

Zahlungsverfahren im Online-Handel: Mit diesen Kosten müssen Sie rechnen

☒ Shopbetreibern stehen eine Vielzahl unterschiedlicher Zahlungsverfahren zur Auswahl: Rechnung, Vorkasse, Paypal usw. Bei dieser Fülle immer die Kosten im Blick zu haben, ist mitunter nicht ganz einfach. Die Wirtschaftswissenschaftler von ibi Research haben neun Online-Zahlverfahren hinsichtlich der Kostenstruktur untersucht.

Die höchsten Kosten pro Transaktion (8,36 Euro) für den Shopbetreiber fallen beim Kauf auf Rechnung an. SOFORT Überweisung ist mit 1,88 Euro pro Transaktion die günstigste Zahlungsart. Zudem diesem Ergebnis kommt ibi research an der Universität Regensburg in seiner Studie "Gesamtkosten von Zahlungsverfahren - Was kostet das Bezahlen im Internet wirklich?".

Der Basisfall

Grundlage für die Untersuchung ist der sogenannte Basisfall. Für ihn wurden über alle Nennungen der Händler die durchschnittlichen monatlichen Bestellungen, der durchschnittliche Warenkorb sowie die durchschnittliche Retourenquote berechnet:

Beim Basisfall gehen monatlichen 2.979 Bestellungen ein. Die Höhe des durchschnittlichen Warenkorbs beträgt 100,60 Euro. Die durchschnittliche Retourenquote liegt bei 7,0 Prozent. Zudem werden interne sowie externe Risikoprüfungen durchgeführt sowie Mahn- und Inkassoverfahren genutzt.

Bei der Analyse wurde zwischen direkten Kosten und indirekten Kosten unterschieden und diese anschließend zu einem Gesamtwert pro Zahlungsart zusammengefasst. Zu den indirekten Kosten zählen unter anderem Kosten für interne und externe Prüfungen, Zahlungsausfälle und Kosten für die Retourenabwicklung. Dr. Georg Wittmann, einer der Studienautoren, bewertet die Ergebnisse wie folgt:

"Shopbetreiber unterschätzen tendenziell die teilweise bedeutsamen Kosten von Zahlungsverfahren, die durch indirekte Kostenfaktoren ausgelöst werden. Es zeigte sich, dass die gesamten Kosten zum Teil ein Vielfaches der direkten Kosten betragen können."



Wie hoch ist der Ertrag?

In der Tat ist die vorliegende Studie für Deutschland bislang einzigartig und damit ein guter Überblick für Shopbetreiber. Die Autoren weisen natürlich darauf hin, dass es sich hier um ein idealisiertes Modell handelt und die Werte auf den individuellen Einzelfall angepasst werden müssen.

So zeigt die Studie, welche Prozesse im Online-Shop positiven oder negativen Einfluss auf die Kosten für Zahlungsverfahren haben. So führen beispielsweise höhere Retouren nicht nur zu steigenden Retourenkosten, sondern sie bewirken auch einen Anstieg der Kosten für die eingesetzten Zahlverfahren.

Interessant wäre allerdings gewesen, wenn die Autoren die Studie dahingehend erweitert hätte, welchen Ertrag eine Zahlart für den Shopbetreiber bringt. Denn die unterschiedlichen Zahlarten haben auch Einfluss auf die Konversionsrate im Shop und Checkout: Die beiden Werte, Kosten für Zahlarten und Konversionsentwicklung durch Zahlarten, in einem Modell auf Basis eines Kosten/Nutzen-Indexes abzubilden, wäre für viele Shopbetreiber ein mächtiges Tool.