

30.05.2016

Frühjahr-Umfrage 2016: Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet

Regelmäßige Umfragen zu Themen des Online- und Versandhandels

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) und der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) führen regelmäßig gemeinsam Umfragen zu aktuellen Themen des Online- und Versandhandels durch. Die Ergebnisse basieren auf bundesweiten repräsentativen Online-Umfragen bei Personen zwischen 18 und 69 Jahren. Die aktuelle Umfrage schreibt die erstmals im April 2011 durchgeführte Umfrage zum mobilen Einkauf mit dem Smartphone und den dabei genutzten Bezahlwegen fort.

Sonderauswertung: Mobiler Einkauf und Bezahlung mit Smartphone und Tablet

Nutzung von Smartphones und Tablets zum mobilen Shopping nimmt weiter zu – sieben von zehn Deutschen nutzen beide auch zum mobilen Einkauf

Die Nutzung von Smartphones und Tablets zum mobilen Einkaufen und Bezahlen hat in den letzten zwölf Monaten nochmals deutlich zugenommen. Smartphones und Tablets sind wie der mobile Einkauf „in“. Nach Angaben des Digitalverbands Bitkom vom Februar 2016 verwenden rund drei Viertel der Deutschen ab 14 Jahren (74 Prozent) ein Smartphone. Das sind 51 Millionen Menschen. Vergangenes Jahr waren es noch rund zwei Drittel (65 Prozent) und 2012 gerade einmal etwas mehr als ein Drittel (36 Prozent). Der Nutzeranteil hat sich damit innerhalb von vier Jahren mehr als verdoppelt: Das Smartphone ist, so die aktuelle Studie, „zur Steuerungszentrale für viele Bereiche des täglichen Lebens geworden – sei es um Freundschaften in sozialen Netzwerken zu pflegen, Termine zu organisieren oder um Einkäufe und Bankgeschäfte schnell und bequem von unterwegs zu erledigen.“ Und auch die aktuelle Umfrage zeigt, dass mittlerweile sieben von zehn Smartphone- und Tablet-Besitzern in Deutschland angeben, Smartphone und Tablet auch zum mobilen Einkauf zu nutzen (69 Prozent). Der Anstieg betrug im Jahresvergleich mehr als vier Prozentpunkte. Smartphone und Tablet werden deutlich überdurchschnittlich von Männern und jungen Verbrauchern nicht nur für Telefonate und aus Unterhaltungszwecken, sondern auch zum „Mobile Shopping“ genutzt. Generell gilt auch in diesem Jahr: Je jünger und je bildungsnäher, desto stärker werden Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf genutzt.

| Nutzung eines Smartphones zum mobilen Einkauf * | | | | | |
|---|----------|----------|-----------|----------|----------|
| Frühjahr | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Nutzung | 32% (+9) | 40% (+8) | 57%(+17) | 64% (+7) | 69% (+5) |
| Keine Nutzung | 68% (-9) | 60% (-8) | 43% (-17) | 36% (-7) | 31% (-5) |
| Gesamt | | | | | 100% |

* u. a. über Rechnung oder Kreditkarte, mobil bzw. direkt über den eigenen Netzanbieter, über Mobile-Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal oder über andere Wege. (Erhebung: jeweils Frühjahr, April eines Jahres).

Allerdings spiegelt sich der Nutzungsanstieg beim Einkaufen mit Smartphone und Tablet wie bereits im Vorjahr in fast allen anderen soziodemografischen Personengruppen wider. Im Vergleich zum Vorjahr nahm beispielsweise der Nutzer-Anteil von Frauen (67 Prozent; + 6 Punkte), von eher älteren Personen (über 40 Jahre: 59 Prozent; + 5 Punkte) sowie von Normalverdienern (69 Prozent; + 6 Punkte) überdurchschnittlich zu. Die Nutzungsquote der Frauen liegt somit in diesem Jahr fast auf demselben Niveau wie bei Männern (70 Prozent; + 3 Punkte). Männer, jüngere und bildungsnähere Verbraucher sowie „Gutverdiener“ weisen dennoch meist deutlich höhere Nutzungsquoten auf.

Mobile Payment-Dienstleister nehmen wieder merklich zu – traditionelle Bezahlwege stagnieren

Die aktuelle Umfrage bestätigt zudem den Trend der Vorjahre: Der Wandel der Zahlungswege, die die Nutzer beim Einkaufen mit Smartphone und Tablet wählen, geht weiter. So nimmt die Zahlung über Mobile-Payment-Dienstleister im Vergleich zum Vorjahr wieder zu, nachdem sie im letzten Jahr leicht abgenommen hatte. Sie bleibt in der Gunst der Nutzer zum vierten Mal in Folge vor der Nutzung eher traditioneller Bezahlwege wie Rechnung und Kreditkarte.

Die traditionellen Bezahlwege stagnieren und weisen wie im letzten Jahr einen Nutzeranteil von 38 Prozent auf (± 0 Punkte). Der Anteil der Smartphone- und Tablet-Besitzer, die mobil einkaufen und ihre Einkäufe über Payment-Dienstleister (51 Prozent) wie sofortüberweisung.de oder PayPal bezahlen, nahm um rund drei Prozentpunkte zu. Die Bezahlverfahren der „eigenen Netzanbieter“, also der entsprechenden Mobilfunkunternehmen (10 Prozent; - 2 Punkte), verlieren im Vergleich zum letzten Jahr wieder an Bedeutung. Und weiterhin nutzt nur eine kleine Minderheit für das Bezahlen der mobil getätigten Einkäufe nicht näher bezeichnete „andere Wege“ (1 Prozent; - 1 Punkt).

| Mobiler Einkauf und Bezahlung mit einem Smartphone | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|
| Frühjahr | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Zahlung über Mobile-Payment-Dienstleister* | 44% (+3) | 50% (+6) | 48% (-2) | 51% (+3) |
| Traditionelle Zahlweisen** | 42% (-1) | 37% (-5) | 38% (+1) | 38% (±0) |
| Zahlung über den eigenen Netzanbieter | 12% (-3) | 11% (-1) | 12% (+1) | 10% (-2) |
| Andere Wege | 2% (±0) | 2% (±0) | 2% (±0) | 1% (-1) |
| Gesamt | 100% | | | |

* über Rechnung oder Kreditkarte,
 ** wie sofortüberweisung.de oder PayPal.

Fazit: Die Mobile-Payment-Dienstleister gewinnen in diesem Jahr weiter an Akzeptanz, auch wenn sich die traditionellen Bezahlformen weiter behaupten können. Die Zunahme der Nutzeranteile der Mobile-Payment-Dienstleister beim mobilen Einkauf mit Smartphone und Tablet wird insbesondere durch junge und technikaffine Personengruppen vorangetrieben – allerdings zeigt sich ein fast durchgehender Nutzungs- und somit Akzeptanzanstieg in den soziodemographischen Gruppen.

Nutzerprofile nach soziodemographischen Kriterien

Die Nutzung von Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf ist bei Männern, jungen Personen und bei „Gutverdienern“ weiterhin überdurchschnittlich

Die Basistrends der Vorjahre bleiben, wie bereits angedeutet und wie in den Vorjahresuntersuchungen, stabil: Insbesondere technikaffine, meist jüngere Menschen sowie Personen mit höherem Einkommen und gehobenem Bildungsstatus nutzen häufiger als andere Personengruppen Smartphone und Tablet zum Mobile Shopping. Aber auch in diesem Jahr weisen fast alle anderen soziodemographischen Gruppen spürbare, oft auch überdurchschnittliche Zuwachsraten auf. So ist die Nutzungsquote von Frauen (67 Prozent; + 6 Punkte) in diesem Jahr fast an die entsprechende Nutzungsquote von Männern (70 Prozent; + 3 Punkte) herangerückt. Der Nutzungsanstieg bei den Frauen liegt in diesem Jahr etwa doppelt so hoch wie der entsprechende Wert bei männlichen Nutzern.

Bei der Altersgruppe der unter 40-jährigen nutzen mittlerweile über 80 Prozent der Besitzer von Smartphone und Tablet die Geräte auch zu mobilen Einkaufszwecken (18-39 Jahre, spezifischer Nutzungsanteil: 84 Prozent; + 4 Punkte). Und die Nutzungsquote der älteren Personengruppen erreicht einen erneuten Höchstwert und liegt nunmehr knapp unter der 60-Prozent-Marke (über 40 Jahre: 59 Prozent; + 5 Punkte).

Und auch bei Rentnern (48 Prozent; + 6 Punkte) und bei Personen über 60 Jahren (60 bis 69 Jahre: 46 Prozent; + 6 Punkte) zeigen sich im Jahresvergleich überdurchschnittliche Zuwächse bei der Nutzung von Smartphone und Tablet zum Mobile Shopping. Allerdings liegt das Nutzungs niveau der

jüngsten Altersgruppen deutlich darüber (18 bis 29 Jahre: 83 Prozent; + 1 Punkt; 30 bis 39 Jahre: 84 Prozent; + 7 Punkte)

Nutzung eines Smartphone zum mobilen Einkauf nach soziodemographischen Kennzeichen* (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)

| Bezugszeitraum: Frühjahr... | Nutzungsquoten (Abweichungen in Prozentpunkten) | | | | | | |
|--------------------------------|---|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | 2011 | 2014 | 2015 | 2016 | | | |
| Gesamt | 23,4% | 57,4% | +17,9 | 64,3% | +6,9 | 68,6% | +4,3 |
| Geschlecht | | | | | | | |
| Männer | 26,0% | 58,6% | +15,6 | 67,4% | +8,8 | 69,9% | +2,5 |
| Frauen | 20,8% | 56,2% | +20,3 | 61,3% | +5,1 | 67,2% | +5,9 |
| Altersgruppen | | | | | | | |
| 18-39 Jahre | 28,7% | 73,9% | +18,3 | 80,0% | +6,1 | 83,7% | +3,7 |
| > 40 Jahre | 20,0% | 47,6% | +18,2 | 53,9% | +6,3 | 59,0% | +5,1 |
| Nettoeinkommen** | | | | | | | |
| Geringverdiener | 21,6% | 50,7% | +19,0 | 60,3% | +9,5 | 64,7% | +4,4 |
| Normalverdiener | 25,8% | 54,6% | +14,8 | 63,2% | +8,5 | 68,9% | +5,8 |
| Gutverdiener | 23,7% | 67,5% | +20,0 | 69,9% | +2,4 | 72,5% | +2,6 |

* u. a. über Rechnung oder Kreditkarte, mobil bzw. direkt über den eigenen Netzanbieter, über Mobile-Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal oder über andere Wege.

** Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501 - 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro).

Anmerkung: Die blau hervorgehobenen Werte liegen über den jeweiligen Bezugswerten.

Auffällig: Wie im Vorjahr hat die Nutzung von Smartphone und Tablet zum mobilen Einkauf bei „Geringverdienern“ (unter 1.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen: 65 Prozent; + 4 Punkte) und bei „Normalverdienern“ (1.500 bis 2.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen: 69 Prozent; + 6 Punkte) im Vergleich zum letzten Jahr (leicht) überdurchschnittlich zugenommen. Allerdings kaufen „Gutverdiener“ weiterhin deutlich häufiger mit Smartphone und Tablet ein (73 Prozent; + 3 Punkte). Zudem weisen auch in diesem Frühjahr „Kreditnutzer“ (74 Prozent; + 3 Punkte), „Sparer“ (71 Prozent; + 5 Punkte), Personen, die in nächster Zeit kreditfinanziert Anschaffungen tätigen wollen (83 Prozent; + 2 Punkte) zum deutlich überdurchschnittliche Nutzungsquoten auf. Zudem zeigen ostdeutsche Verbraucher im Gegensatz zum letzten Frühjahr (70 Prozent; + 10 Punkte) einen der größten Anstiege der Nutzungsquote von Smartphone und Tablet auf.

Payment-Dienstleister gewinnen 2016 bei Männern, „Geringverdienern“ und bei eher jüngeren Menschen überdurchschnittlich an Bedeutung

Der Bedeutungsgewinn des Mobile Shoppings mit Smartphone und Tablet korrespondiert mit dem Wandel der genutzten Zahlungswege, die Smartphone- und Tablet-Besitzer beim mobilen Einkauf verwenden. Mittlerweile werden über die Hälfte aller mobilen Zahlungen über Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal abgewickelt. Seit 2013 halten die Mobile-Payment-Dienstleister die „Führungsrolle“ vor den traditionellen Bezahlverfahren wie Rechnung oder Kreditkarte inne. 2016 nutzt mehr als jeder zweite Smartphone- und Tablet-Besitzer Payment-Dienstleister zum Bezahlen des mobilen Einkaufs (51 Prozent; + 3 Punkte). Allerdings zeigen die traditionellen Bezahlwege mit Rechnung und Kredit-

Karte Beständigkeit, da sie offensichtlich auch dem Sicherheitsbedürfnis und Serviceverständnis vieler Verbraucher entsprechen. Die traditionellen Bezahlverfahren stagnieren nach einem leichten Zugewinn im letzten Jahr (38 Prozent; ± 0 Punkte). Hingegen verliert die Zahlungsoption „Zahlung über eigenen Netzanbieter“ im Vergleich zum Vorjahr, ebenfalls nach einem leichten Zugewinn im letzten Jahr (11 Prozent; - 2 Punkte).

Die Entwicklungstrends bei der Nutzung der unterschiedlichen Bezahlverfahren sind wie in den Vorjahren uneinheitlich, allerdings im Trend konstant. So nutzen Frauen (42 Prozent; + 3 Punkte) stärker die traditionellen Zahlweisen mit Rechnung und Kreditkarte als Männer (35 Prozent; - 3 Punkte). Ähnliches gilt für ältere Verbraucher (über 40 Jahre: 40 Prozent; - 1 Punkt), deren Nutzungsquote der traditionellen Zahlweisen merklich über der der jüngeren Verbraucher liegt (18 bis 39 Jahre: 36 Prozent; ± 0 Punkte) – beide Gruppen in diesem Jahr mit leicht stagnativ-zurückgehendem Trend. Zudem nutzen „Gutverdiener“ (42 Prozent; ± 0 Punkte) die traditionellen Zahlweisen mit Rechnung und Kreditkarte weiterhin am stärksten – in diesem Jahr allerdings ebenfalls ohne Zuwachs. Die Nutzungsquote von Personen mit eher geringem Bildungsniveau (37 Prozent; + 4 Punkte) nimmt im Jahresvergleich überdurchschnittlich zu.

| Einkauf und Bezahlung mit einem Smartphone oder Tablet nach soziodemografischen Kennzeichen (aktuell / Abweichungen zum Vorjahr)* | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------------------|-------|-------|-------|------|-----------------------------------|-------|-------|-------|------|--|--|
| Bezugszeitraum: Frühjahr... | Mit traditionellen Zahlweisen** | | | | | Mit Payment- Dienstleistern*** | | | | | | |
| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Abw. | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Abw. | | |
| Gesamt | 42,0% | 37,2% | 38,3% | 38,0% | -0,2 | 44,1% | 49,7% | 47,7% | 50,6% | +2,9 | | |
| Geschlecht | | | | | | | | | | | | |
| Männer | 41,4% | 36,2% | 37,8% | 34,7% | -3,1 | 46,8% | 49,2% | 47,7% | 52,0% | +4,4 | | |
| Frauen | 42,9% | 38,2% | 38,8% | 41,6% | +2,8 | 40,8% | 50,2% | 47,8% | 49,1% | +1,3 | | |
| Altersgruppen | | | | | | | | | | | | |
| 18-39 Jahre | 39,6% | 37,3% | 35,9% | 35,8% | -0,1 | 44,7% | 48,8% | 48,0% | 53,3% | +5,3 | | |
| > 40 Jahre | 44,9% | 37,1% | 40,5% | 40,1% | -0,4 | 43,4% | 50,5% | 47,5% | 48,3% | +0,8 | | |
| Nettoeinkommen**** | | | | | | | | | | | | |
| Geringverdiener | 39,5% | 33,3% | 34,7% | 32,1% | -2,6 | 40,4% | 52,9% | 47,6% | 53,4% | +5,8 | | |
| Normalverdiener | 35,8% | 38,7% | 38,2% | 39,2% | +1,0 | 49,3% | 47,4% | 47,8% | 48,2% | +0,4 | | |
| Gutverdiener | 48,3% | 38,7% | 42,4% | 42,6% | +0,1 | 42,2% | 48,9% | 47,5% | 50,6% | +3,1 | | |

* Bezug: Nutzung des Smartphones beim Einkauf; ohne „andere Wege“ und ohne „über eigene Netzanbieter“.

** über Rechnung oder Kreditkarte,

*** wie sofortüberweisung.de oder PayPal.

**** Die Einkommensgruppen nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen: Geringverdiener (< 1.500 Euro); Normalverdiener (1.501- 2.500 Euro); Gutverdiener (> 2.500 Euro).

Anmerkung: Die blau hervorgehobenen Werte liegen über den jeweiligen Bezugswerten.

Hingegen sinkt in diesem Jahr die entsprechende Nutzungsquote bei Geringverdienern (32 Prozent; - 3 Punkte) und bei Personen mit gehobenem Bildungsniveau (40 Prozent; - 3 Punkte) wieder merklich. Ähnliches gilt für Menschen, die in Westdeutschland leben (37 Punkte; - 3 Punkte). Auffällig: Ostdeutsche Verbraucher geben in diesem Jahr wieder deutlich

häufiger an, ihren mobilen Einkauf mit traditionellen Zahlweisen wie Rechnung und Kreditkarte zu bezahlen (43 Prozent; + 8 Punkte), nachdem ihre Nutzungsquote im letzten Jahr deutlich gesunken war. Umgekehrt und wiederum im Gegensatz zum letzten Jahr weisen die ostdeutschen Verbraucher einen deutlichen Nutzungsrückgang bei den Payment-Dienstleistern wie sofortüberweisung.de oder PayPal auf (42 Prozent; - 8 Punkte).

Ansonsten zeigt sich der Anstieg der Nutzung der Mobile-Payment-Dienstleister in diesem Jahr in den meisten soziodemografischen Gruppen: Die entsprechenden Nutzungsquoten von Frauen und Männern legen in diesem Jahr zu – allerdings bei Männern (52 Prozent; + 4 Punkte) stärker als bei Frauen (49 Prozent; - 1 Punkt). Letzteres gilt auch für die älteren Personengruppen (über 40 Jahre: 48 Prozent; + 1 Punkt), die im Vergleich zur Nutzungsquote der eher jüngeren Altersgruppen (18 bis 39 Jahre: 53 Prozent; + 5 Punkte) weniger stark zunimmt. Zudem weist in diesem Frühjahr die Gruppe der „Geringverdiener“ den stärksten Anstieg der Nutzungsquoten nach Einkommensgruppen von Payment-Dienstleistern auf (53 Prozent; + 6 Punkte), nachdem sie im letzten Jahr den stärksten Rückgang aufwiesen. Die Nutzungsquote der Payment-Dienstleister durch „Normalverdiener“ (48 Prozent; ± 0 Punkte) stagniert – die der „Gutverdiener“ (51 Prozent; + 3 Punkte) nimmt ebenfalls zu. Auffällig: Westdeutsche Verbraucher geben in diesem Jahr wieder deutlich häufiger an, ihren mobilen Einkauf mit Mobile-Payment-Dienstleistern zu bezahlen (52 Prozent; + 6 Punkte), nachdem ihre Nutzungsquote im Vorjahr in fast gleichem Maße gesunken war. Zugleich weisen die westdeutschen Verbraucher einen merklichen Nutzungsrückgang bei den traditionellen Zahlweisen auf (37 Prozent; - 3 Punkte).

Fazit: „Mobile Shopping“ mit Smartphone und Tablet wird für viele Verbraucher immer selbstverständlicher und alltäglicher. Die Bezahlverfahren der Payment-Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal nehmen weiter an Bedeutung zu und haben sich in der Gunst der Verbraucher in Deutschland fest etabliert. Sie haben 2016 beim mobilen Einkauf den Abstand zu den traditionellen Zahlweisen wie Rechnung und Kreditkarte nochmals vergrößert. Allerdings nutzt ebenfalls weiterhin etwa die Hälfte der Smartphone- und Tablet-Nutzer entweder traditionelle Zahlweisen oder die Angebote der Netzanbieter.

Offensichtlich haben der Wachstumstrend von Smartphone und Tablet beim Mobile Shopping und der entsprechende Wandel der Bezahlverfahren wieder an Dynamik gewonnen. Die Stagnation des Vorjahres scheint überwunden, auch wenn die im Vorjahr konstatierten Probleme bei Registrierung, Login und Bestellabwicklung sowie geäußerte Sicherheitsbedenken beim Mobile Shopping noch nicht gelöst scheinen. Hierfür spricht auch die Beständigkeit der traditionellen Bezahlwege, die weiterhin für viele Verbraucher eine Alternative bleiben und offensichtlich gleichermaßen dem Sicherheitsgefühl von Anbietern wie auch Verbrauchern entgegenkommen.

Über Boniversum

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der größten Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe.

Über den bevh

Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband E-Commerce und Verhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Verhandelhändler).

Die Branche setzt aktuell jährlich im Privatkundengeschäft allein mit Waren rund 52,4 Mrd. Euro um. Der Online-Handel mit Waren hat daran einen Anteil von über 89,6 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im Geschäft mit gewerblichen Kunden wird auf mindestens 8,1 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.

Impressum

Kontakt

Creditreform Boniversum GmbH
Hellersbergstr. 11 | D-41460 Neuss
www.boniversum.de
Pressekontakt: Aleksandra Gulba | Fon +49 (0)2131 109-5103
a.gulba@boniversum.de

Bundesverband E-Commerce und
Verhandel Deutschland e. V. (bevh)
Friedrichstraße 60 | 10117 Berlin
Pressekontakt: Josephine Schmitt, Fon +49 (0)30-20 61 385-16
Mobil: +49 (0)162-2525268
josephine.schmitt@bevh.org | www.bevh.org | www.katalog.de |
www.twitter.com/versandverband

Wissenschaftliche Beratung

Dr. Rainer Bovelet, Aachen

Erhebung

Innofact AG, Düsseldorf

Basisdaten

Bundesweite Online-Befragungen
bevölkerungsrepräsentativ, 18 bis 69 Jahre
Erhebungszeitraum: Frühjahr 2016 – 12./19.04.2015
Stichprobe: 1.043 Bürger

Wenn Sie schon einmal mit Ihrem Smartphone oder mit Ihrem Tablet eingekauft haben, auf welchem Wege haben Sie dann Ihren Einkauf bezahlt? Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an!

Die Antwortmöglichkeiten: Ich habe meine Rechnung traditionell, also mittels Rechnung oder Kreditkarte, bezahlt. | Ich habe meine Rechnung direkt über meinen eigenen Netzanbieter bezahlt. | Ich habe meine Rechnung über Payment Dienstleister wie sofortüberweisung.de oder PayPal bezahlt. | Ich habe meinen mobilen Einkauf auf anderem Wege bezahlt. (Offene Antwortmöglichkeit) | Ich habe noch nie mit meinem Smartphone oder Tablet mobil eingekauft.

Rundungsabweichungen bei der Ergebnisdarstellung sind programmtechnisch möglich.