



SMART SHOPPING

Informieren und Einkaufen
auf vielen Wegen

INHALT

Vom Einkauf im Ladengeschäft zum mobilen Shopping	4
So kaufen wir heute ein	8
Informieren vor dem Kauf	10
Smart Shopping	14
8 Tipps für das Online-Shopping	18
Shopping Typen	20
Smart bezahlen	22

Impressum:

Smart Shopping – Informieren und Einkaufen auf vielen Wegen

Herausgeber:

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. (Bundesverband) und der weltweite
Online-Marktplatz eBay (www.ebay.de)

Konzept und Text:

Georg Abel (V.i.S.d.P.), Die VERBRAUCHERINITIATIVE e.V. (Bundesverband),
Elsenstr. 106, 12435 Berlin

Fotos:

Die VERBRAUCHERINITIATIVE e.V. (Bundesverband), eBay

Hinweis:

Wenn im Text z. B. vom „Verbraucher“ die Rede ist, ist dies ein Zugeständnis
an die Flüssigkeit der Sprache. Gemeint sind natürlich Verbraucherinnen und
Verbraucher.

Liebe Leserin, lieber Leser,

„Informieren & Einkaufen“ gehören zu unserem Alltag. Täglich wollen wir über verschiedenste Produkte mehr erfahren, wir wägen Eigenschaften, Nutzen und Preis gegeneinander ab und wir kaufen letztendlich auf den unterschiedlichsten Wegen ein. Schon längst zählen zu unseren Einkaufswelten auch das Internet und immer mehr auch das Mobiltelefon. Durch die Vielzahl der Möglichkeiten, sich über Waren und Dienstleistungen zu informieren und sie zu kaufen, stellen sich dem Verbraucher heute ganz neue Fragen: Wie kann ich das Beste aus dem modernen Shopperlebnis machen? Und: Wie kaufe ich am „smartesten“ ein?

Mit dieser Broschüre wollen wir auf die Trends beim Informieren und Einkaufen eingehen, und wir geben Ihnen einige wertvolle Tipps und Hinweise an die Hand, wie Sie online, offline und mobil Informationen recherchieren und Produkte einkaufen können.

Eine informative Lektüre wünschen Ihnen



Georg Abel

Bundesgeschäftsführer
Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. (Bundesverband)



Nikolaus Lindner

Leiter Government Relations und Experte für
Verbraucherthemen bei eBay in Deutschland

VOM EINKAUF IM LADENGESCHÄFT...

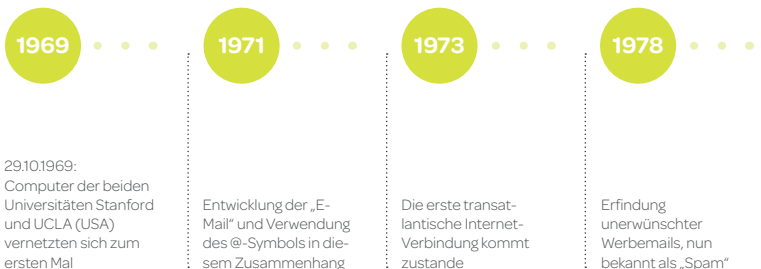
Was der Mensch nicht besitzt oder herstellen kann, versucht er von anderen Menschen zu erwerben. Das war schon immer so. Und stets folgte er dabei dem gleichen Prinzip:

Er erkundigt sich vorab über den Gegenstand, das Produkt oder die Dienstleistung, er wägt Kosten und Nutzen gegeneinander ab und er entscheidet sich am Ende dafür oder dagegen.

Einkaufen im Ladengeschäft

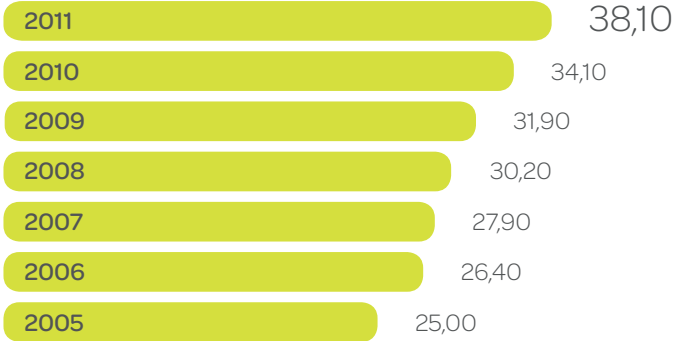
Bis zum Ende des letzten Jahrhunderts geschah das Einkaufens vorwiegend „offline“, also im Ladengeschäft – dort, wo man die Ware vor dem Kauf anfassen konnte. Alternativen dazu gab es nur wenige, aber es gab sie: Zum einen konnten die Käufer Waren im Katalog bestellen. Zum anderen hielt auch das Tele-Shopping per Fernseher Einzug in die deutschen Haushalte. Bei beiden Szenarien brauchte der Kunde lediglich den Telefonhörer in die Hand zu nehmen und bekam die Waren dann bequem nach Hause geliefert.

TIMELINE



Entwicklung der Anzahl der Online-Käufer in Deutschland von 2005 bis 2011 in Millionen

Im Jahr 2011 werden 38,1 Millionen Verbraucher in Deutschland zwischen 14 und 69 Jahren schon einmal online eingekauft haben (ENIGMA GfK, 2011).



Online-Shopping

Mit der sich stark verbreitenden Internetnutzung konnten die Verbraucher seit Anfang der 90er Jahre Waren und Dienstleistungen zunehmend per Online-Shopping erwerben. Dies war eine ganz neue Dimension des Einkaufserlebnisses: Bestellt wurde nicht mehr per Telefon, sondern direkt über den Computer. Es genügte, die Mengenzahl des gewünschten Produkts einzutragen, die Lieferadresse sowie einige Bezahl-daten anzugeben und schon war die Bestellung per Mausklick abgeschlossen. Auch wenn die Idee, Waren über das Internet anzubieten und zu verkaufen schon zu Beginn der 90er Jahre geboren war, fiel der große Startschuss für das Online-Shopping erst 1995 mit der Etablierung der größeren Online-Shops und Internet-Handelsplattformen.

1982

Der erste „Emoticon“ (Anzeigen des Gefühlszustandes mittels Satzzeichen) taucht auf: ☺

1989/90

Beginn des World Wide Web als weltweite Internetverbindung; dazu Beginn der Standardisierung von http, HTML und URL.

1991

Entwicklung des MP3 Formates, Benutzung der ersten „Webcam“

1995

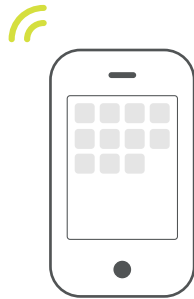
Beginn der Kommerzialisierung des Internets – Online-Handelsplattformen etablieren sich; bargeldloses Zahlen wird möglich, Transaktionen können online getätigt werden

...ZUM MOBILEN SHOPPING

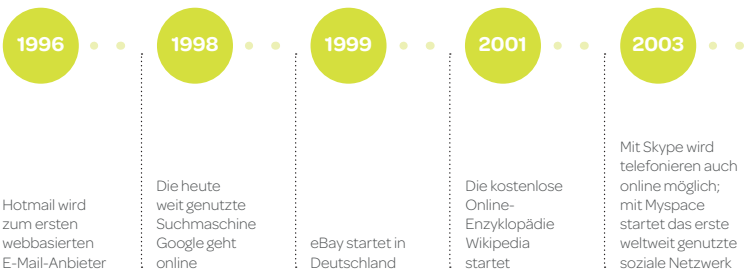
Während sich das konventionelle Online-Shopping am heimischen Computer oder Laptop abspielt, gibt es mittlerweile einen dritten Kanal, über den eingekauft werden kann: Mobil, nämlich mittels Smartphones oder Tablet-PCs.

Smartphones

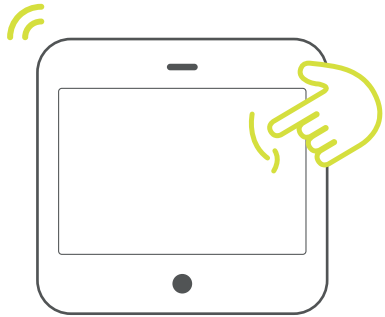
(engl. für intelligentes Telefon) ersetzen seit 2008 zunehmend das gewöhnliche Mobiltelefon und werden somit zum Alltagsgegenstand. Nicht nur kann man durch die konstante Verbindung mit dem Internet ortsunabhängig E-Mails versenden, sondern – ähnlich wie mit einem Computer – im Internet surfen, sich über Produkte informieren und diese dann auch mobil kaufen. Dies funktioniert über den installierten Browser oder ganz bequem durch das Herunterladen von zusätzlichen Programmen (sogenannte „Applikationen“, auch bekannt als „Apps“). Diese erlauben es dem Anwender, das Telefon individuell mit neuen Funktionen aufzurüsten.



TIMELINE



Ein **Tablet-PC** hingegen ist ein tragbarer Computer, dessen berührungsempfindliches Display mit einem Eingabestift bzw. direkt mit den Fingern bedient werden kann. Es ist somit eine Erweiterung herkömmlicher Notebooks. Das erste Patent auf eine Art Tablet-PC wurde übrigens im Jahre 1888 ausgesprochen. Dieser funktionierte selbstverständlich nicht elektronisch, sondern mit einem Bleistift.



Sowohl Smartphones als auch Tablet-PCs funktionieren im drahtlosen lokalen Netzwerk, im so genannten W-Lan. Damit ermöglichen sie es dem Verbraucher, das mobile Einkaufserlebnis mit nach Hause zu nehmen und dort – aber auch im Internetcafé oder am Arbeitsplatz – im Internet mobil zu surfen. Es bedarf also nicht immer einer Mobilfunkverbindung.

Nichts ist unmöglich...

Alles entwickelt sich weiter. Schaut man auf die technologischen Entwicklungen der letzten 20 Jahre zurück, so scheint tatsächlich nichts unmöglich zu sein. Und die Entwicklung neuer Trends reißt nicht ab: Web 2.0, Couponing und bargeldloses Zahlen sind Begriffe, mit denen sich smarte Verbraucher des 21. Jahrhunderts vertraut machen sollten.



SO KAUFEN WIR HEUTE EIN

Grob gesehen stehen Verbrauchern drei Kanäle zum Einkaufen zur Verfügung: **offline** im Ladengeschäft; **online** am Computer und **mobil** per Smartphone/Tablet-PC.

Smartphones auf dem Vormarsch

2011 nutzen bereits 12 Millionen Deutsche ein Smartphone – und die Tendenz ist weiter steigend [Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (BVDW)].

6

Zirka **6 Millionen** deutsche Konsumenten kaufen schon mit einem mobilen Endgerät online ein. [Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. (bvh), 2011]

5

In etwa **5 Jahren** werden rund 8% der Waren im deutschen eCommerce-Handel über mobiles Shopping verkauft. (bvh, 2011)

4

Jeder 4. Besitzer eines Mobiltelefons nutzt dieses zum mobilen Einkauf. (bvh, 2011)

3

Jedes 3. in Deutschland verkaufte Telefon ist ein Smartphone. [Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien e.V. (BITKOM), 2011]

2

Mehr als **jedes 2.** in Westeuropa und den USA verkaufte Telefon ist ein Smartphone. (BITKOM, 2011)

1

Weltweit wird **jede Sekunde** über eine mobile Anwendung bei eBay etwas gekauft. (eBay, 2011)

E-Commerce

E-Commerce steht für „Electronic Commerce“ und bedeutet „elektronischer Handel“. Dieses Handelsgeschäft wird – wie auch offline – zwischen selbstständig handelnden Akteuren abgeschlossen – nur eben über ein interaktives, computer-gestütztes, vernetztes, elektronisches Medium. Als Beispiel für E-Commerce lässt sich der Kauf eines Autos oder eines Kleidungsstücks bei einem Online-Anbieter nennen. Teleshopping hingegen kann nicht zum E-Commerce gezählt werden, da die Vermittlung der Ware nicht durch ein computergestütztes Medium erfolgt.

M-Commerce

M-Commerce steht für „Mobile Commerce“ (engl.: mobiler Handel). M-Commerce beschreibt jede Art geschäftlicher Transaktion, bei der die Partner mobile elektronische Kommunikationstechniken (W-LAN, Bluetooth, etc.) in Verbindung mit mobilen Endgeräten (zum Beispiel Smartphones oder Tablet-PCs) einsetzen. Ein Beispiel für M-Commerce ist der Kauf einer Ware über eine Smartphone App.



Was ist Verbrauchern wichtig?

Verbraucher in Deutschland legen beim Mobile Commerce vor allem Wert auf günstige Mobilfunkpreise, schnelle Übertragungsraten und eine sichere Kaufabwicklung. (Smart Shopping Studie 2011, VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. und eBay)

Web 2.0

Web 2.0 stellt die „Neuerfindung“ des alten Internets (Web 1.0) dar. Waren Internetnutzer früher nur die Konsumenten von Online-Inhalten, so sind sie heute auch selbst aktiv und „produzieren“ diese Inhalte, zum Beispiel auf Blogs oder in sozialen Netzwerken. Auch E-Commerce ist Teil des Web 2.0, da nicht nur online gekauft, sondern auch verkauft werden kann. Zusätzlich sind die Empfehlungen anderer Verbraucher ein wichtiges Charakteristikum des Online-Handels im Zeitalter des Web 2.0.

INFORMIEREN VOR DEM KAUF

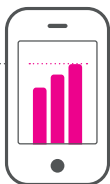
Im September 2011 hat das Marktforschungsinstitut INNOFACT AG im Auftrag der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. und des weltweiten Online-Marktplatzes eBay (www.ebay.de) Verbraucher zu ihrem Informations- und Einkaufsverhalten befragt. 2.166 Smartphone/Tablet-PC-Besitzer ab 14 Jahren haben geantwortet. Dies sind die Aussagen zum „Informieren vor dem Kauf“:



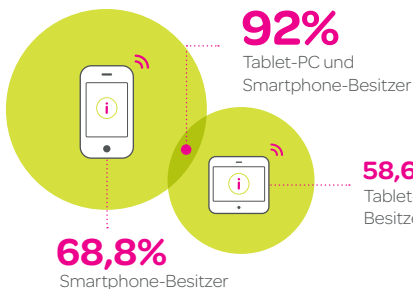
74,1% der Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs haben sich vor dem Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung schon einmal mobil informiert

Alter der Verbraucher, die sich mobil informieren

Insbesondere junge Leute nutzen mobile Geräte zur Vorabinformation bei einem Kauf

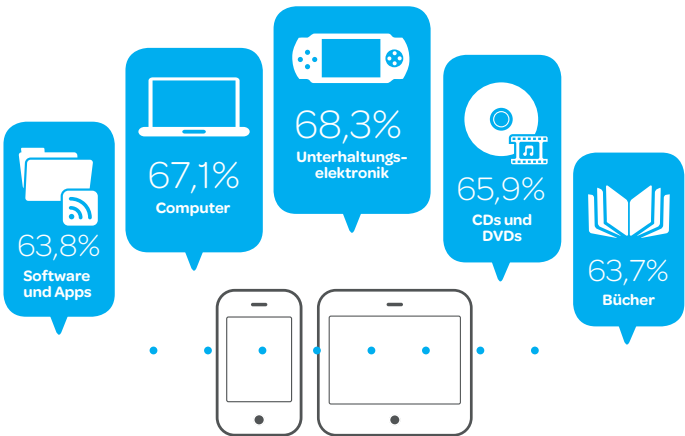


81,7%	(i)	17-29 Jährige
75,6%	(i)	30-49 Jährige
62,8%	(i)	50 + Jährige



92% der Befragten, die sowohl Smartphone als auch Tablet-PC ihr Eigen nennen, haben schon einmal vor einem Kauf mobil recherchiert. Mehr Smartphone- als Tablet-PC-Besitzer nutzen für das Recherchieren von Kaufinformationen ihr Mobilgerät.

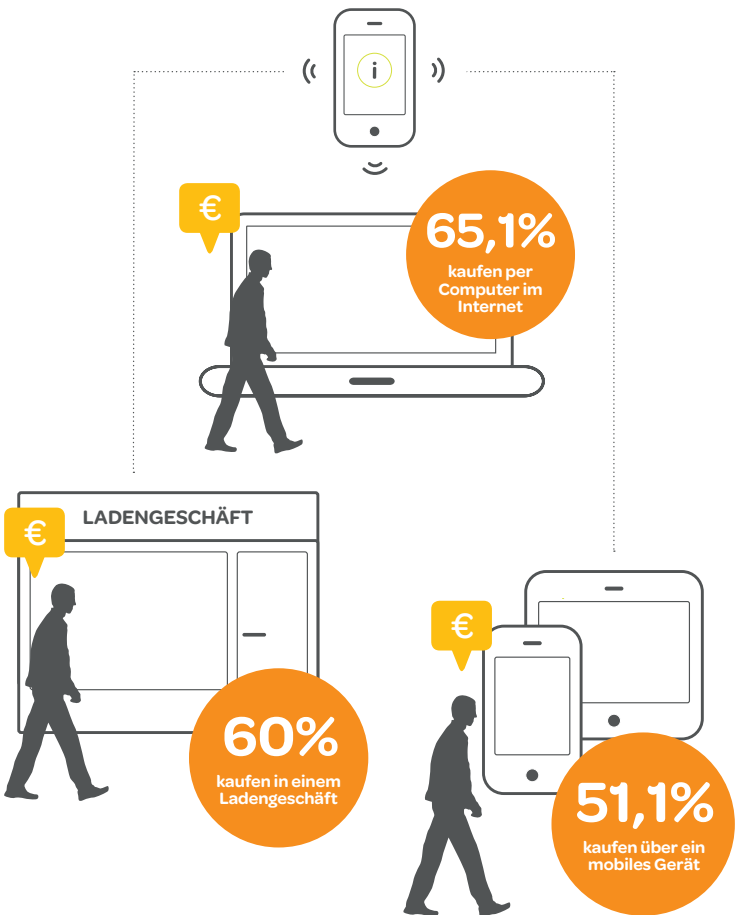
Fast Dreiviertel aller befragten Smartphone/Tablet-PC-Besitzer haben sich schon einmal mobil über einen Kaufgegenstand informiert. Der am häufigsten genutzte Kanal für die Vorabinformation vor einem Kauf ist allerdings noch immer „Online per Computer“. Gleich an zweiter Stelle folgt aber schon die mobile Informationsbeschaffung per Smartphone oder Tablet-PC – 46,2% der Befragten informieren sich „sehr oft“ mobil. Damit steht die mobile Recherche sogar noch besser da als die Vorabinformation im Ladengeschäft, von der nur 36% der Mobilgerätebesitzer angeben, dass sie sich „sehr oft“ so informieren.



Was wird recherchiert?

Informationen zum Preis wurden als Vorabinformation von 82,2% der Befragten, die das Mobilgerät zur Recherche nutzen, „sehr oft“ abgefragt. 69,4% der Informationssuchenden gaben an, „sehr oft“ funktionelle Produkteigenschaften mobil recherchiert zu haben. 62% der Befragten haben sich mobil „sehr oft“ über die Bewertung des Produktes oder der Dienstleistung durch andere Verbraucher informiert, was zeigt, wie sehr die Meinung anderer Verbraucher bei einer Kaufentscheidung interessiert. 53% der Personen waren an der Verfügbarkeit des Produktes interessiert und 57,3% der Befragten gaben an, dass sie sich „manchmal“ auch über die Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeitseigenschaften eines Produktes oder einer Dienstleistung erkundigen.

Verbraucher, die sich mobil informieren, kaufen nicht gezwun-
genermaßen auch mobil. 65,1% der Besitzer eines Smartphones
oder Tablet-PCs geben an, dass sie sich mobil informieren und
anschließend online kaufen. 59,9% der Befragten sagen, dass
sie sich mobil informieren und anschließend im Ladengeschäft
kaufen. Erst an dritter Stelle (51,1%) geben die Befragten an, dass
sie sich mobil informieren und anschließend auch mobil kaufen.
Diesen Effekt gibt es allerdings auch umgekehrt: 45,2% der Mobil-
gerätebesitzer informieren sich offline und kaufen anschließend
mobil ein, während 51,3% der Befragten online recherchieren,
bevor sie per Smartphone oder Tablet-PC einen Einkauf tätigen.



TIPPS



Informieren Sie sich vor dem Kauf!

Egal ob online, offline oder mobil, das Informieren gehört zum Einkaufen dazu.



Vergleichen Sie die Preise!

Beim Einkaufen über die unterschiedlichen Kanäle sowie für vergleichbare Produkte verschiedener Hersteller gibt es oft gravierende Preisunterschiede. Vergleichen Sie insbesondere die Endpreise inklusive der Versand- und Folgekosten (z.B. für Energie).



Achten Sie nicht nur auf den Preis!

Für ein gutes Geschäft sind auch andere Faktoren wichtig. Informieren Sie sich beispielsweise über:

- Funktionelle Produkteigenschaften
- Beschaffenheit, Material, Inhaltsstoffe usw.
- Rückgabebedingungen und evtl. Garantie
- Nachhaltigkeit & Umweltfreundlichkeit



Lassen Sie sich von anderen Verbrauchern beraten!

Die Bewertungen durch andere Verbraucher zählen zu den wichtigsten Vorteilen des Web 2.0 – nutzen Sie sie!



Wählen Sie Ihren Einkaufskanal mit Bedacht!

Ladengeschäft, online oder mobil – alles hat seine Vorteile.

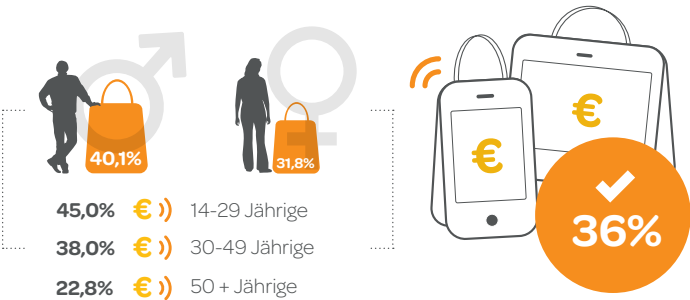
- Das Ladengeschäft punktet damit, dass der Käufer den Kaufgegenstand anfassen und ausprobieren kann.
- Beim Kauf im Internet per Computer ist der unkomplizierte Preisvergleich entscheidend.
- Verbraucher schätzen beim mobilen Einkauf die Möglichkeit, unabhängig von Zeit und Ort Produkte und Dienstleistungen erwerben zu können.

SMART SHOPPING

Bereits ein Drittel aller Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs (36,1%) hat schon einmal mobil eingekauft. Damit lässt sich sagen: Mobile Commerce setzt sich auch in Deutschland zunehmend durch. Bereits vier von zehn Männern und drei von zehn Frauen, die ein Smartphone oder Tablet-PC besitzen, haben schon einmal mobil eingekauft. Vor allem jüngere Verbraucher nutzen Mobile Commerce: 45% der 14- bis 29-jährigen Smartphone- und Tablet-PC-Besitzer haben schon einmal ein Produkt oder eine Dienstleistung mobil erworben. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind dies 38% und bei Verbrauchern im Alter ab 50 Jahren noch 22,8%, wenn sie ein mobiles Endgerät besitzen.

Mobiles Einkaufen

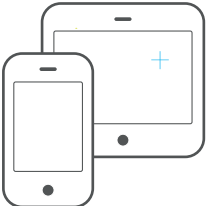
Ein Drittel aller Besitzer von Smartphones und Tablet-PCs hat schon einmal mobil eingekauft. Vor allem jüngere Verbraucher nutzen Mobile Commerce. Mehr Männer als Frauen kaufen mobil ein.







Beim Einkauf stehen Programme und Applikationen hoch im Kurs – 36,5% der mobilen Käufer geben an, diese Produkte „sehr oft“ per Smartphone oder Tablet-PC zu beziehen. Gleich darauf folgen Downloads wie eBooks, Musik, Filme und Spiele (34,5%), Bücher (30,7%) und elektronische Medien wie CDs und DVDs (28,6%), aber auch Tickets (22%) und Kleidung, Schuhe und Schmuck (21,2%). Aufholbedarf gibt es beim Mobile Commerce noch in den Bereichen Lebensmittel, Möbel, Werkzeuge, Fahrzeuge und -zubehör sowie Spielzeug.

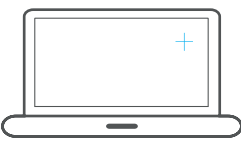
Vorteile des Einkaufs auf den unterschiedlichen Kanälen





Vorteile des Einkaufs über ein mobiles Gerät



-  Ich kann unabhängig vom Ort, an dem ich mich befinde, einkaufen
-  Ich kann unabhängig von der Uhrzeit einkaufen
-  Ich kann bequem Preise vergleichen
-  Es ist eine bequeme Form des Einkaufens

Vorteile des Einkaufs per Computer im Internet



-  Ich kann bequem Preise vergleichen
-  Ich kann unabhängig von der Uhrzeit einkaufen
-  Es ist eine bequeme Form des Einkaufens
-  Ich habe die Wahl aus einer großen Auswahl an Produkten und Dienstleistungen

Vorteile des Einkaufs im Ladengeschäft



-  Ich kann das, was ich kaufen will, anfassen und ausprobieren
-  Ich erhalte kompetente Beratung
-  Ich kann das Gekaufte unkompliziert zurückgeben
-  Ich erhalte das Produkt oder die Dienstleistung in kurzer Zeit

SMART SHOPPING

Wie viel Geld wird beim mobilen Einkauf ausgegeben?

Durchschnittlich haben die Gerätebesitzer, die bereits Mobile Commerce betreiben, für mobile Einkäufe in den letzten vier Wochen 227 Euro ausgegeben. Die Zufriedenheit der Käufer mit ihrem letzten getätigten mobilen Einkauf ist hoch – die Befragten geben ihm durchschnittlich die Schulnote 1,9. Frauen sind etwas zufriedener als Männer.



Der durchschnittliche Besitzer eines Smartphones oder Tablet-PCs kauft mobil zu Hause im Wohnzimmer auf dem Sofa (66,2%) oder auch im Arbeitszimmer am Schreibtisch (44,4%). Selbst das Schlafzimmer spielt eine Rolle beim mobilen Einkauf – 24,4% der Befragten haben schon einmal von dort Bestellungen getätigt. Auch in der Küche (22%) wird mobil geshoppt. Außer Haus wird oft im Café (37,3%), im Büro (31,4%) und am Flughafen oder Bahnhof (29,1%) mobil eingekauft. Ein Fünftel der Gerätebesitzer (19,8%) kauft auch dort mobil ein, wo das Produkt oder die Dienstleistung vor Ort erworben werden kann.

TRENDS IM HANDEL

Die Einkaufswelten verändern sich und bringen stets neue Trends und Shoppingmöglichkeiten für Verbraucher hervor. Dies sind drei davon:

Sonderangebote /“Deals“

Sonderangebote kommen vermehrt auch im Internet an. Zum Teil werden sie auch „Deals“ genannt und stehen oft in einem begrenzten Umfang nur eine gewisse Zeit zu einem besonders günstigen Preis zur Verfügung.

Couponing

Der Begriff „Coupon“ kommt aus dem Englischen und bedeutet „Gutschein“ oder „Rabattmarke“. Dabei gewährt der Herausgeber einer ausgewählten Personengruppe gegen Vorlage eines Coupons einen Vorteil in Form eines Rabatts, einer Zugabe oder ähnlichem. Man unterscheidet unter anderem zwischen dem klassischen Rabatt-Coupon, einem Info-Coupon für den Erhalt von Informationen, einem Gutschein-Coupon und dem mobilen Coupon, der per Mobiltelefon abgerufen werden kann.

Die ganze Shoppingwelt im Smartphone

Dank der wachsenden Verfügbarkeit von Smartphones und Tablet-PCs richten sich alle am Handel Beteiligten auf das neue Shopperlebnis ein. So können Verbraucher künftig nicht nur mobil Informationen einholen und einkaufen, sie bezahlen auch gleich bargeldlos, sie verwalten ihre Gutscheine im Mobiltelefon und ersetzen sogar ihre Schlüssel durch das Handy.



8 TIPPS FÜR DAS ONLINE-SHOPPING

1

Wählen Sie für alle Registrierungen, Bezahlvorgänge, etc. sichere Passwörter und geben Sie diese niemals an Dritte weiter. Ideal ist eine Länge von mindestens acht Zeichen, am besten eine Kombination aus Buchstaben, Zahlen und Sonderzeichen.

2

Überprüfen Sie die Seriosität des Anbieters. Informieren Sie sich so gut es geht über den Verkäufer. Achten Sie bei gewerblichen Anbietern auf Identität und Anschrift des Anbieters, Garantie- und Gewährleistungsbedingungen sowie Widerrufs- oder Rückgaberecht. Idealerweise sollte der Anbieter mit einem Siegel, z.B. von Trusted Shops oder dem TÜV, ausgezeichnet sein.

3

Prüfen Sie Artikelbeschreibung sowie Versand- und Lieferbedingungen. Lesen Sie vor dem Kauf die Beschreibung des Artikels genau durch und prüfen Sie die Bilder der Ware sorgfältig. Achten Sie auch auf die Lieferbedingungen und Versandkosten.

4

Achten Sie auf Ihr Widerrufs- oder Rückgaberecht. Nach den Vorschriften für Fernabsatzverträge kann ein Kaufvertrag, der zwischen einem gewerblichen Händler und einem Verbraucher geschlossen wird, ohne Angabe von Gründen widerrufen und der gekaufte Artikel wieder an den Händler zurückgesandt werden.

5

Wählen Sie sichere Zahlungsmethoden. Dazu gehören beispielsweise die Zahlung per Rechnung, Bankeinzug oder Kreditkarte. Auch mit der Nutzung eines Online-Zahlungsservices, wie zum Beispiel PayPal, wird ein hohes Maß an Sicherheit erreicht.

- 6 Achten Sie auf sichere Datenübertragung.** Anbieter sollten eine verschlüsselte Übertragung von Daten ermöglichen, erkennbar am <https://> in der Adresszeile des Browsers.
- 7 Schützen Sie sich vor Datenklau.** Öffnen Sie grundsätzlich keine Anhänge von E-Mails, bei denen Sie nicht sicher sind, dass der Absender seriös ist. Nutzen Sie eine Antivirensoftware und eine Firewall.
- 8 Bewahren Sie alle Unterlagen gut auf.** Drucken Sie sich die Geschäftsbedingungen des Anbieters sowie die einzelnen Bestellschritte aus. Bewahren Sie E-Mails mit der Bestellbestätigung/Rechnung/Versandstatus gut auf.

Die sichere Nutzung des Mobiltelefons

Um beim mobilen Einkaufen auf der sicheren Seite zu sein, sollten Verbraucher die folgenden Punkte beachten:

-  Lassen Sie Ihr Mobiltelefon nicht unbeaufsichtigt z.B. in Ihrem Auto zurück.
-  Versichern Sie Ihr Mobiltelefon, sodass Ihnen bei einem evtl. auftretenden Diebstahl kein Schaden entsteht.
-  Lesen Sie sich sorgfältig die Gebrauchsanweisung Ihres Mobiltelefons durch, um die wichtigsten Sicherheitsfunktionen zu kennen und zu aktivieren.
-  Aktivieren Sie in jedem Fall die PIN-Abfrage beim Einschalten Ihres Mobiltelefons.
-  Nutzen Sie die WLAN- und Bluetooth-Funktion nur, wenn Sie sie brauchen. Schalten Sie sie ansonsten aus.
-  Falls Ihnen das Handy abhanden kommt, lassen Sie Ihre SIM-Karte unverzüglich von Ihrem Anbieter sperren.
-  Bevor Sie Ihr Handy entsorgen, löschen Sie alle Daten und entfernen Sie die SIM-Karte.

SHOPPING TYPEN

Ich informiere mich online und kaufe online

...das sagen die meisten Befragten. 59,8% der Smartphone- oder Tablet-PC Besitzer geben an, dass sie sich so verhalten.

Ich informiere mich offline und kaufe mobil

... das sagen nur die wenigsten Smartphone oder Tablet-PC Besitzer.

Ich informiere mich offline und kaufe offline

... das trifft vor allem beim Kauf von Lebensmitteln zu.

Ich informiere mich online und kaufe mobil

... das ist ein Trend, der vor allem bei elektronischen Medien, wie CDs oder DVDs und Downloads wie eBooks, Musik, Filmen oder Spielen zu beobachten ist.

Ich informiere mich mobil und kaufe offline

...das sagen häufig die Käufer von Computern.

Ich informiere mich mobil und kaufe mobil

... das trifft zurzeit noch vor allem auf solche Waren zu, die auch gleich mit dem Smartphone „konsumiert werden“, wie Programme und Applikationen aber auch Musik.

Ich informiere mich offline und kaufe online

... das behaupten durchschnittlich viele Fashion-Victims von sich, die auf der Suche nach Kleidern, Schuhen und Schmuck sind.

Ich informiere mich online und kaufe offline

... das sagt fast die Hälfte der befragten Smartphone- oder Tablet-PC Besitzer unter 29 Jahren.

Ich informiere mich mobil und kaufe online

... das sagen vor allem die Besitzer von Smartphones, während die Besitzer von Tablet-PCs häufig auch gleich mobil einkaufen.

Der durchschnittliche deutsche Smartphone/ Tablet-PC-Besitzer...

...ist zwischen 20 und 50 Jahre alt.

...informiert sich mit seinem Smartphone oder Tablet-PC im Wohnzimmer/auf dem Sofa im Vorfeld über einen Kaufgegenstand.

Der durchschnittliche männliche Smartphone/ Tablet-PC-Besitzer...

... recherchiert mobil nach Computern und Unterhaltungselektronik.

Die durchschnittliche weibliche Smartphone/Tablet-PC-Besitzerin...

...recherchiert mobil nach Schuhen, Schmuck und Kleidung.

Der smarte Shopper

... gehört zu jeder Altersgruppe.

...informiert sich auf allen Kanälen, um das für ihn beste Angebot zu ermitteln.

...kauft auf allen Kanälen ein und nutzt dabei die sichersten Bezahlverfahren.



SMART BEZAHLEN

Wenn Verbraucher online oder mobil einkaufen, dann geschieht dies in aller Regel ohne Bargeld. Dabei gibt es neben der regulären Überweisung weitere Möglichkeiten, Transaktionen zu tätigen:

Online-Bezahlsysteme

Neben bereits bekannten Zahlungsmöglichkeiten wie der Online-Überweisung und dem Lastschriftverfahren gibt es die Möglichkeit, das Geschäft über Online-Bezahlsysteme, wie z.B. PayPal, abzuwickeln. Hierzu muss sich der Käufer zunächst beim Bezahlsystem registrieren. Bei allen darauffolgenden Einkäufen ist dann lediglich die Eingabe des Benutzernamens und Passworts notwendig. So muss der Kunde dem Verkäufer keine seiner persönlichen Daten übermitteln, diese bleiben bei dem Bezahlsystem als übermittelnde Instanz.

Bezahlen mit dem Handy

Mobile Bezahlverfahren setzen sich zunehmend durch: Schon heute können Verbraucher, z.B. über die mobile Anwendung von PayPal, ihren Einkauf direkt per Handy bezahlen – das Portemonnaie bleibt zu Hause. An der kontinuierlichen Weiterentwicklung mobiler Bezahlverfahren arbeiten unter anderem Kreditkartenunternehmen sowie Mobilfunk- und Bezahlanbieter.

Zudem können mobile Bezahlsysteme als sicher eingestuft werden, denn die Verbraucher benötigen sowohl Online-Passwörter als auch ihr Mobiltelefon zur Abwicklung. Somit verringert sich das Risiko des Datendiebstahls.



6 TIPPS FÜR DAS SICHERE MOBILE BEZAHLEN

- 1 Installieren Sie Anwendungen (Apps) für mobile Zahlverfahren nur aus vertrauenswürdigen Quellen.
- 2 Bewahren Sie Kundennummern und Zugangspasswort immer getrennt voneinander auf. Halten Sie das Zugangspasswort geheim!
- 3 Geben Sie das Zugangspasswort bei Abfrage nur sightgeschützt ein, damit andere es nicht sehen können.
- 4 Ändern Sie Ihr Zugangspasswort regelmäßig.
- 5 Führen Sie regelmäßig Sicherheitsupdates durch.
- 6 Wenn Sie Ihre Bankverbindung bzw. Zahlungsdaten eingeben, verzichten Sie auf die Funktion „Autovervollständigen“, da diese den Datenklau durch Dritte erleichtert.

SERVICE

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

(Bundesverband)

Elsenstr. 106, 12435 Berlin

Tel. 030 / 536 073 - 3

Fax 030 / 536 073 - 45

mail@verbraucher.org

Unter **www.verbraucher.org** finden Sie zahlreiche kostenlose Informationen zum Einkauf im Internet und zur sicheren Internetnutzung. Für Mitglieder der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. sind die Themenhefte und weitere Dienstleistungen, wie eine Rechtsberatung, im Mitgliedsbeitrag (ab 40,- Euro/Jahr online, steuerlich absetzbar) enthalten.

eBay GmbH

Marktplatz 1, 14532 Europarc Dreilinden

Tel. 030 / 8019 - 5161

Fax 030 / 8019 - 5252

presse@ebay.de

Unter **http://presse.ebay.de/** finden Sie alle Ergebnisse der gemeinsamen Studie von eBay und der Verbraucher Initiative e.V. zum Informations- und Einkaufsverhalten der Smartphone/Tablet-PC-Besitzer im September 2011.

LINKS

Unter **www.kaufenmitverstand.de** ; **www.online-sicher-bezahlen.de** sowie unter den Seiten der Europäischen Verbraucherzentren und Verbände (**www.evz.de** bzw. **www.beuc.org**) finden Sie ausführliche Informationen zum sicheren Einkaufen und Bezahlen im Internet.

BESTELLUNG DER BROSCHÜRE

Die Broschüre „Smart Shopping – Informieren und Einkaufen auf vielen Wegen“ kann – solange der Vorrat reicht – kostenlos per E-Mail an **mail@verbraucher.org** angefordert werden. Ein kostenfreier Download der Publikation ist auf **www.verbraucher.org** und bei **http://presse.ebay.de/** abrufbar.