**Feedbackbogen**

**Übersicht und Unterscheidungsaspekte der Bezahlverfahren**

|  |
| --- |
| **Aspekt:** |
| **Erläuterung des Aspektes:** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Bezahlverfahren** | **Erläuterung Funktionsweise** | **Beurteilung in Hinblick auf den Aspekt** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Bezahlverfahren im Onlineshop - mögliche Lösungen der Schüler\*innen**

Hinweise:

Die Schülerinnen und Schüler nennen die ihnen bekannten Bezahlverfahren. Es wird erwartet, dass die am häufigsten in der Praxis eingesetzten Verfahren genannt werden. Diese werden aufgegriffen und hinsichtlich der in der Dokumentation genannten Aspekte analysiert und bewertet. Weitere genannte, sachlich richtige Bezahlverfahren, die in der nachfolgenden Übersicht nicht aufgeführt sind, werden akzeptiert und nach Möglichkeit ergänzend aufgenommen. Die Übersicht (Stand 08/2019) erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Im Unterricht werden nur die Bezahlverfahren für den Onlineshop in Deutschland betrachtet. Aus der Lernsituation geht deutlich hervor, dass die Schülerinnen und Schüler der Projektleitung (Expansion in den belgischen Raum) dadurch zuarbeiten sollen.

Die folgende Übersicht (Stand 07/2018) enthält keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Hinweise zu verwendeten Quellen sind im Dokument „Dokumentation und Gestaltung“ angegeben, teilweise auch in der Übersicht.

Bezahlverfahren:

**1. Vorkasse**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Zahlung vor Lieferung über das Kreditinstitut des Kunden. Kunden müssen hierzu erst ihr Homebanking-Programm oder das Online-Banking ihrer Bank aufrufen und die angegebenen Kontodaten des Händlers sowie den Verwendungszweck (z. B. Bestellnummer, Kundennummer) in das Formular übertragen oder einen papierhaften Überweisungsträger ausfüllen. |
| **Kosten** | Für den Händler und für Kunden fallen vorerst keine Kosten (z. B. Gebühren) an. Indirekte Kosten: Reservierung der Ware (Lagerplatz), Abgleich der Zahlungseingänge mit offenen Posten. Wenn die Zahlung ausbleibt, muss die reservierte Ware wiedereingestellt werden.  <https://www.ecommerce-leitfaden.de/studien/item/vorkassezahlung-im-internet-quo-vadis>  <https://www.ecommerce-leitfaden.de/ecl-v2/141-kapitel-4-zahlen-bitte-einfach-schnell-und-sicher> |
| **Attraktivität für den Kunden/ Interessengruppenspezifisch** | Nach einer Studie ist Vorkasse das fünfbeliebteste Bezahlverfahren im online-Handel bei Kunden im B2C-Bereich.[[1]](#footnote-1)  Nachteile aus Sicht des Kunden: längere Bearbeitungsdauer. Die Ware wird erst nach Zahlungseingang versendet. Vertrauen der Kunden gegenüber dem Kunden wird vorausgesetzt. |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | Die Speicherung von personenbezogenen Daten für den Zweck der Zahlung ist nicht erforderlich. Personenbezogene Daten der Bezahlart dienen ausschließlich dem Abgleich von offenen Posten mit dem Zahlungseingang. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Kein Risiko, da Ware erst versendet wird, wenn ein Zahlungseingang verbucht wurde. Jedoch ist das Risiko hoch, dass der Kunde nachträglich die Bezahlung vergisst oder es sich anders entscheidet und der Kauf nicht zustandekommt. |
| **Integration in den Online-Shop** | Es muss nur sichergestellt werden, dass der Kunde die Kontoverbindung im Bezahlvorgang oder in der Bestellbestätigungs-E-Mail erhält. |
| **Handlungsempfehlung:** | Für Kunden kann die Attraktivität der Zahlungsmethode durch Rabatt oder Bonus gesteigert werden. Nur als ergänzende Zahlungsmethode verwenden. Giropay als Erleichterung der Vorkasse anbieten. Auftretende Verzögerungen durch den Einsatz so genannter Direktüberweisungsverfahren vermeiden (z. B. giropay, Sofortüberweisung).  Wird nur Vorkasse angeboten, müssen Online-Shops laut einer Studie des ibi-research auf Umsatzsteigerungen von 750% verzichten (Quelle: ibi research 2013 [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de), S. 96) |

**2. Rechnung**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Der Rechnungsbetrag muss per Online-Banking bzw. über den Überweisungsschein auf das Konto des Online-Shop-Betreibers nach Erhalt der Ware überwiesen werden. |
| **Kosten** | Für den Händler und für Kunden fallen vorerst keine Kosten (z.B. Gebühren) an. ABER: Abgleich des Zahlungseingangs mit den offenen Posten, gegebenenfalls anfallende Personalaufwände oder Kommunikationskosten für Rückfragen bei Unklarheiten/Unstimmigkeiten. Ferner indirekte Kosten für den Händler durch Mahnverfahren. |
| **Attraktivität für den Kunden/ Interessengruppenspezifisch** | Die Zahlung auf Rechnung ist eine der beliebtesten Bezahlverfahren im Online-Vertrieb deutscher B2C Kunden. Bei Neukunden noch beliebter als bei Bestandskunden. |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | Sofern man für die Möglichkeit der Zahlung per Rechnung einen externen Dienstleister, z.B. Klarna, einschaltet, sollte in der Datenschutzerklärung ein Hinweis hinsichtlich der Weiterleitung der Daten an Dritte erfolgen. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Das Risiko ist bei dieser Bezahlart am höchsten. |
| **Integration in den Online-Shop** | Relativ einfach. Über das Shopsystem muss der Button zur Verfügung gestellt werden. Dem Kunden müssen die Rechnungsdaten direkt oder in der Rechnung angegeben werden. |
| **Handlungsempfehlung** | Der durchschnittliche Rückgang der Kaufabbruchquote bei der Einführung der Rechnung liegt bei 79 %. (Quelle: ibi research 2013  [www.ecommerce-leitfaden.de](http://www.ecommerce-leitfaden.de), S. 7)  Zur Begrenzung des Risikos, dass die Zahlung nicht bzw. verspätet erfolgt, empfiehlt sich eine Bonitätsprüfung und ggf. das Führen einer „Blacklist“. Die Nachteile des Händlers können durch einen Dienstleister, der die Risiken übernimmt, ausgeglichen werden.  Im „YoungFashion“ Bereich sollte das Bezahlverhalten von Neukunden beobachtet werden, um die Ausfahlrate zu reduzieren. Dies kann durch Einstellungen im System hinterlegt werden, Beispiel: „Wenn Warengruppe XYZ und/oder Preis > xyz Euro sowie Käufer weniger als drei Bestellungen bezahlt, dann nur Vorkasse“. |

**3. Lastschrift (Elektronisches Lastschriftverfahren, ELV)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Kunden geben zur Bezahlung in einem Formularfeld im Online-Shop ihre Bankverbindung an, welche der Händler dann bei seiner Bank zum Einzug des Betrags nutzt. |
| **Kosten** | Für den Händler entstehen im Vorfeld bei dieser Zahlungsmethode vergleichsweise geringe Kosten. Je nach Bankinstitut fallen niedrige vertragsgemäße Gebühren an. ABER: teilweise sehr hohe Kosten bei Rücklastschriften.  Für die Kunden ist die Bezahlung durch Lastschrift kostenfrei. |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | Die Zahlung per Lastschrift stellt eine nach einer Studie die viertbeliebteste Zahlungsmethode im Online-Kauf dar.[[2]](#footnote-2)  Jedoch scheuen sich viele Kunden im Internet ihre Kontodaten anzugeben. |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | Sollte Lastschrift als Bezahlverfahren eingebunden werden, ist ein Vermerk hinsichtlich der erhobenen Daten in der Datenschutzerklärung notwendig. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Sehr hoch. Ähnlich zur Rechnung. Schutz durch Abfragen von Sperrdateien oder die Nutzung von Adress- und Bonitätsprüfsystemen.[[3]](#footnote-3) Die Lastschrift ist die „einfachste“ Methode, um nachher als Kunde wieder „an sein Geld zu kommen“. Das kann Betrugsszenarien fördern. |
| **Integration in den Online-Shop** | Relativ einfach, da lediglich Felder für die Eintragung der Kontodaten eingebunden werden müssen. |
| **Handlungsempfehlung:** | Im „YoungFashion“ Bereich sollte das Bezahlverhalten von Neukunden beobachtet werden, um die Ausfahlrate zu reduzieren. Dies kann durch Einstellungen im System hinterlegt werden. Bsp.: „Wenn Warengruppe XYZ und/oder Preis > xyz Euro sowie Käufer weniger als drei Bestellungen bezahlt, dann nur Vorkasse“. |

**4. Nachnahme**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Nach Initiierung der Nachnahme und der Angabe der Lieferadresse an den Händler durch den Kunden übergibt dieser die Ware an einen Zustelldienst. Der Kunde bezahlt „an der Haustür“ meist bar oder (je nach Zustelldienst) per Karte, die Ware wird übergeben. Der empfangene Geldbetrag wird nach Abzug der Versandkosten und der Zustellgebühr dem Händler auf seinem Bankkonto gutgeschrieben. |
| **Kosten** | Für den Händler fallen in der Regel keine Kosten an. Sollten Kunden die Lieferung nicht annehmen, bleibt dieser dann unter Umständen auf der Nachnahmegebühr „sitzen“. Die Höhe der Gebühr ist abhängig vom jeweiligen Zustelldienst. Je nach Rechnungsbetrag stellen die Gebühren verhältnismäßig hohe Kosten dar.  Für die Kunden entstehen bei dem Empfang der Ware und der Bezahlung des Rechnungsbetrages an den Zustelldienst zusätzliche Gebühren (Nachnahmebetrag). |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | Die Zahlung per Nachnahme wird nur selten aufgrund ihrer Umständlichkeit und der vergleichsweise hohen Kosten für den Kunden genutzt. |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | Da bei der Nachnahme die Weitergabe personenbezogener Daten an den Versanddienst notwendig ist, muss in der Datenschutzerklärung ein entsprechender Vermerk gemacht werden. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Gering, da der Kunde erst nach Zahlung „an der Tür“ die Ware erhält. Sollte der Kunde jedoch nicht angetroffen oder die Ware nicht abgeholt werden, bleibt der Händler auf den Versandkosten und der Nachnahmegebühr „sitzen“. |
| **Integration in den Online-Shop** | Bei den meisten Shopsystemen lässt sich Nachnahme als Zahlart problemlos einstellen. Ebenso einfach ist die Weitergabe der Nachnahmeinformation an den Paketboten. |

**5. Kreditkarte**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Bei einer Zahlung per Kreditkarte gibt der Karteninhaber seine Kreditkartendaten (Kreditkartennummer, Gültigkeitsdatum, Kartenprüfnummer) in einem Web-Formular an und bestätigt die Zahlung.  Anschließend werden die Daten zur Autorisierung /Genehmigung an einen so genannten Kreditkartenacquirer weitergeleitet, der ggf. noch eine Abfrage des 3-D-SecureCodes (z.B. Passwort oder TAN) bei der kartenherausgebenden Bank einleitet. |
| **Kosten** | Für den Händler entsteht eine mit dem Acquirer vertraglich vereinbarte Gebühr in Höhe eines geringen %-Satzes vom Rechnungsbetrag.  Für die Kunden ist die Bezahlung mit Kreditkarte kostenfrei. |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | Die Zahlung mit Kreditkarte ist die von Händlern am fünfthäufigsten angebotene und die bei deutschen Kunden ist gemäß einer Studie die beliebteste Online-Zahlungsmethode.[[4]](#footnote-4) |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | Die Einbindung der Kreditkarte ist in Deutschland nur noch über einen Drittanbieter möglich. Daher ist ein entsprechender Zusatz in der Datenschutzerklärung unerlässlich. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Wächst. Aufgrund internationaler Vorgaben der Kreditkartenorganisationen steht dem Kunden bei Zahlung im Internet ein Widerspruchsrecht zu.[[5]](#footnote-5) Absicherung ist durch „MasterCard SecureCode“ und „Verified by Visa“ möglich.[[6]](#footnote-6) Aber auch ein Abgleich von Lieferanschrift und Bestelladresse ist sinnvoll. |
| **Integration in den Online-Shop** | Über das Shop-Backend. Zum Beispiel für JTL: <https://guide.jtl-software.de/Zahlungsarten_in_JTL-Shop_einrichten>  und mit Wawi verknüpfen: <https://guide.jtl-software.de/Zahlungsarten_in_JTL-Shop_einrichten>  **Hinweis zur Zahlungsart „Kreditkarte“:** Um in Deutschland die Zahlungsmöglichkeit „Kreditkarte“ anbieten zu dürfen, müssen Händler PCI-zertifiziert sein. In einigen anderen Ländern ist dies auch ohne Zertifizierung möglich. In der Regel bietet es sich an, die Zahlungsart „Kreditkarte“ über einen Zahlungsanbieter wie z.B. PayPal anzubinden. |

**6. Nutzerkontoabhängige Bezahlverfahren wie PayPal**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Das PayPal-Konto ist ein virtuelles Konto: Die Identität des Kontos wird durch die [E-Mail](https://de.wikipedia.org/wiki/E-Mail)-Adresse des PayPal-Mitglieds definiert, es gibt also keine [Kontonummer](https://de.wikipedia.org/wiki/Kontonummer). Mit dem Konto können Zahlungen an Dritte ausgeführt und Zahlungen von Dritten empfangen werden. Dabei fungiert PayPal als Dienstleister für den Transfer. PayPal übernimmt nicht die Funktion eines [Treuhänders](https://de.wikipedia.org/wiki/Treuh%C3%A4nder). Das heißt, es wird lediglich die Zahlungsabwicklung übernommen, unabhängig von der Leistungserbringung durch den Händler. |
| **Kosten** | Für den Händler fallen vergleichsweise hohe Gebühren an.  Für jeden Bezahlvorgang haben Händler an PayPal eine Gebühr zu entrichten. Weitere Kosten, z. B. für die Integration von PayPal im Online-Shop, sind auf der PayPal-Internetseite ersichtlich.  Für Kunden fallen keine Kosten an. |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | Die Zahlung durch den Online-Bezahldienst PayPal ist laut einer Studie bei deutschen Kunden die drittbeliebteste Online-Zahlungsmethode.[[7]](#footnote-7) |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | In der Datenschutzerklärung muss die Weitergabe der Daten an den Dienstleister PayPal vermerkt werden. Zum Beispiel: „PayPal behält sich für die Zahlungsmethoden Kreditkarte via PayPal, Lastschrift via PayPal oder - falls angeboten - "Kauf auf Rechnung" oder „Ratenzahlung“ via PayPal die Durchführung einer Bonitätsauskunft vor. Hierfür werden Ihre Zahlungsdaten gegebenenfalls gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO auf Basis des berechtigten Interesses von PayPal an der Feststellung Ihrer Zahlungsfähigkeit an Auskunfteien weitergegeben.“ (…) (Für die rechtssichere Formulierung in der Datenschutzerklärung ist eine Rechtsberatung sinnvoll.) |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Gering, da der Dienst eine sofortige Zahlung veranlasst. Etwaige Rücknahmen werden über den Käufer- und Verkäuferschutz durch PayPal geklärt. |
| **Integration in den Online-Shop** | In den meisten Shopsystemen kann PayPal recht einfach eingebunden werden.  Beispiel: <https://downloads.jtl-software.de/jtl-shop/PayPal-Plugin-Dokumentation-v109.pdf> |

**7. Direktüberweisungsverfahren wie Sofortüberweisung/giropay**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Das Verfahren nutzt das Online-Banking-Konto des Kunden, um eine Online-Überweisung an den Händler durchzuführen. Um mittels eines bestimmten E-Payment Verfahrens zu zahlen, wählt der Kunde dieses Zahlungsverfahren im Online-Shop aus. Anschließend wird der Kunde in der Regel zu einer Bezahlseite des E-Payment-Anbieters wie „Sofortüberweisung“ umgeleitet. Auf dieser Bezahlseite bestätigt der Kunde die Zahlung und wird wieder zum Online-Shop zurückgeleitet. Parallel dazu wird der Händler „sofort“ durch den E-Payment Anbieter über das Ergebnis des Zahlungsvorgangs (z.B. Transaktion erfolgreich oder nicht erfolgreich) informiert.  Im Erfolgsfall wird in der Regel der Zahlungsbetrag abzüglich eines Disagios (Entgelt für Dienstleistung bzw. prozentualer Abschlag bezüglich des Umsatzes) automatisiert oder durch manuellen Anstoß auf das Bankkonto des Händlers überwiesen. Im Hintergrund kümmert sich der Anbieter des E-Payment-Verfahrens um den Zahlungsausgleich, indem er z. B. den Betrag per Kreditkarte oder Lastschrift vom Kunden einzieht oder das Guthaben entsprechend reduziert. |
| **Kosten** | Für den Händler fallen Kosten an, die allerdings von vielen Händlern als kostengünstig bewertet werden.  Für Kunden fallen keine Kosten an. |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | SOFORT Überweisung ist eines der meistgenutzten E-Payment-Verfahren.  Mehr als 40% aller Händler bieten diese in ihrem Online-Shop an.[[8]](#footnote-8) |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | In der Datenschutzerklärung muss die Weitergabe der Daten an externe Dienstleister vermerkt werden. Die Weitergabe der Daten erfolgt ausschließlich zum Zwecke der Zahlungsabwicklung mit dem Payment-Dienstleister xxxy und nur insoweit, als sie hierfür erforderlich ist. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Zahlungsausfälle sind gering, da der Kunde sofort das Geld überweist. Eine Rücknahme des Betrages ist nur mit Schwierigkeiten möglich. Siehe Überweisung. Der Unterschied zur Vorkasse besteht hier darin, dass bei der Sofortüberweisung der Shop-Betreiber über direkt einen Zahlungseingang erhält und nicht, wie bei der Vorkasse, u.U. darauf warten muss. Die Ware kann somit umgehend versendet werden. |
| **Integration in den Online-Shop** | Beispiel: <https://guide.jtl-software.de/Sofort%C3%BCberweisung_in_JTL-Shop_einbinden> |

**8. GiroPay**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Bei diesem Verfahren wird der Kunde aus dem Bestellvorgang im Online-Shop über eine sichere Verbindung direkt mit seinem Online-Banking-Konto verbunden. (Das ist der Unterschied zu Sofortüberweisung. Darüber hinaus funktionieren beide Bezahlverfahren gleich. Genaueres dazu siehe Sofortüberweisung.) |
| **Kosten** | Für die Händler fällt für jeden Bezahlvorgang eine Gebühr bezogen auf den Rechnungsbetrag an. Weiterhin fallen eine einmalige Gebühr für die Einrichtung der Zahlungsmethode im Online-Shop und eine monatliche Gebühr an. Die Höhe der monatlichen Gebühr ist abhängig davon, welchen Service-Umfang ein Händler ausgewählt hat.  Für Kunden fallen keine Kosten an. |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | Für Kunden stellt giroPay eine „unbequeme“ Zahlungsart dar.  Nur ein geringer Prozentsatz aller Händler (7%) bietet giropay als Bezahlverfahren an.[[9]](#footnote-9) |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | In der Datenschutzerklärung muss die Weitergabe der Daten an externe Dienstleister vermerkt werden. Die Weitergabe der Daten erfolgt ausschließlich zum Zwecke der Zahlungsabwicklung mit dem Payment-Dienstleister xxxy und nur insoweit, als sie hierfür erforderlich ist. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Die Vorteile für den Händler liegen auf der Hand: Der Kunde vertraut seiner Bank, das Verfahren garantiert eine hohe Sicherheit durch die PIN/TAN-Abfrage, der Händler erhält schnell sein Geld und hat eine Zahlungsgarantie. |
| **Integration in den Online-Shop** | Beispiel: Giropay ist im Unterschied zur Sofortüberweisung nicht direkt bei JTL eingebunden. Man muss erst das Plugin auf der giropay Homepage runterladen. <https://www.giropay.de/haendler/tool-center/shop-plug-ins/jtl-shop-plug-in/> |

**9. Amazon Payments (Payment-Provider)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Der Kunde bekommt auf der Warenkorb-Seite des Händlers die Möglichkeit über einen Button mit Amazon Payments zu bezahlen. Es öffnet sich ein Popup-Fenster mit einer Amazon-Login-Maske. Innerhalb dieser können sich die Kunden mit ihren Amazon-Benutzerdaten anmelden oder bei Bedarf ein neues Amazon-Konto erstellen. Anschließend werden die Kunden in den Checkout Prozess des Händlers geleitet, wobei dieser direkt auf die bei Amazon hinterlegten Adressen zugreifen kann. Eine erneute Eingabe durch den Kunden ist nicht notwendig. Bei Amazon können Kunden dann wiederum mit Kreditkarte oder Lastschrift bezahlen. |
| **Kosten** | Für die Händler fallen eine Abwicklungsgebühr und eine Händlergebühr an. Beide hängen vom Prozentsatz des Transaktionsbetrags ab und werden pro Erfassung berechnet. Der Transaktionsbetrag setzt sich aus den Gesamtkosten der Artikel plus Versandkosten, einschließlich der Umsatzsteuer und abzüglich Werberabatten zusammen. Zusätzlich zur Bearbeitungsgebühr wird eine nicht erstattungsfähige Autorisierungsgebühr pro Autorisierung berechnet. |
| **Attraktivität für den Kunden**  **Interessengruppenspezifisch** | Das Verfahren gewinnt für Kunden immer mehr an Popularität. Da die Marke Amazon das Vertrauen der Kunden genießt.[[10]](#footnote-10) |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | Der Datenschutz ist relativ hoch, da die Zahlung über Amazon und die für Amazon geltenden erweiterten Datenschutzbestimmungen abgedeckt ist. Vermerk in den einen Datenschutzrichtlinien sinnvoll. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Es wird eine Betrugsversicherungstechnologie angeboten, die Forderungsausfälle verringern soll. |
| **Integration in den Online-Shop** | Einfache API-gesteuerte Integration |

**10. Klarna/Ratepay oder vergleichbare Dienstleister (DL) für den gesicherten Rechnungskauf bzw. Ratenkauf**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | 1. Initiierung des Kaufs auf Rechnung beim Händler durch den Kunden. 2. Übermittlung der Kunden- und Rechnungsdaten vom Händler an den DL. 3. Risikoprüfung durch den DL. 4. Rückmeldung der Risikoüberübernahme vom DL an den Händler. 5. Rechnungserstellung vom DL an den Kunden. 6. Kunde initiiert die Zahlung an seine Bank. 7. Hausbank des Kunden überweist die Zahlung an den DL. 8. Der DL zahlt den Betrag an die Bank des Händlers aus. |
| **Kosten** | Für die Händler fallen Kosten an. Für die einzelnen Produkte werden mehrere Tarife angeboten. In der Regel setzten sich diese zusammen aus einer monatlichen Grundgebühr, einem Entgelt pro Transaktion sowie einer prozentualen Volumenprämie. Die Tarife und Gebühren sind auf der Webseite im Verkäuferportal unter dem Reiter „Tarife“ des jeweiligen Produktes veröffentlicht.  <https://www.klarna.com/sofort/business/haendler-support/fragen-zur-sofort-gmbh/welche-kosten-fallen-fuer-die-nutzung-der-dienste-der-sofort-gmbh-an/> |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | Bei Kunden wird die Zahlung durch Klarna akzeptiert.[[11]](#footnote-11) Der Bezahlprozess ist einfach durchzuführen. Eine Ratenzahlung ist möglich. |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | In der Datenschutzerklärung muss die Weitergabe der Daten an externe Dienstleister vermerkt werden. Die Weitergabe der Daten erfolgt ausschließlich zum Zwecke der Zahlungsabwicklung mit dem Payment-Dienstleister xxxy und nur insoweit, als sie hierfür erforderlich ist. |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Das Risiko wird vollständig vom Dienstleister übernommen. |
| **Integration in den Online-Shop** | Unterschiedliche Möglichkeiten, je nach System: Über das Shop-Modul (falls durch das Shopsystem abgebildet), Anbindung an den Payment Service Provider (PSP), Direktanbindung (API) für individuelle Shopsysteme, Verbindung zum Warenwirtschaftssystem möglich. |

**11. Ratenzahlung:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Funktionsweise** | Bei der Ratenzahlung wird eine Schuld durch ratenweise Teilzahlungen innerhalb eines vertraglich festgelegten Zeitraums abgetragen. Eine Rate setzt sich in der Regel aus einem Tilgungsbetrag und [Zinsen](https://www.billomat.com/lexikon/z/zinsen/) zusammen. Gerade im Handel kann es aber durchaus vorkommen, dass Ratenzahlungen ohne Zinsen vereinbart werden. Oftmals ist dann von einer „Null-Prozent-Finanzierung“ die Rede. Hier kommt der Finanzierung eher die Rolle einer absatzfördernden Maßnahme zu.  Im Vergleich zu Konsumentenkrediten werden Ratenzahlungen meist über kürzere Zeiträume wie zum Beispiel 3 oder 6 Monate vereinbart. Nicht selten kommt es vor, dass die [Finanzierung](https://www.billomat.com/lexikon/f/finanzierung/) im Rahmen eines Partnerprogramms über eine Bank, und nicht über das [Unternehmen](https://www.billomat.com/lexikon/u/unternehmen/), welches den Finanzkauf anbietet, abgewickelt wird. |
| **Kosten** | Ratepay nimmt ein Disagio und eine Transaktionsgebühr - die exakten Preise richten sich nach dem Segment des Onlineshops. |
| **Attraktivität für den Kunden/Interessengruppenspezifisch** | Insbesondere bei jüngeren Kunden je nach Betragshöhe oder z.B. in der Möbelbranche ist diese Zahlungsart beliebt und ermöglicht bessere Conversion-Raten.[[12]](#footnote-12) |
| **Sicherheit (Datenschutz)** | Die Ratenzahlung hat wegen des Dauerschuldverhältnisses besondere rechtliche Aspekte |
| **Risiko von Zahlungsausfällen** | Sofern man externe Dienstleister wie RatePay nutzt, ist das Risiko relativ gering. Ansonsten könnten Überschuldung oder Privatinsolvenzen zur Zahlungsausfällen führen. |
| **Integration in den Online-Shop** | Unterschiedliche Möglichkeiten, je nachdem, ob ein externer Dienstleister gewählt wird oder nicht. |
| **Handlungsempfehlung** | Hier würde sich anbieten, einen Dienstleister wie z. B. Ratepay o.ä. einzubinden bzw. einen Test mit einem Ratenzahl-Angebot zu machen. |

**Mögliche Handlungsempfehlung**:

Es ist sinnvoll, den bestehenden Online-Shop um weitere Bezahlverfahren zu erweitern, zum Beispiel um die Möglichkeit der Sofortüberweisung. Sie bietet ähnliche Vorteile wie die Vorkasse, gleicht jedoch die damit verbundenen Nachteile aus. Über die Anbindung eines Payment Service Providers (PSP) lassen sich viele Bezahlverfahren ohne viel Zusatzaufwand organisieren.

Das Bezahlverhalten unserer Kunden sollte konsequenter als bisher beobachtet werden, um die Ausfallrate zu reduzieren. Zu entscheiden ist, ob Neukunden zunächst keine Zahlung auf Rechnung oder mittels ELV angezeigt werden soll. Dies muss über entsprechende Einstellungen (Algorithmus) im Shopsystem sichergestellt werden. Das gleiche gilt für die Warengruppe Schuhe. Hier sollte überlegt werden, ob nur Bezahlverfahren wie Vorkasse, GiroPay, Sofortüberweisung oder PayPal angeboten werden.

Da die Kategorie „Young Fashion“ auch für den belgischen Raum vorgesehen ist, sollten moderne Bezahlverfahren zur gezielten Ansprache von jungen Kunden genutzt werden. Hier ist auch eine Ratenzahlungsmöglichkeit in Betracht zu ziehen.

**Integration von einem Payment-Provider-System (PSP, hier z.B. Stripe) in den Online-Shop:**

**Installation:**

1. Im Shopsystem Backend und "Plugin Manager" das aktuelle Stripe Plugin herunterladen, installieren und Cache (auch für das Backend" flushen).
2. Bei Stripe registrieren, kostenlos. Es sind sehr sensible Daten wie SteuerID und weitere Pflicht.
3. API Keys einsetzen (werden von Stripe zur Verfügung gestellt).
   * 1. Nachdem das neue Stripe-Konto aktiviert wurde (per E-Mail) kann bereits die Kreditkarte als Bezahldienst eingerichtet werden.
     2. Unter "Developers" → "API KEY" kann zu Testzwecken der "publishable key" UND "secret key" im Shopware Stripe Plugin eingetragen werden
4. Bezahlverfahren Kreditkarte aktivieren
5. Im Shopsystem Backend unter "Einstellungen" → "Zahlungsarten" die Kreditkarte als Bezahldienst aktivieren (falls du sie nicht findest obwohl das Stripe Plugin schon aktiv ist, unbedingt das Backend Cache flushen).
6. Kreditkartendienst testen
7. Mit der Test-Kreditkartennummer (Visa) von Stripe (4242 4242 4242 4242) kann man eine Testorder abgeben. Die Kennnummer und Vorname/Nachname sind frei wählbar. Siehe hierzu auch für andere Kreditkarten unter <https://stripe.com/docs/testing>
8. Weitere Bezahldienste integrieren.
9. Weitere Bezahldienste wie Sofort-Überweisung müssen erst im Backend von Stripe unter "Payments" → "Settings" aktiviert werden
10. Eine gute Dokumentation für das Stripe Plugin (3.1.0 Stand 08/18) ist hier zu finden: https://docs.google.com/document/d/1FfZU0AqEWtiXd7Ito6e7UiLzfpP5F\_D8CT9gtogaZlk/edit#

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

St. Meckel, Kaufmannsschule I Hagen

I. Schönfeld, Reinard-Mohn-BK Gütersloh

E. Katerndahl, Fachberatung BR Köln

1. Quelle: <https://www.ecommerce-leitfaden.de/studien/item/erfolgsfaktor-payment-2-auflage>, S. 5. [↑](#footnote-ref-1)
2. Quelle: <https://www.ecommerce-leitfaden.de/studien/item/erfolgsfaktor-payment-2-auflage>, S.5 bzw. aktuell: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/319321/umfrage/beliebteste-methode-zur-zahlung-von-online-bestellungen-in-deutschland/> [↑](#footnote-ref-2)
3. Quelle: e-commerce Leitfaden,3, vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage

   Aktualisiert im April 2015, S. 168 [↑](#footnote-ref-3)
4. Quelle: <https://www.ecommerce-leitfaden.de/studien/item/erfolgsfaktor-payment-2-auflage>, S.5 bzw. aktuell: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/319321/umfrage/beliebteste-methode-zur-zahlung-von-online-bestellungen-in-deutschland/> [↑](#footnote-ref-4)
5. Quelle: e-commerce Leitfaden, S. 4-4 [↑](#footnote-ref-5)
6. Quelle: e-commerce Leitfaden, S. 4-4 [↑](#footnote-ref-6)
7. <https://www.ecommerce-leitfaden.de/studien/item/erfolgsfaktor-payment-2-auflage>, S. 5. [↑](#footnote-ref-7)
8. [↑](#footnote-ref-8)
9. <https://www.ecommerce-leitfaden.de/studien/item/e-commerce-leitfaden-3-auflage>, S. 188. [↑](#footnote-ref-9)
10. Quelle: Alexander Steireif, Rouven Rieker, Markus Bückle: Handbuch Online-Shop, Bonn, 1.Aufl., 2015, 1. Nachdruck 2017, S. 298. [↑](#footnote-ref-10)
11. Dies lässt sich aus der Tatsache schlussfolgern, dass Klarna mit 60000000 aktiven Kunden (Quelle: Klarna.de) „zu den etablierten Playern in Sachen Payment im E-Commerce gehört“ (Quelle: Alexander Steireif, Rouven Rieker, Markus Bückle: Handbuch Online-Shop, Bonn, 1.Aufl., 2015, 1. Nachdruck 2017, S. 301) [↑](#footnote-ref-11)
12. <https://www.ecommerce-leitfaden.de/studien/item/e-commerce-leitfaden-3-auflage>, S.174. [↑](#footnote-ref-12)