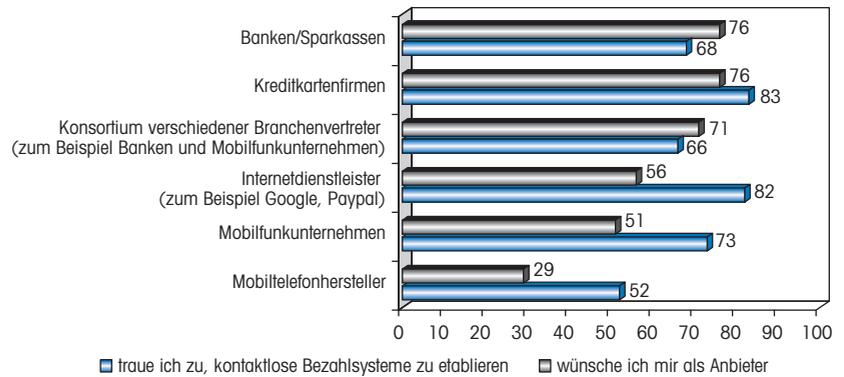


### Kontaktlose Zahlverfahren: Am liebsten von der Bank

Kreditkartengesellschaften, Internet-Dienstleistern wie Google oder Paypal sowie die Mobilfunkunternehmen trauen Händler die Einführung kontaktloser Zahlverfahren am ehesten zu. Kreditinstitute folgen erst auf dem dritten Platz, wären den Händlern aber als Anbieter am liebsten. Mobiltelefonhersteller und Mobilfunkunternehmen werden von 43 beziehungsweise 23 Prozent als Anbieter total abgelehnt.

### Anbieter beim kontaktlosen Zahlen aus Händlersicht (Angaben in Prozent)

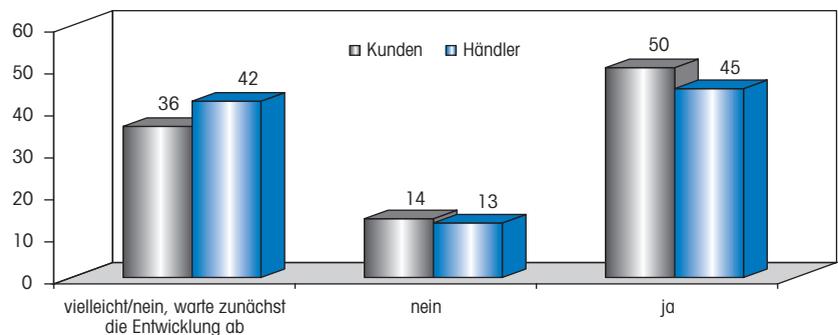


Quelle: ibi Research, E-Payment-Barometer Oktober 2011

### Jeder zweite Händler offen für kontaktloses Zahlen

Bei der Einführung des kontaktlosen Zahlens in ihren stationären Geschäften sind Händler offener als in ihrem persönlichen Zahlverhalten als Kunden. Als Kunden sind sie eher geneigt, die weitere Entwicklung erst abzuwarten, bevor sie das kontaktlose Zahlen nutzen. Der Anteil der grundsätzlichen Skeptiker ist aber aus Händler- wie Kundenperspektive gleichermaßen gering.

### Kontaktloses Zahlen aus Händler- und Kundenperspektive (Angaben in Prozent) Frage: Könnten sie sich die Umsetzung des kontaktlosen Zahlens in ihrem Laden vorstellen? Würden sie selbst als Kunde mit kontaktlosen Verfahren zahlen wollen?

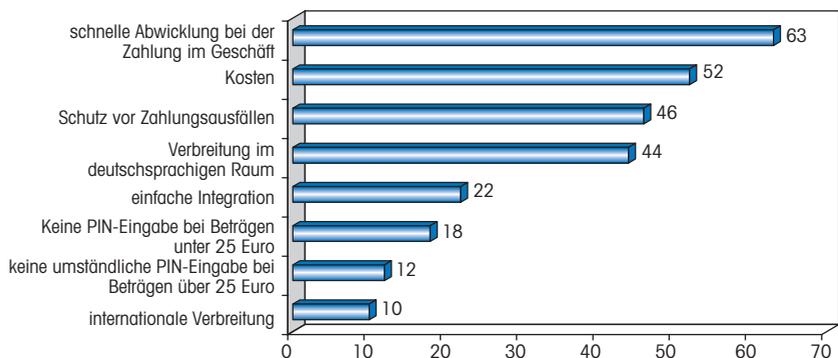


n = 100 (Händlerperspektive) beziehungsweise 186 (Kundenperspektive)  
Quelle: ibi Research, E-Payment Barometer, Oktober 2011

### Kontaktloses Zahlen: PIN-Eingabe nicht entscheidend

Schnelligkeit und die Verfahrenskosten sind aus Händlersicht die Hauptargumente für das kontaktlose Bezahlen. Die Frage der PIN-Eingabe bei kleineren oder auch höheren Beträgen ist dagegen von untergeordneter Bedeutung. Auch die internationale Verbreitung eines Verfahrens, mit der Mastercard und Visa punkten wollen, ist für die Händler kaum ein Argument.

### Die wichtigsten Anforderungen an das kontaktlose Zahlen aus Händlersicht (bis zu drei Nennungen, Angaben in Prozent)



Quelle: ibi Research, E-Payment-Barometer Oktober 2011

n = 93