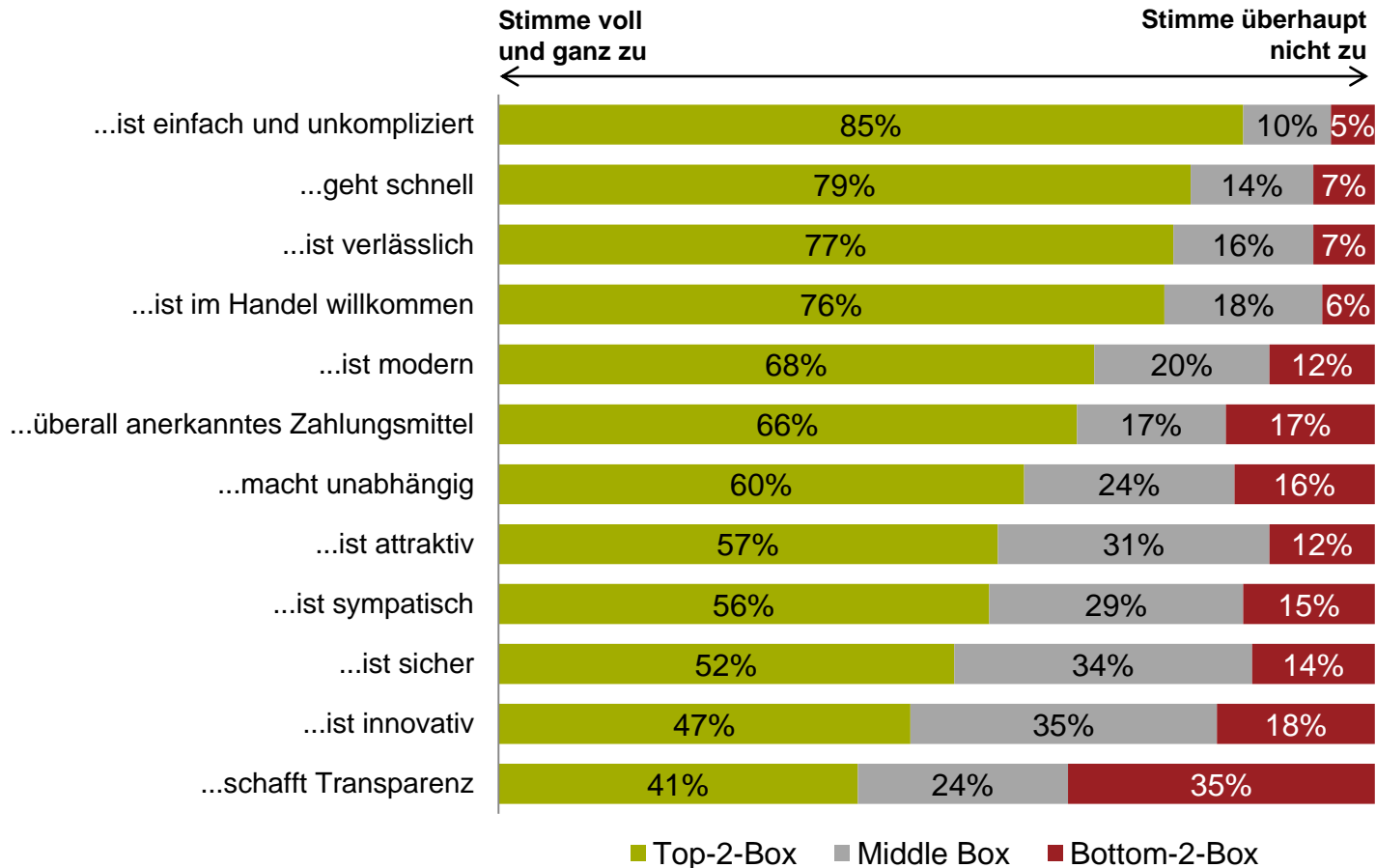
F14a: Werden Sie die girocard in den nächsten zwölf Monaten weniger oder häufiger einsetzen als in den zurückliegenden zwölf Monaten? Bitte beantworten Sie diese Frage auf einer Skala von 1 bis 5. Basis: n= 1.434 ohne k.A. F14b: Falls Sie Ihre girocard in den nächsten zwölf Monaten weniger oder häufiger einsetzen werden als bisher: Was ist der Grund oder was sind die Gründe dafür? Basis: Seltener: n= 101; Häufiger: n=73 ohne k.A. (Strukturerhebung März 2015)



Einstellungen zur girocard

Einfach, schnell und unkompliziert – Werte, die in Deutschland deutlich hervorstechen.

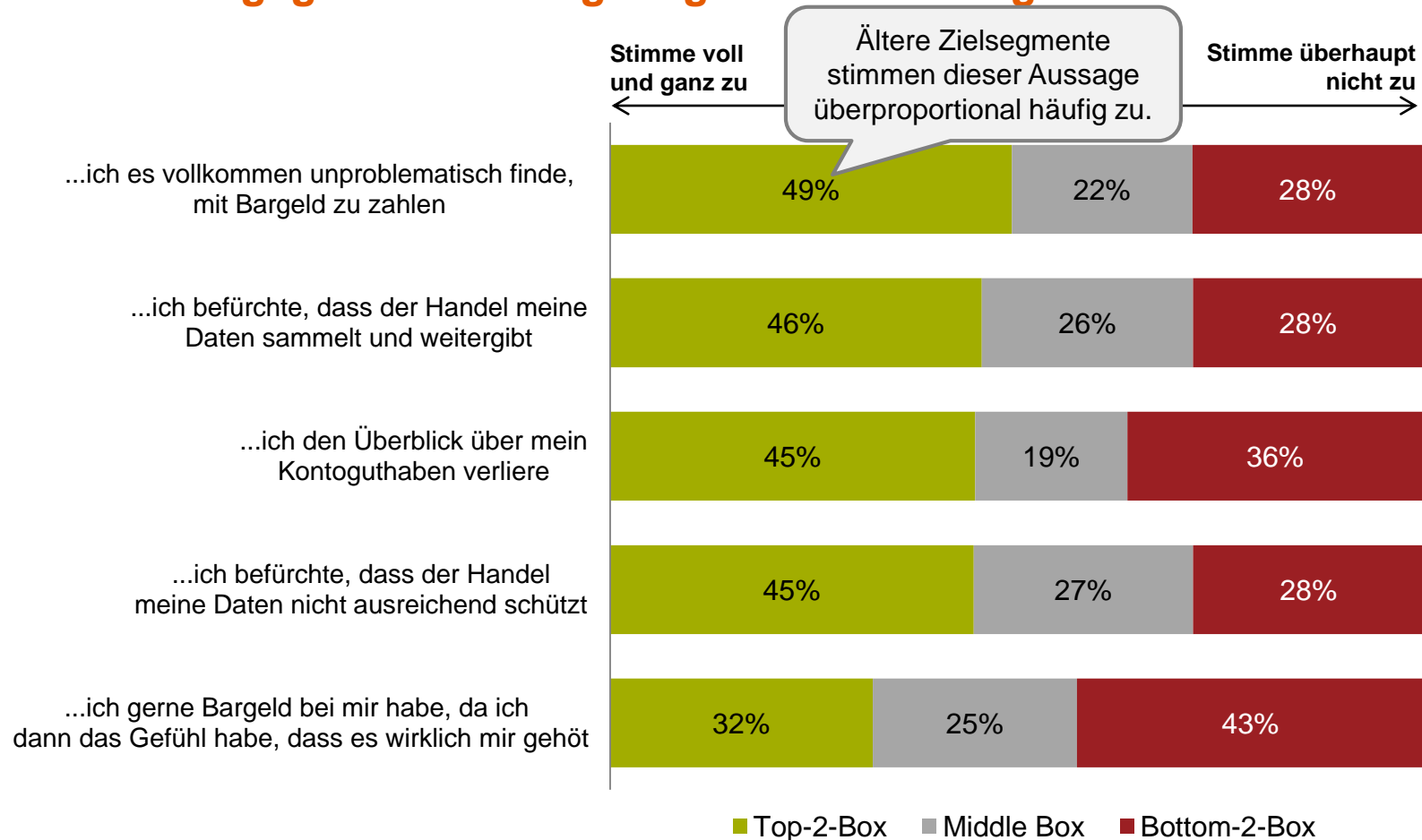
Aussagen zur girocard



E01: Im Folgenden geht es um Ihre grundsätzliche Meinung zur girocard. Bitte geben Sie uns an, inwieweit Sie den einzelnen Aussagen zustimmen
 Basis: Deutschland 929, ohne k.A.. (Nullmessung BRD Juni 2016)

Die Hälfte aller Kunden sieht keinen Grund ihr Zahlungsverhalten zu ändern.

Hürden für gegen eine häufigere girocard-Zahlung



F16: Im Folgenden finden Sie einige Gründe, warum man seine girocard nicht (noch) häufiger zum Bezahlen benutzt. Bitte geben Sie für jeden Grund an, inwieweit Sie diesem persönlich zustimmen. Basis: n= 1.409 ohne k.A. (Strukturmessung März 2015)

Ein kurzes Fazit



Fazit

- Nur 44% der Befragten kennen nach eigenen Angaben die girocard sehr gut – obwohl so gut wie jeder eine besitzt.
- Unsicherheit bestehen vor allem in der Namensgebung und bei der Abgrenzung zur ehemaligen ec-Karte.
- Im Aggregat bezahlen 53% oder 30 Millionen Bundesbürger weiterhin am liebsten bar. Die girocard wird bei „höherwertigeren“ Produktfeldern zwar bereits präferiert zum Bezahlen eingesetzt, bei kleineren Beträgen dominiert weiterhin das Bargeld.
- Die Notwendigkeit, auf Bargeld zu verzichten und lieber (mehr) mit der girocard zu bezahlen wird nicht gesehen - 30 Millionen – meist ältere - Bundesbürger teilen diese Meinung. Das über Jahre hinweg gelernte Verhalten ist hier ausschlaggebend.
- Die größten Stärken der girocard sind, dass sie die Zahlung einfach, bequem und unkompliziert macht. Bei größeren Beträgen dominieren Sicherheitsaspekte. Der Überblick über die Ausgaben geht aber dabei bei einigen Nutzergruppen verloren.
- Angst vor Sicherheitsmängeln stehen eher bei älteren Zielgruppen im Raum – Sie haben Sorgen, dass Kartendaten und PIN beim Bezahlen ausgelesen werden könnten; die Hälfte befürchtet, dass Geld unberechtigt abgebucht werden könnte oder die Karte verloren geht.
- Bedenken gibt es bei der Anzahl an Akzeptanzstellen und der gefühlten längeren Bezahldauer mit der girocard.

WIE KANN DIE DIE **BEKANNTHEIT** DER GIROCARD, DIE **AKZEPTANZ** SOWIE DIE **EINSATZHÄUFIGKEIT** DER GIROCARD IN DEUTSCHLAND ERHÖHT WERDEN?

... UND WIE KÖNNEN WIR DAS MESSEN?



HIERZU SIND UNTERSCHIEDLICHE MARKETING- UND WERBEMAßNAHMEN GEPLANT.

BEVOR DIESE JEDOCH BUNDESWEIT ZUM EINSATZ KOMMEN,
WERDEN DIE EINZELNEN MAßNAHMEN IN EINEM KLEINRÄUMIGEN
GEBIET HINSICHTLICH IHRER WIRKUNG GETESTET.
DAZU WURDE IM JULI 2015 IN DER GEMEINDE KASSEL EIN
TESTMARKT ETABLIERT, DER GEEIGNET IST, DIESES ZIEL ZU
ERREICHEN.




Testmarkt Kassel „girocard City“ - ein kleiner Einblick





Warum gerade Kassel?

Aufgrund der Bevölkerungsverteilung, aber auch aufgrund weitergehender Faktoren (Kaufkraft, Zentralität) ist Kassel als Testmarkt sehr gut geeignet, dort erlangte Erkenntnisse auch auf Deutschland zu übertragen.

- **Kaufkraft Stadt Kassel:**
94,1 (Index)
- **Zentralität**
(Kaufkraftzufluss):
150 (Index)
- **Einzelhandelsumsatz:**
145 (Index)



	Deutschland	Hessen
	49.3	50.6
	50.7	49.4
16-19	6.2	5.2
20-29	17.3	22.8
30-39	16.9	17.8
40-49	22.7	20.4
50-59	21.3	19
60-69	15.6	14.8



➔ Auf Kassel entfallen derzeit ca. **138.000 Einwohner.**

Aufbau des Testmarkts

In Kassel werden unterschiedliche „Marketing-Maßnahmen“ durchzuführen. Diese können sehr unterschiedlich sein und zu unterschiedlichen Auswirkungen z.B. auf die grundsätzliche Zahlungsbereitschaft der Endkunden mit der girocard führen.

**Ansprache-
konzepte**



**Konkrete
Marketingaktio**



**Logos
tauschen**



**Einzelhandel
sensibilisiere**



**... oder weitere
Möglichkeiten**

Eine detaillierte Messung der einzelnen Maßnahmen auf die Zahlungsbereitschaft etc. ist Teil unseres Vorgehens.

Aufbau des Testmarkts

Hierfür gibt es zwei unterschiedliche Ansätze:

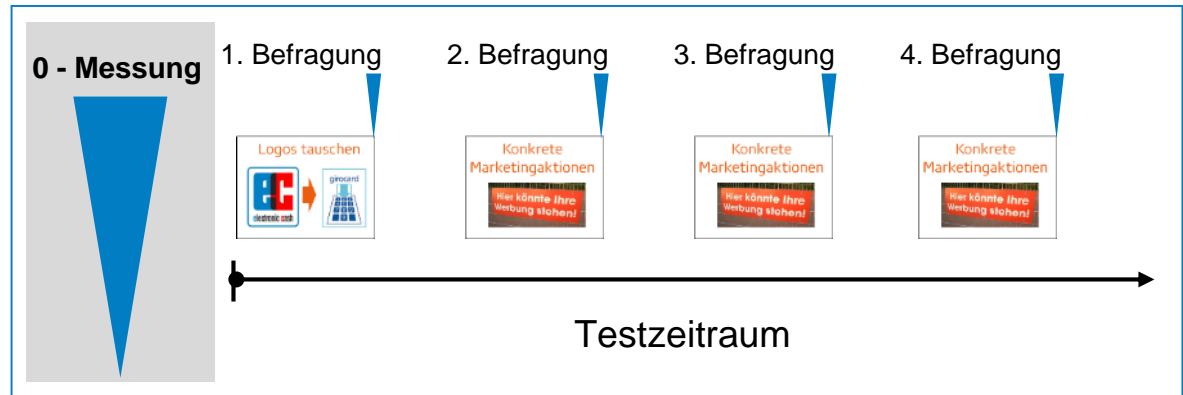


1. Evaluation von einzelnen Kampagnen/ Maßnahmen durch ad hoc Befragungen
2. Kontinuierliche Messung des Einkaufs- und Bezahsverhaltens im Rahmen eines Bezahlpanels

Die beiden Ansätze im Überblick

Im Rahmen von ad hoc Befragungen

**Bekanntheit, Nutzung,
Zahlung mit der Karte,
Bewertung der einzelnen
Kampagnen**



Im Rahmen eines Bezahlpanels

**Ort des Einkaufes,
Höhe es Einkaufes,
Art der Bezahlmethode**



Vielen Dank.