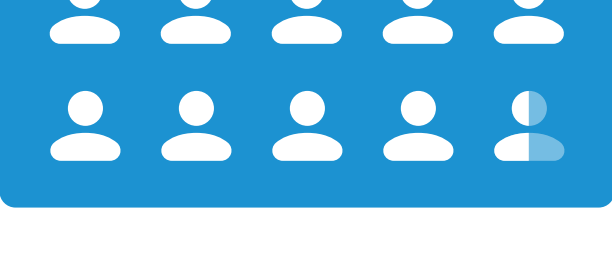


# Helfen Sie Ihrem Unternehmen, mit dem fundierten Kundenwissen von PayPal zu wachsen.



Schon vor dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie kauften 95 % der deutschen Verbraucher online ein.<sup>1</sup>

Online-Shopping ist nicht mehr wegzudenken und dabei kann Ihnen PayPal helfen, eine vertrauenswürdige, nahtlose Online-Kundenerfahrung zu schaffen. PayPal ist in allen Ländern als sicherer Zahlungspartner bekannt und besitzt weltweit mehr als **426 Millionen aktive Kontoinhaber**, die allein im 4. Quartal 2021 Waren im Wert von **340 Milliarden US-Dollar** gekauft haben.<sup>2</sup>



Wir kennen die Bedürfnisse globaler Unternehmen und unsere enorme Kundenreichweite und unser Transaktionsvolumen geben uns wertvolle Einblicke in die Präferenzen und Kaufgewohnheiten unserer Kunden – Einblicke, die Ihnen helfen können, **Kunden zu gewinnen, zu überzeugen und zu binden.**

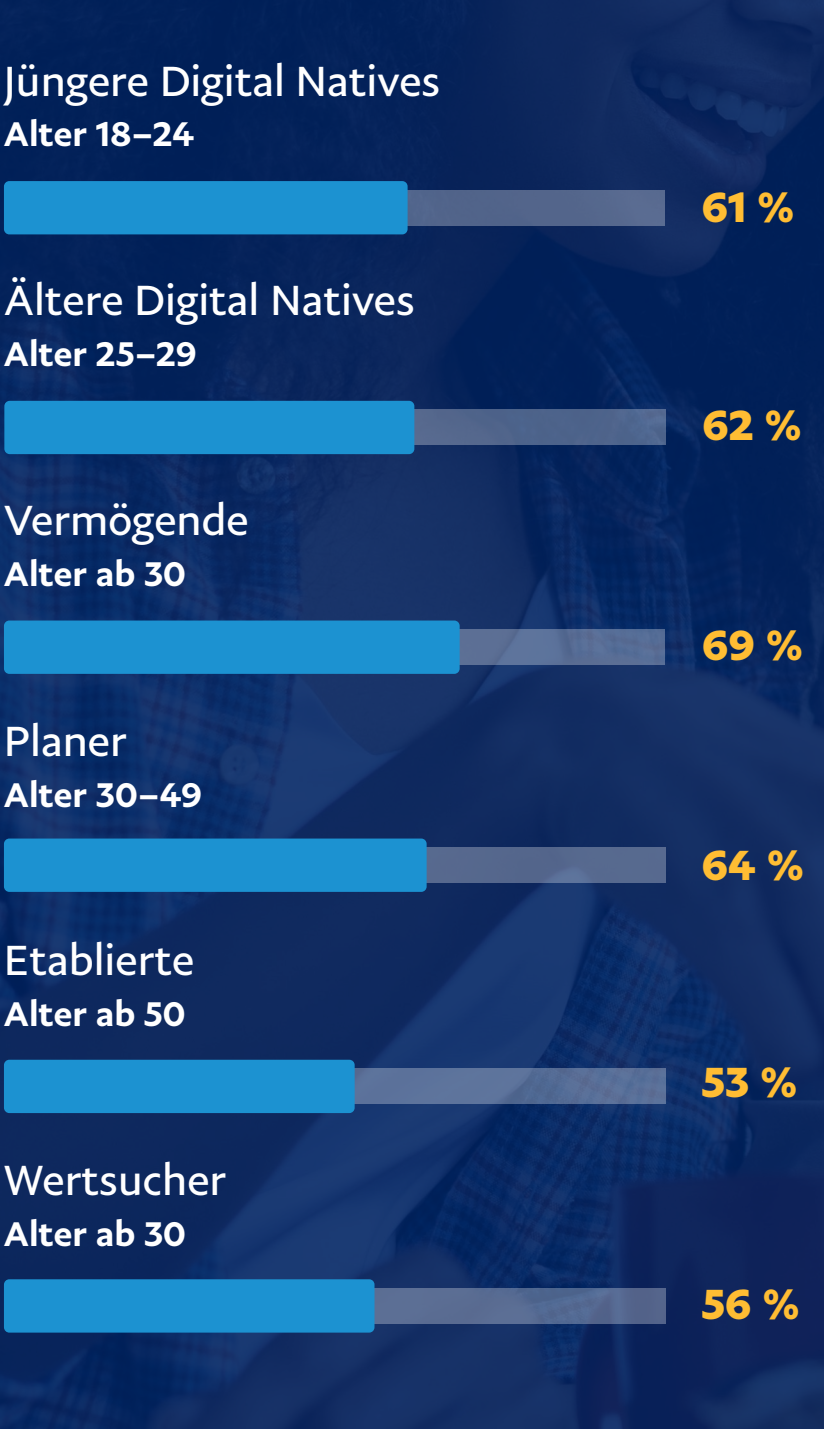
## Verbinden Sie sich mit einer globalen Gemeinschaft von aktiven Kunden, die der Marke PayPal vertrauen.



Mit **32 Millionen aktiven Konten** ist PayPal einer der meistgenutzten Online-Zahlungsanbieter in Deutschland.<sup>3,4</sup> Die PayPal-Nutzer in Deutschland sind zu **50 % männlich** und zu **50 % weiblich**; davon sind **36 % zwischen 50 und 64 Jahre alt**.<sup>5</sup>

### Vergleich von Einkaufspräferenzen nach Segmenten, online oder im Geschäft.<sup>5</sup>

Prozentualer Anteil derjenigen, die lieber online als im Geschäft einkaufen



Wenn Sie PayPal anbieten, können Sie auf einen großen und ständig wachsenden Kundenstamm aktiver Verbraucher in Deutschland und auf der ganzen Welt zugreifen.



#### Grenzüberschreitend

Von den aktiven PayPal-Konten haben **32 % mehr als sechs grenzüberschreitende Transaktionen getätigt**.<sup>6</sup> Zudem ist PayPal eine der vertrauenswürdigen Zahlungsmethoden für grenzüberschreitende Einkäufe, wie von 63 % der deutschen Käufer angegeben.<sup>7</sup>



#### Wachsend

PayPal hat im 3. Quartal 2021 durchschnittlich **91 Kunden pro Minute** hinzugewonnen.<sup>8</sup>



#### Aktiv

Aktive PayPal-Kontoinhaber haben im Jahr 2021 durchschnittlich **45 Zahlungstransaktionen** durchgeführt.<sup>9</sup>

## Vertrauen ist in der Welt des Online-Shoppings von entscheidender Bedeutung.



### Die Verbraucher vertrauen PayPal.

**79 %** der deutschen Verbraucher glauben, dass PayPal eine der vertrauenswürdigsten Marken ist, wenn es um die Sicherheit ihrer Finanzdaten geht.<sup>10</sup>

**70 %** der Umfrageteilnehmer wählten PayPal als die Marke, der sie beim Online-Einkauf am meisten vertrauen.<sup>11</sup>

**56 %** der deutschen Nutzer haben mehr Vertrauen in unbekannte Unternehmen, wenn diese PayPal als Zahlungsoption anbieten.<sup>12</sup>



### Die Unternehmen vertrauen PayPal.

**82 %** der deutschen Unternehmen nannten PayPal als eine der Zahlungsmethoden bzw. Digital Wallets, die für den E-Commerce wichtig sind.<sup>13</sup>

**78 %** der deutschen Unternehmen bieten bereits PayPal als Zahlung in ihrem Online-Shop an.<sup>13</sup>

**63 %** der deutschen Unternehmen vertrauen auf PayPal, wenn es um den Schutz und die Sicherheit geht.<sup>13</sup>

## Die Bereitstellung von PayPal kann Ihnen helfen, Kunden zu erreichen, zu überzeugen und zu binden.

Wenn ein Unternehmen PayPal anbietet, ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass die Nutzer dem Unternehmen vertrauen, sich sicher fühlen, einen Kauf tätigen und wiederkommen.

### Gewinnung

**95 %** der Nutzer von Online-Zahlungen in Deutschland haben PayPal verwendet.<sup>4</sup>

**32 %** der Händler konnten nach der Integration von PayPal neue Kunden gewinnen.<sup>14</sup>

**60 %** der deutschen Käufer sind eher bereit, sich in Online-Shops umzusehen, wenn PayPal angeboten wird.<sup>12</sup>



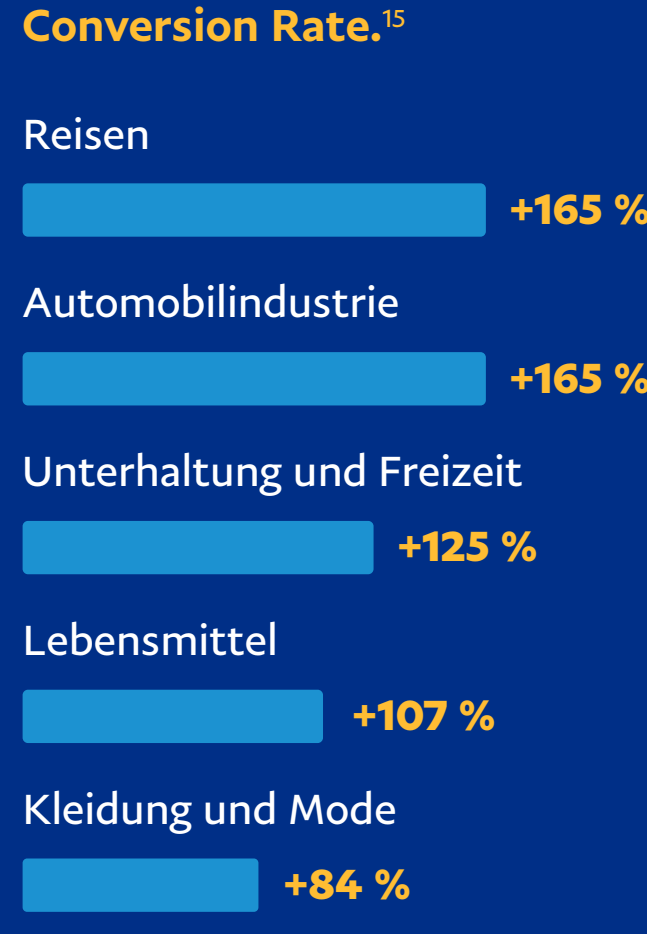
### Conversion

PayPal trägt dazu bei, die Conversion im Checkout um **60 % zu steigern**.<sup>15</sup>

PayPal-Nutzer schließen ihren Kauf mit einer **8,7-mal höheren Wahrscheinlichkeit** in Online-Shops ab, in denen PayPal sichtbar angeboten wird.<sup>16</sup>

70 % der PayPal-Nutzer haben schon einmal eine **Transaktion abgebrochen, weil PayPal nicht angeboten wurde**.<sup>17</sup>

### PayPal hilft in allen Branchen bei der Steigerung der Conversion Rate.<sup>15</sup>



### Bindung

PayPal trägt dazu bei, die Zahl der Online-Wiederholungskäufe bei demselben Händler um **14 % zu erhöhen**.<sup>18</sup>

Der Net Promoter Score ist bei Händlern um **fünf Punkte höher**, wenn Kunden mit PayPal bezahlen.<sup>19</sup>

PayPal wurde bei der Qualität des Markenerlebnisses mit **61 % der Verbraucher auf Platz 1 gewählt**.<sup>21</sup>



<sup>1</sup> Erhebung von Ipsos im Auftrag von PayPal. Die Umfrage wurde online zwischen dem 23. Juli und dem 25. August 2019 durchgeführt. Ipsos befragte 2.000 Verbraucher in Deutschland (international: 22.000) im Alter von 18 bis 74 Jahren, die ein Smartphone besitzen oder nutzen. Darüber hinaus nahmen 400 Unternehmen (international: 4.602) teil, die einen Online-Shop betreiben oder Online-Zahlungen akzeptieren.

<sup>2</sup> PayPal-Enträge Q3 2021, basierend auf internen Daten.

<sup>3</sup> Interne PayPal-Daten 2021. Aktive Konten sind PayPal Core + Venmo + Xoom + Credit + Braintree + Hyperwallet + Zettle + Honey (Stand: Q4 2021).

<sup>4</sup> Statista, Online-Zahlung: PayPal-Markenbericht in Deutschland, Mai 2020.

<sup>5</sup> Erhebung zur Humanisierung von Zielpersonensegmenten, Demografische Segmente nach CUBE, Dezember 2021.

<sup>6</sup> Interne PayPal-Daten Q2 2021. Grenzüberschreitende Nutzer: solche, die mehr als sechs grenzüberschreitende Transaktionen hatten. Aktive Nutzer: solche, die in den letzten 12 Monaten mehr als eine Transaktion getätigt oder empfangen haben.

<sup>7</sup> Ipsos MORI im Auftrag von PayPal. PayPal Insights 2018, n = 34.000, 31 Märkte. Online-Umfrage unter Erwachsenen (ab 18 Jahren) zwischen März und Mai 2018.

<sup>8</sup> PayPal-Enträge Q3 2021, basierend auf internen Daten.

<sup>9</sup> PayPal-Enträge Q4 2021, basierend auf internen Daten. Anzahl der Zahlungstransaktionen pro aktives Konto: Gesamtzahl der Zahlungstransaktionen innerhalb des vorangehenden 12-Monats-Zeitraums, geteilt durch die aktive Konten am Ende des Zeitraums. Die Kundenbindung (oder einfache Bindung) ist definiert als die Anzahl der Zahlungstransaktionen pro aktives Konto.

<sup>10</sup> TRC im Auftrag von PayPal, April 2021. TRC führte eine Online-Umfrage unter 1.000 Verbrauchern ab 18 Jahren in ganz Deutschland durch (n = 1.000).

<sup>11</sup> Für Deutschland repräsentative Online-Umfrage von Sasserath & Munzinger unter Personen ab 18 Jahren. Erhebungszeitraum: 24. November bis 29. November 2020; Erhebung: n = 1.096; männlich: n = 534 (49 %); weiblich: n = 562 (51 %); abgefragte Marken: 100.

<sup>12</sup> Gemeinschaftserhebung von Ipsos MORI (unter Befragten aus DE). Erhebungsmethodik von Ipsos MORI. Online-Umfrage vom Juli 2018, durchgeführt in sieben Märkten (Großbritannien, Deutschland, Italien, Spanien, USA, Australien, Brasilien) unter 1.500 Befragten pro Markt und 10.500 Befragten insgesamt (in Brasilien wurde die Zahl erhöht, um die Teilnahme von 500 PayPal-Nutzern sicherzustellen), darunter 6.930 PayPal-Nutzer.

<sup>13</sup> ECC Payments-Studie, Vol. 25, Mai 2021.

<sup>14</sup> ECC Payments-Studie, Vol. 23, Oktober/November 2018.

<sup>15</sup> Nielsen-Studie im Auftrag von PayPal. Nielsen Media Behavioural Panel of Germany (DE) mit 175.633 Desktop-Kauftransaktionen zwischen Oktober 2019 und September 2020, um die Auswirkungen von PayPal für 47% in DE ansässige Großhändler in verschiedenen Branchen zu verstehen und zu messen.

<sup>16</sup> Nielsen-Studie im Auftrag von PayPal. Nielsen Media Behavioural Panel of Germany (DE) mit Desktop-Transaktionen von 32.833 Verbrauchern, die PayPal-Nutzer sind, von Oktober 2019 bis September 2020, um die Auswirkungen von PayPal auf 47% in DE ansässige Großhändler in verschiedenen Branchen zu verstehen und zu messen.

<sup>17</sup> Gemeinschaftserhebung von Ipsos im Auftrag von PayPal, Q4 2018. Sieben Märkte: Großbritannien, Deutschland, Italien, Spanien, USA, Australien, Brasilien. Gemeinsame Simulationsgrundlage: Allen Personen (10.500), PayPal-Nutzern (6.966), Nicht-Nutzern (3.534) wurden verschiedene Transaktionszenarien vorgelegt (verschiedene Variablen wie Branche, Wert, Gerät, Vertrautheit der Marke, Inlandsbezug des Händlers, verfügbare Zahlungsanbieter); daraufhin wurde sie gefragt, ob sie bereit wären, einen Kauf zu tätigen.

<sup>18</sup> Nielsen-Studie im Auftrag von PayPal. Nielsen Media Behavioural Panel mit Desktop-Transaktionen von 55.060 Verbrauchern in Deutschland (DE) von Oktober 2019 bis September 2020, um die Auswirkungen von PayPal auf 47% in DE ansässige Großhändler in verschiedenen Branchen zu verstehen und zu messen.

<sup>19</sup> Nielsen-Studie im Auftrag von PayPal. Nielsen Media Attitudinal Survey of Germany (Januar-Februar 2021) mit 4.002 aktuellen Käufern (der letzten zwei Wochen) einschließlich mindestens 200 PayPal- und 200 Nicht-PayPal-Transaktionen für 47% in DE ansässige Großhändler pro Branche.

<sup>20</sup> Digital Commerce 360 – 2021 Europe.

Wenden Sie sich an unser Team

Entdecken Sie, wie wir unser Wissen über Konsumenten nutzen können, um **Ihr** Unternehmen zu unterstützen.