Auf der wöchentlich stattfindenden Teamsitzung zur strategischen Ausrichtung des Online-Shops wird die Expansion nach Belgien diskutiert.

Herr Kirchfeld (Mitarbeiter des Bereichs Operations und zuständig für den Bereich Payment) weist darauf hin, dass bezüglich der Bezahlverfahren in Belgien Unterschiede zum deutschen Markt existieren. Zum Beispiel zähle das Bezahlverfahren Bancontact (ehem. Mr. Cash) zu den beliebtesten online Bezahlverfahren im belgischen Raum für B2C Kunden und dürfe bei einer Expansion in den belgischen Markt auf keinen Fall im Online-Shop fehlen.

„Das ist ein sehr wichtiger Hinweis Herr Kirchfeld“ meint Herr Blanke. „Einer aktuellen Studie zufolge ist der Hauptgrund für Kaufabbrüche in Online-Shops eine nicht verfügbareZahlungsmethode1*.* Das können wir uns bei einer Expansion nicht leisten.

Bitte vergleichen Sie in Zusammenarbeit mit der Projektleitung Frau Rispe die Sinnhaftigkeit der von uns bisher angebotenen Bezahlverfahren für den belgischen Raum. Vielleicht ergeben sich daraus auch einige Erkenntnisse für unseren bestehenden Online-Shop.

Unsere Azubis werden Ihnen bei der Bereitstellung der Daten für Deutschland behilflich sein. Frau Sommer (Abteilung Analytics) hat ja bereits einige Analysen bezüglich unserer derzeit angebotenen Bezahlverfahren erstellt, vielleicht helfen diese Ihnen bei der Entscheidungsfindung.

Ich erwarte zeitnah eine sinnvolle Analyse der Bezahlverfahren in einer übersichtlichen Form, damit wir sie auch für weitere Expansionsziele und darauf basierende Handlungsvorschläge nutzen können.“

1 Quelle: Studie Payment im E-Commerce Vol.19 Online  
 <https://news.worldsites-schweiz.ch/kaufabbrueche-bei-online-shops-vermeiden.htm>

Analyse des Online-Shops „Young Fashion“ von Frau Sommer

Derzeit geführte Bezahlverfahren sind:

* Vorkasse
* Rechnung
* Lastschrift
* Nachnahme
* Kreditkarte
* PayPal
* GiroPay

Es wird deutlich, dass in dem B2C „YoungFashion“ Bereich primär die Rechnung als Bezahlverfahren genutzt wird. Leider sind hier auch die Ausfallquoten am höchsten.

Es fällt auf, dass Kaufabbrüche bei hohen Beträgen über 150 € deutlich häufiger vorkommen als bei kleineren Beträgen. Insbesondere bei den jungen Kunden.

Neukunden nutzen in unserem Shop deutlich häufiger die Zahlungsart Rechnung oder Lastschriftverfahren (ELV) als es Bestandskunden tun. Jedoch sind auch die Zahlungsausfälle signifikant höher als bei Bestandskunden. Die Bestandskunden greifen eher auf Zahlungsarten wie PayPal oder GiroPay zurück, wählen jedoch gerne auch das ELV, insbesondere wenn sie unser Treueprogramm der Monatsrechnung nutzen.

Die jungen Kunden nutzen im Shop deutlich häufiger die alternativen Zahlungsarten, wie z.B. PayPal, als ältere Kunden. Diese bevorzugen eher die Zahlungsarten der „analogen Welt“ wie Kauf auf Rechnung oder Nachnahme.

Es fällt weiterhin auf, dass bei dem Artikel „Schuhe“ signifikant häufiger die Bezahlart Rechnung genutzt wird im Vergleich zu anderen Warengruppen der Linie „Young Fashion“.

**Informationen für Lehrkräfte und mögliche Lösungen der Schüler\*innen**

* Verlaufsskizze zur Fish-Bowl-Methode
* Feedbackbogen: Übersicht und Unterscheidungsaspekte der Bezahlverfahren
* Mögliche Lösungen von Schüler\*innen:

Analyse und Bewertung der Bezahlverfahren in Deutschland

Mögliche Handlungsempfehlung

Exemplarische Integration von einem Payment-Service-Provider (hier z.B. Stripe) im Shop

* Beispiel für einen Algorithmus (Struktogramm) zur Reduzierung der Ausfallrate
* Anregungen für die Vertiefungsphase

Autorteam: Dr. K. Huse, Erich-Gutenberg-Berufskolleg Köln

St. Meckel, Kaufmannsschule I Hagen

I. Schönfeld, Reinard-Mohn-BK Gütersloh

E. Katerndahl, Fachberatung BR Köln