



© rawpixel.com / shutterstock.com

OHNE PAYMENT KEIN E-COMMERCE

DIE PSD2 ÄNDERT ALLES

Einer der zentralen E-Commerce-Bereiche ist das Payment. Die Branche ist mächtig in Bewegung: FinTechs, E-Wallets und Kryptowährungen wälzen den Markt um, die klassischen Banken und Sparkassen versuchen, Schritt zu halten. Für Online-Händler wird es immer schwieriger, den Überblick zu behalten und einzuschätzen, welche Bezahlmethoden und welche Service-Provider sinnvoll sind. Payment ist eine Wissenschaft für sich und die Veränderungen, die 2018 mit der Umsetzung der Richtlinie über Zahlungsdienste (PSD2) auf Online-Händler zukommen, machen das Thema noch ein Stück komplexer.

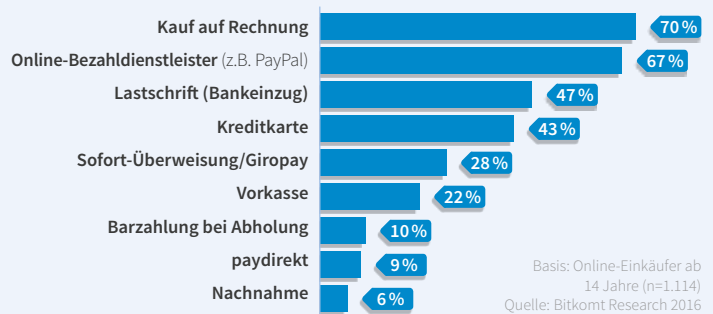
von Christoph Pech

Die beliebtesten Bezahlmöglichkeiten im deutschen Online-Handel sind laut ECC-Payment-Studie nach wie vor der Kauf auf Rechnung, die Lastschrift, PayPal und die Kreditkarte. Die Rechnung kommt laut EHI auf einen Umsatzanteil von 30,5 Prozent, die Lastschrift auf 20,2 Prozent. PayPal und die Kreditkarte folgen mit 17,9 bzw. 12,2 Prozent. Die Bitkom-Studie aus dem vergangenen Jahr (siehe Grafik) bestätigt dieses Bild.

Indirekt lässt sich an der Verteilung die enorme Marktmacht von Amazon ablesen, denn der E-Commerce-Riese sorgt quasi im Alleingang dafür, dass die Lastschrift ihren enorm hohen Stellenwert hält: Amazons E-Commerce-Anteil in Deutschland liegt bei 22 Prozent. Nimmt man den Marktführer aus der Rechnung, kommt die Lastschrift gerade noch auf 4,2 Prozent und landet im Ranking auf dem siebten Platz. PayPal ist, auch wenn nicht für Amazon verfügbar, nach wie vor das beliebteste Bezahlangebot auf Händlerseite. Die aktuelle Payment-Studie des Händlerbundes belegt: 92 Prozent der Händler bieten

So wird im Internet bezahlt

Welche der folgenden Bezahlmöglichkeiten nutzen Sie?



PayPal an. Es gibt allerdings viele Herausforderer, die in den kommenden Jahren Marktanteile abzwacken wollen, etwa Amazon Pay, Paydirekt, mobile Möglichkeiten wie Android Pay und Apple Pay und auch Kryptowährungen wie Bitcoin. Deren Relevanz muss sich allerdings erst zeigen.

Die PSD2 wird den Weg für neue Payment-Modelle und -Unternehmen bereiten!

Julia Houben, Geschäftsführerin Paylobby

NEUE RICHTLINIE PSD2 BRINGT 2018 VERÄNDERUNGEN

Den Überblick zu behalten, ist nicht einfach: Payment Service Provider wie Payone oder Wirecard helfen Händlern, Schritt zu halten, ein Vergleichsportal wie Paylobby macht sogar die Suche

nach dem entsprechenden Provider einfacher. Trotzdem ist die Gemengelage seit Anfang des Jahres noch schwieriger geworden. Am 13. Januar ist die Richtlinie über Zahlungsdienste (Payment Service Directive, kurz: PSD2) in geltendes deutsches Recht übersetzt worden. Dieses verbraucherfreundliche Gesetz sorgt dafür, dass die Gebühren für die Nutzung bestimmter Zahlungsangebote nicht mehr an die Kunden weitergegeben werden dürfen. Was diese freut, stellt Händler vor große Herausforderungen. Für Kartenzahlungen, Überweisungen und Lastschriften dürfen sie dann keine Gebühren mehr verlangen. Bislang war lediglich vorgeschrieben, zumindest eine kostenlose Bezahlmöglichkeit anzubieten.

Für Händler bedeutet das Mehrkosten. Aktuell muss es für sie darum gehen, zu überlegen, welche Zahlungsdienste sie anbieten wollen und wie sie den Kunden die für sie günstigsten Optionen schmackhaft machen. Julia Houben, Geschäftsführerin von

Im E-Commerce sind die **angebotenen Zahlarten entscheidend** für erfolgreiche Geschäftsabschlüsse. **Rechnungskauf** wird vom Kunden **favorisiert** – und kann durch Bonitäts- und Identitätsprüfungen sicher abgewickelt werden.



Jochen Senger, Key Account Manager Versandhandel, E-Commerce, Dienstleistungen, SCHUFA Holding AG

Aussteller mit Standnummer

amacash	C-14	PayDue	D-17
coeo inkasso	D-11	PayPal	C-10
easyCredit	C-08	SCHUFA	D-13
Forefix	D-15	TAXFBA	D-09
KOSMICON	C-12		

FUN FACT

Deutsche Online-Händler bieten im Schnitt sechs Bezahlmöglichkeiten an.

Quelle: ECC-Payment-Studie

Paylobby, rät: „Ein praktischer Tipp ist eine Veränderung der Reihenfolge der Darstellung der Bezahlmethoden im Checkout-Prozess. Die kostengünstigsten sollten zuerst genannt werden und danach folgen die weiteren Bezahlmethoden. Dies hat üblicherweise zur Folge, dass der Kunde zunehmend auf die Bezahlmethoden kanalisiert und konvertiert, die für den Händler am kostengünstigsten sind.“ Interessant wird dabei in den kommenden Monaten etwa die Entwicklung von PayPal, denn „PayPal zählt nicht zu den Zahlungsarten, für die künftig kein Zuschlag mehr erhoben werden darf“, so Frank Keller, Geschäftsführer von PayPal in Deutschland. Darum rät PayPal seinen Kunden bereits seit Mitte des vergangenen Jahres, von solchen Zuschlägen abzusehen.

Der Payment-Markt entwickelt sich weiter und zwar ständig. Online-Händler müssen abwägen, was sich für sie lohnt. Klar ist nur: Eine Auswahl muss immer angeboten werden. Wer sich zu sehr beschränkt, kann der Conversion Rate beim Schwitzen zuschauen.

PAYMENT-STUDIE 2017

VOM HÄNDLERBUND

Fast alle der 260 befragten Händler (92 %) **bieten PayPal an.**

MasterCard (95 %) und **VISA** (94 %) **führen** den Kreditkartenmarkt an.

Von den befragten Online-Händlern führen **37 % zusätzlich stationäre Geschäfte.**

Im stationären Handel bieten **zwei Drittel** der Händler **EC-Kartenzahlung an.**

Die **Mehrzahl** der Befragten (60 %) hat noch **nicht von** der neuen Zahlungsdiensterichtlinie (PSD2) **gehört.**

Die **Hälfte** der befragten Händler **setzt** bei der Wahl ihrer Zahlungsarten **auf vorintegrierte Anbieter** ihres Shopsystems.