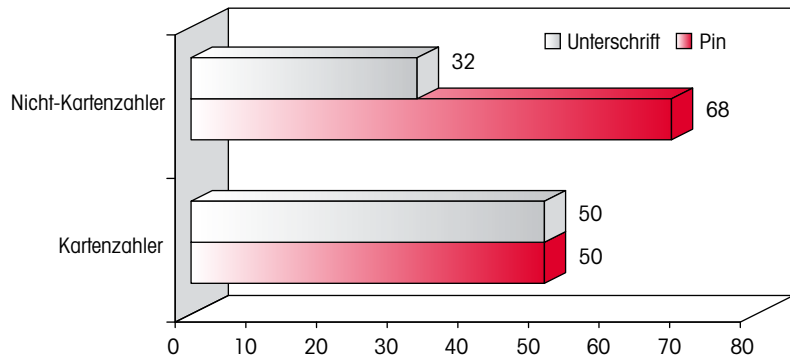


Mehr Kartenzahler durch electronic cash?

Der Vormarsch von electronic cash scheint das Potenzial zu bergen, die Nutzung der Debitkarte am Point of Sale deutlich zu erhöhen. Denn bei Nicht-Kartenzahlern ist einer GfK-Studie zufolge das unterschriftsbasierte Lastschriftverfahren deutlich unbeliebter als das PIN-gestützte ec-cash. Aktive Kartenzahler dagegen haben demnach keine Präferenzen.

Bevorzugtes Verfahren beim Bezahlen mit Debitkarte (in Prozent)

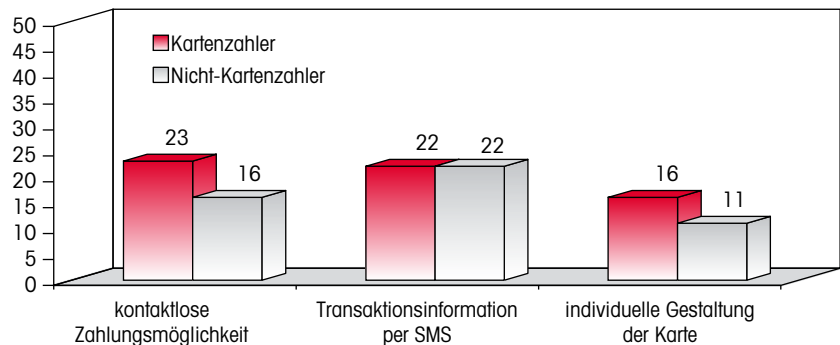


Quelle: GfK/Euro Kartensysteme, Basis: n = 1 525 (Kartenzahler n = 1 210/Nicht-Kartenzahler n = 427) ohne „keine Angabe“

Individuelles Design: bei der Debitkarte uninteressant

Kontaktloses Zahlen, die Information über Transaktionen per SMS oder die individuelle Gestaltung stößt in Verbindung mit der Debitkarte bislang auf wenig Interesse beim Kunden – und zwar bei Kartenzahlern wie Kartenmuffeln gleichermaßen. Die Offenheit gegenüber der kontaktlosen Technologie und der SMS-Information ist dabei jedoch noch spürbar größer als das Interesse am Design, das von 65 Prozent der Kartenzahler als wenig attraktiv bezeichnet wird. Beim kontaktlosen Zahlen meint das nur eine knappe Mehrheit von 51 Prozent.

Attraktivität von zusätzlichen Leistungen in Verbindung mit der Debitkarte aus Kundensicht (Anteil der Nennungen „sehr attraktiv“ und „attraktiv“ in Prozent)

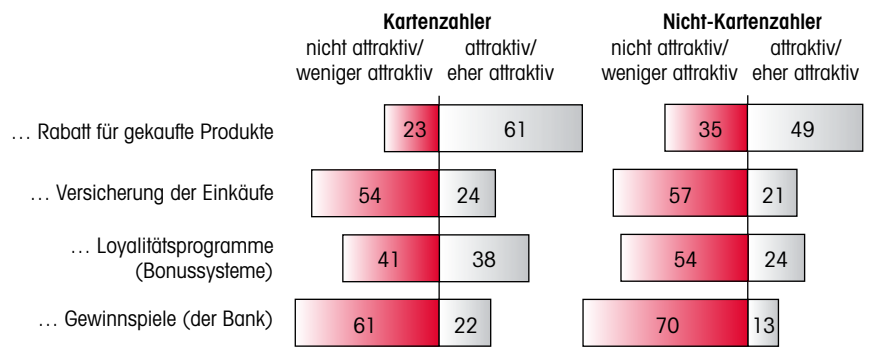


Quelle: Euro Kartensysteme/GfK, Basis: n = 1 730 (Kartenzahler n = 1 210, Nicht-Kartenzahler n = 427)

Debitkarte: Einkaufsrabatt gewünscht

Die Einkaufsversicherung, mit der viele Kreditkartenangebote punkten, lohnt sich bei der Debitkarte aus Kundensicht kaum: Weniger als jeder Vierte ist daran interessiert. Kreditkartenmerkmale wie ein Rabatt auf gekaufte Produkte oder Bonusprogramme sind vor allem aus Sicht aktiver Kartenzahler interessant.

Zusatzleistungen der Debitkarte aus Kundensicht (in Prozent)



Quelle: Euro Kartensysteme/GfK, Basis: n = 1 730 (Kartenzahler n = 1 210, Nicht-Kartenzahler n = 427)