



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel



LEITFADEN

Wie wähle ich einen geeigneten Payment Service Provider aus?

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

Herausgeber:

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Geschäftsführung:

Dr. Anja Peters, Dr. Georg Wittmann
Registergericht Amtsgericht Regensburg;
Registernummer HR Regensburg B 5409

www.kompetenzzentrumhandel.de

T +49 / (0)941 / 943 – 1901

F +49 / (0)941 / 943 – 1888

info@kompetenzzentrumhandel.de

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt Verantwortliche im Sinne des Presserechts und des Rundfunkstaatsvertrages:

Dr. Anja Peters, Dr. Georg Wittmann,
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Text und Gestaltung:

Johann Faltermeier

Kai Pawelka

Sabrina Friedl

Stefan Plötz

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

Bildquellen:

© Lindsay Henwood / unsplash.com (Titelseite), © Priscilla du Preez / unsplash.com (Seite 5), © XPS/ unsplash.com (Seite 6), © Nattanan Kanchanaprat / pixabay.com (Seite 9), © Gerd Altmann / pixabay.com (Seite 10, 11), © Clay Banks Odoy / unsplash.com (Seite 12), © Grégory ROOSE / pixabay.com (Seite 15), © Kelly Sikkema / unsplash.com (Seite 17), © Michal Czyn/ unsplash.com (Seite 18), © Pawel Czerwinski / unsplash.com (Seite 20), © Aaron Burden / unsplash.com (Seite 24)

Stand:

Juni 2021

Inhalt

1	Einleitung	S. 5
2	Payment Service Provider	S. 6
	2.1 Was ist ein Payment Service Provider?	S. 7
	2.2 Welche Leistungen bietet ein PSP an?	S. 8
	2.3 Gebührenmodell	S. 9
	2.4 Warum benötige ich einen PSP? Was sollte ich beachten?	S. 10
3	Wie wähle ich einen geeigneten PSP aus?	S. 12
	3.1 Welche Auswahlkriterien gibt es?	S. 13
	3.2 Wie gehe ich am besten vor?	S. 15
	3.3 Checkliste	S. 16
	3.4 Vertragsabschluss: Voraussetzungen und abgefragte Informationen	S. 17

4 | **Wie kann das in der Praxis ausschauen?** S. 18

4.1 Interview mit einer Versandhändlerin S. 19

4.2 Interview mit einem Vertreter eines PSPs S. 23

5 | **Wo erhalte ich einen Überblick über relevante PSP?** S. 25

Einleitung

Zu jedem Kaufvorgang gehört das Bezahlen der Ware. Dafür stehen den Kunden bzw. Kundinnen in der Regel mehrere Zahlungsverfahren zur Verfügung, aus denen sie wählen können. Doch die Vorlieben der Kunden bzw. Kundinnen in Sachen Zahlungsverfahren sind unterschiedlich. Die vier beliebtesten Zahlungsverfahren im Jahr 2019 waren *PayPal*, *Rechnung*, *Kreditkarte* und *Lastschrift*.¹ Als Händlerinnen und Händler ist es folglich wichtig, im eigenen Online-shop eine passende Auswahl an Zahlungsverfahren anzubieten. Zahlungsdienstleister, sogenannte **Payment Service Provider (PSP)**, übernehmen für Händlerinnen und Händler die Integration von Zahlungsverfahren sowie die Abwicklung von Zahlungen.

Dieser Leitfaden soll bei der Auswahl eines geeigneten Payment Service Providers unterstützen. Wir erklären Ihnen, was man unter einem PSP versteht, welche Kern- und Zusatzleistungen ein PSP in der Regel erbringt, welche Gebühren für diese Leistungen anfallen und welche Gründe für den Einsatz eines PSP sprechen können.

Im Anschluss werden die möglichen Auswahlkriterien und eine allgemeine Vorgehensweise bei der Auswahl eines PSPs vorgestellt. Eine Checkliste zu den Auswahlkriterien sowie die vom PSP zum Vertragsabschluss benötigten Informationen ergänzen den Abschnitt.

Zusätzlich beschreibt eine Händlerin ihre Erfahrungen bei der Auswahl eines passenden PSPs. In einem zweiten Interview gibt ein Vertreter eines PSPs Einblick, auf welche Punkte er bei der Auswahl eines PSPs Wert legen würde.

Den Abschluss des Leitfadens bildet eine Auflistung von Informationsportalen über Payment Service Provider.

Der Leitfaden beantwortet die folgenden Fragen:

- ▶ Was ist ein Payment Service Provider?
- ▶ Welche Leistungen bietet ein PSP an?
- ▶ Warum benötige ich einen PSP?
- ▶ Wie wähle ich einen PSP aus?
- ▶ Wie schließe ich einen Vertrag mit einem PSP ab?
- ▶ Wo erhalte ich einen Überblick über relevante PSP?

¹ Vgl. 2020, ibi research: „Erfolgsfaktor Payment“.



Payment Service Provider



2.1 Was ist ein Payment Service Provider?

Ein Payment Service Provider (PSP) ist ein Unternehmen, das umfangreiche Zahlungsdienstleistungen anbietet, wie etwa die Übermittlung von Kreditkarten- und sonstigen Zahlungsdaten, und damit die Anbindung von Onlineshops zur elektronischen Abwicklung von Zahlungstransaktionen ermöglicht. ²

Ein PSP bietet in der Regel mehrere Zahlungsverfahren an, idealerweise über eine einzige technische Schnittstelle. Für die Nutzung von Kreditkartenzahlungen beispielsweise ist ein Kreditkarten-Akzeptanzvertrag notwendig. Die Bank der Händlerin bzw. des Händlers, bei der sie bzw. er diesen Vertrag abschließt, heißt *Acquirer*.

Dieser stellt den Transaktionsabwickler dar, der die (Kredit-)Kartenzahlungen der Kunden für die Händlerin bzw. den Händler abrechnet.

Der PSP realisiert die technische Anbindung der Händlerin bzw. des Händlers an den Acquirer. Der Acquirer ist damit ein Vertragspartner der Händlerin bzw. des Händlers und neben dem PSP ebenso notwendig, damit die Kartenzahlung ermöglicht wird. In vielen Fällen übernimmt der PSP auch selbst die Funktion des Acquirers.

Die **Abbildung 1** gibt einen Überblick darüber, wie ein PSP im Zahlungsverkehr mit allen relevanten Parteien verbunden ist und welche Aufgaben er übernimmt.

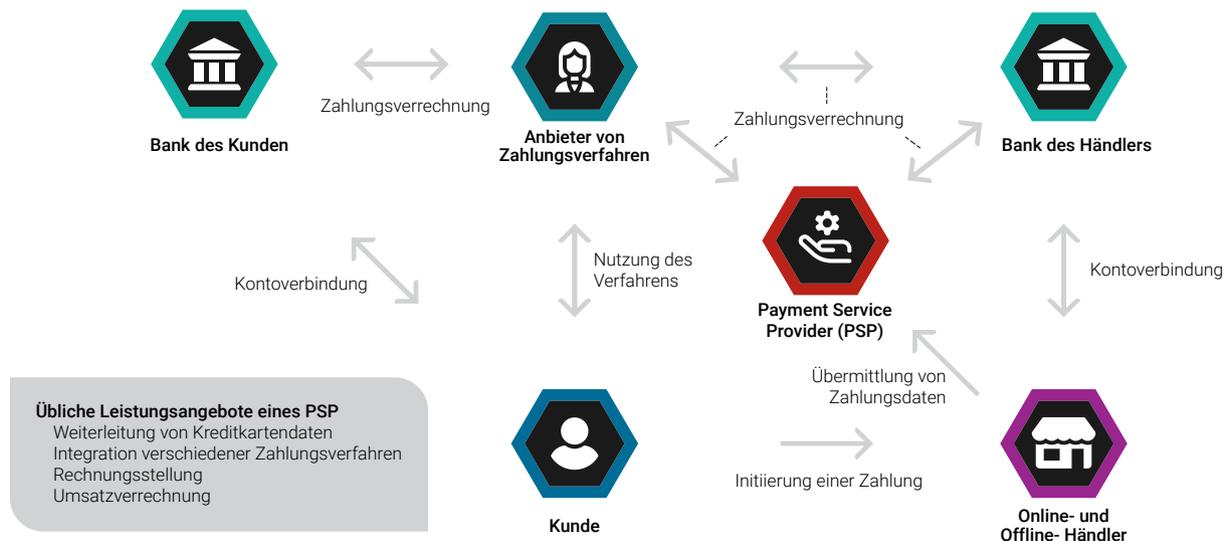


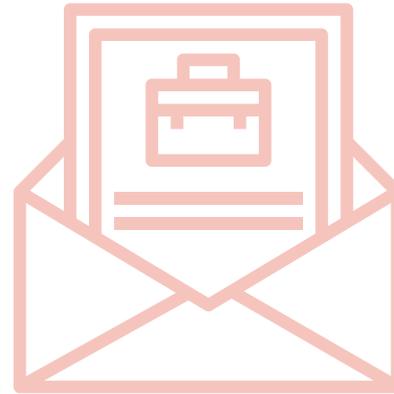
Abbildung 1: Einordnung des PSPs in den Zahlungsverkehr & Aufgaben des PSPs

² Vgl. 2015, ibi research an der Universität Regensburg GmbH: „E-Commerce-Leitfaden“, 3. Auflage.

2.2 Welche Leistungen bietet ein PSP an?

Kernleistungen

- **Technische Anbindung von Zahlungsverfahren**
Der PSP ermöglicht die technische Anbindung an unterschiedliche Zahlungsverfahren, online sowie offline. Häufig bieten PSP dazu Module für die unterschiedlichen Shop-Systeme an, die Händlerinnen und Händler zusätzlich einbinden können – manchmal kostenlos, manchmal kostenpflichtig. Je nach PSP unterstützen sie Unternehmen auch bei der technischen Umsetzung im Onlineshop.
- **Vertrags- und Lizenzmanagement**
Payment Service Provider verwalten die notwendigen Verträge zwischen Händlerinnen bzw. Händlern, Anbietern von Zahlungsverfahren und Acquireern.



Zusatzdienstleistungen

In dem ständig wachsenden Payment-Service-Provider-Markt gewinnt das Angebot von Zusatzleistungen an Bedeutung. Übliche Dienstleistungen, die neben der Zahlungsabwicklung angeboten werden, sind:

- Risikomanagement inklusive Adress- und Bonitätsprüfung, Blacklist-Prüfung³, Scoring und Betrugsprävention
- Debitorenmanagement (Rechnungsstellung, Zahlungseingangsüberwachung, Mahnwesen, bei Bedarf Weiterleitung an ein Inkasso-Unternehmen)
- Zahlungsabwicklung in mehreren Sprachen und Währungen
- Flexible Zahlungsmodelle (z. B. Ratenzahlungen, Zahlungen zu einem bestimmten Zeitpunkt)
- Forderungsmanagement und Factoring⁴
- Finanzdienstleistungen (z. B. Geschäftskonten, Währungsmanagement)
- Authentifizierung von Verbrauchern im Rahmen der Transaktionsabwicklung
- Management von Rückzahlungen bei Retouren
- Kundenservice bzw. Callcenter

³ Sperrliste von IPs, von denen Spam oder sogar Hackangriffe registriert worden sind.

⁴ Forderungsverkauf.

2.3 Gebührenmodell

Die Gebühren, die bei der Nutzung eines PSPs anfallen, sind sehr vielfältig. Es können einmalige Gebühren beim Start sowie fixe und variable Gebühren bei der Abwicklung von Transaktionen anfallen. Die Höhe der Gebühren ist von vielen Faktoren abhängig und muss bei den einzelnen PSP erfragt werden.

Gebührenarten:

- **Einrichtungsgebühr:** Einmalig, zu Vertragsbeginn, meist von der Anzahl der zu implementierenden Zahlungsverfahren abhängig
- **Monatliche/jährliche Gebühr:** Transaktionsunabhängige Bereitstellungsgebühr
- **Transaktionsgebühr:** Fixe/Variable Transaktionsgebühren sind unabhängig/abhängig von der Betragshöhe
- **Mehrwertdienstleistungen:** Gebühr bei Nutzung von Zusatzdienstleistungen



Manche PSP bieten auch Kontingent-Modelle an, d. h. die Händlerin bzw. der Händler kauft z. B. 500 Transaktionen ein und bezahlt dafür einen Festpreis.



2.4 Warum benötige ich einen PSP? Was sollte ich beachten?

Zentrale und automatisierte Verarbeitung von Kundenzahlungen

Die Zusammenarbeit mit einem PSP hat den Vorteil, dass die gewünschten Zahlungsverfahren über eine einzige technische Schnittstelle an den Onlineshop angebunden werden können und der Dienstleister die zentrale und automatisierte Verarbeitung von Kundenzahlungen übernimmt. Besonders wertvoll macht sich ein PSP durch das Abschließen des Kreditkartenakzeptanzvertrags, den Händlerinnen und Händler benötigen, um Zahlungen per Kreditkarte akzeptieren zu dürfen. Hierfür übernimmt der PSP die Weitervermittlung an einen Acquirer oder ist selbst gleichzeitig auch der Acquirer.

Angebot verschiedener Zahlungsverfahren in einem Onlineshop

Damit eine Händlerin bzw. ein Händler nicht mit jedem Verfahrensanbieter einzeln verhandeln und einen Vertrag abschließen muss, kann man diese Tätigkeiten auf den PSP übertragen. Der Einsatz eines PSPs ermöglicht auf diese Weise das Angebot verschiedener Zahlungsverfahren in einem Onlineshop. Wird damit auch das von der Kundin bzw. dem Kunden bevorzugte Zahlungsverfahren angeboten, kann dies in der Folge zu einer erhöhten Konversionsrate⁵ beim Kaufabschluss führen.

⁵ Entspricht dem Verhältnis von getätigten Transaktionen zu Website-Besuchern.



Wahl der passenden Zahlungsverfahren

PSP wissen, welche Zahlungsverfahren für verschiedene Märkte und Zielgruppen relevant sind und können Händlerinnen und Händler bei der Wahl der passenden Zahlungsverfahren unterstützen. Bereits über 80 Prozent der Händlerinnen und Händler verkaufen Waren bzw. Dienstleistungen ins Ausland. ⁶ PSP können hier auch internationale sowie ländertypische Anpassungen empfehlen.

Risiko- oder Forderungsmanagement

Um Zahlungsausfälle zu vermeiden, können Händlerinnen und Händler Services wie Risiko- oder Forderungsmanagement in Anspruch nehmen. Auch das Vertrags- und Abonnementmanagement kann an den PSP abgetreten werden.

Ausfall von Umsätzen

Wird die Zahlungsfähigkeit der Kundin bzw. des Kunden durch den PSP bei der Transaktion geprüft und abgelehnt, können für die Händlerin bzw. den Händler Umsatzeinbußen entstehen. Es kann sein, dass der PSP die Kundin bzw. den Kunden ablehnt oder ihn auf ein sicheres Zahlungsverfahren weiterleitet. Beispielsweise kann einer Kundin bzw. einem Kunden der Kauf auf Rechnung verweigert werden, da sie bzw. er der Bonitätsprüfung des PSPs nicht Stand hält. Der PSP bietet ihr bzw. ihm im Anschluss als alternatives Zahlungsverfahren Vorkasse an. Möglicherweise will die Kundin bzw. der Kunde dies aber nicht nutzen und es besteht das Risiko, dass sie bzw. er den Kauf deshalb abbricht.

⁶ Vgl. 2019, ibi research: „Internationaler E-Commerce“.



How

WHY

WHAT

3. Wie wähle ich einen geeigneten Payment-Service-Provider aus?



3.1 Welche Auswahlkriterien gibt es?

Der Markt der Payment Service Provider ist hart umkämpft und bietet eine Vielzahl an Anbietern. Dies führt einerseits zu einer komfortablen Ausgangssituation für Händlerinnen und Händler, da es viele Auswahlmöglichkeiten und einen hohen Konkurrenzdruck seitens der Anbieter gibt. Andererseits macht es die Entscheidungsfindung für den passenden PSP sehr komplex und aufwendig. Um den für die jeweilige Händlerin bzw. den jeweiligen Händler geeigneten PSP zu finden, gibt es einige wichtige Kriterien, die berücksichtigt werden sollten.

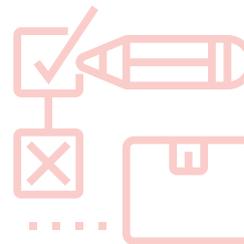
Zum einen muss sich die Händlerin bzw. der Händler im Klaren darüber sein, welche **Zielgruppe(n)** bedient werden soll(en), da verfügbare Zahlungsverfahren hierauf angepasst werden sollten und überprüft werden muss, ob der PSP Schnittstellen zu den gewünschten Zahlungsverfahren bietet. Ist für den Anwendungsfall keine Standardlösung verfügbar, ist die Erstellung einer Individuallösung möglich. Dies ist in der Regel aber mit erhöhtem Zeit- und Kostenaufwand verbunden.

Ein weiterer Punkt ist die **technische Integration**. Hier ist es unerlässlich, sicherzustellen, dass das genutzte Shopsystem des Onlineshops eine Schnittstelle für den gewünschten PSP bietet. Sollte hier keine Standardschnittstelle zur Verfügung stehen, kann zusammen mit dem Anbieter eine individuelle Lösung erarbeitet werden. Je nach Umsatzvolumen und Bekanntheitsgrad der Händlerin bzw. des Händlers beteiligt sich der PSP an den Kosten oder übernimmt sie.



Bei der Einbindung von Kreditkartenzahlungen ist zu berücksichtigen, dass diese den strengen und besonderen Vorschriften der PCI-DSS ⁷ unterliegen. Dieser Sicherheitsstandard für Kreditkartendaten, der für alle Stellen und damit auch Zahlungsdienstleister bindend ist, sofern sie Kreditkartendaten verarbeiten, soll vor betrügerischen Attacken, Kartenmissbrauch und Diebstahl schützen. Wenn man seinen Kundinnen bzw. Kunden die Kreditkartenzahlung ermöglichen möchte, benötigt man dementsprechend einen PSP, der diesen Standard erfüllt.

Selbstverständlich spielt auch die **Kostenstruktur** der Anbieter eine entscheidende Rolle. Hier gibt es grundlegende Unterschiede in den Geschäftsmodellen, die genau unter die Lupe genommen werden müssen. So versuchen Unternehmen häufig, mit Lockangeboten den Markteintritt zu meistern und überzeugen Händlerinnen und Händler mit anfangs komfortablen und sehr günstigen (teilweise kostenlosen) Modellen. Diese können sich aber langfristig gesehen als kostenintensiv und aufwendig herausstellen. Daher ist es wichtig, mehr als nur die attraktiven Einstiegskonditionen zu betrachten und das Gebührenmodell für die gesamte Vertragslaufzeit durchzurechnen.



⁷ Payment Card Industry Data Security Standard – www.pcisecuritystandards.org.

Die **Vertragslaufzeit** liegt bei den meisten Anbietern zwischen zwei bis drei Jahren, wobei es hier Abweichungen gibt und dieses Kriterium somit zu einem Entscheidungsfaktor werden kann. Typischerweise finden in diesem Zeitraum keinerlei Nachverhandlungen statt, außer es wird deutlich mehr oder weniger Umsatz erwirtschaftet als anfangs angenommen. Händlerinnen und Händler sollten sich aber immer mehr als ein Angebot einholen und auch während der Vertragslaufzeit die Konditionenentwicklung am Markt beobachten und dann ggf. auch versuchen, neu zu verhandeln.

Des Weiteren sollte der Ablauf bei **Retouren** beachtet werden. Bei Kostenmodellen, die für Transaktionen einen fixen und einen variablen Betrag ansetzen, ist es oft üblich, dass bei Retouren nur der variable Anteil durch den PSP zurückerstattet wird. Der fixe Kostenteil fällt somit auch bei Retouren an, obwohl kein Umsatz erwirtschaftet wurde.

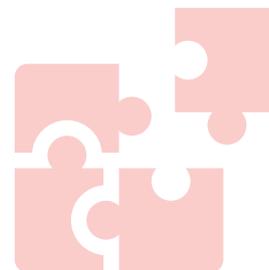
Ebenfalls zu beachten ist, dass bei einigen PSP die eingegangenen Rechnungsbeträge erst nach einem vorgegebenen **Einbehaltungszeitraum** an die Händlerin bzw. den Händler freigegeben und weitergeleitet werden. Das kann die Liquidität belasten. Der Einbehaltungszeitraum kann je nach PSP und Vertrag sehr unterschiedlich ausgeprägt sein: beispielsweise zwei bis drei Tage oder die Weiterleitung der Umsätze erfolgt nur einmal im Monat.

Ein weiteres Entscheidungskriterium, das stetig an Bedeutung gewinnt, ist die Möglichkeit der **Anbindung internationaler Zahlungsverfahren** sowie die Verfügbarkeit der dynamischen Währungsumrechnung. Mit diesen Leistungen können Händlerinnen und Händler auch für internationale

Kundinnen und Kunden einen komfortablen Zahlungsablauf mit den bevorzugten Zahlungsverfahren und einer lokalen Währungsanzeige gewährleisten und dadurch weltweit Kundinnen und Kunden gewinnen.

Weitere Faktoren, die über die Eignung eines PSPs für eine Händlerin bzw. einen Händler entscheiden, sind **verfügbare Serviceleistungen** wie Abonnementmanagement und die **Möglichkeit der Anbindung des stationären Handels** (i. d. R. Kartenzahlung im Ladengeschäft). Zudem bieten PSP oft Portale zum Überblick der abgewickelten und ausstehenden Zahlungen an. Soll dieses Portal zur Abwicklung des operativen Geschäfts genutzt werden, ist dessen Verfügbarkeit ebenso in den Entscheidungsprozess einzubeziehen.

Letztlich zu beachten ist die Schaffung eines **Vertrauensverhältnisses** zu dem PSP, da dieser Zugriff auf sensible Daten erhält. Hier sollten auch die Servicequalität sowie die Erreichbarkeit bei Fragen oder Problemfällen geprüft bzw. im Vorfeld festgelegt werden. Die Erfahrungen verschiedener Händlerinnen und Händler zeigen, dass es hier große Unterschiede geben kann.



3.2 Wie gehe ich am besten vor?

Üblicher Ausgangspunkt zur Auswahl eines PSPs ist die umfassende Informationsbeschaffung bezüglich der verfügbaren PSP. Hierfür nimmt eine Händlerin bzw. ein Händler in der Regel auf Messen, Online-Messen oder nach einer Online-Recherche zu verschiedenen PSP Kontakt auf und holt Angebote ein. Dabei kann auch die Hausbank als Ansprechpartner fungieren.

Im Vordergrund stehen bei dieser initialen Kontaktaufnahme zunächst das angebotene Gebührenmodell, die damit anfallenden Kosten und die Möglichkeiten der technischen Integration. Es gilt jedoch, wie im vorherigen Abschnitt beschrieben, auch weitere Auswahlkriterien während der Verhandlungsgespräche zu beachten. Nicht unüblich ist die Empfehlung der Agentur, die ein Shop-System umsetzt. Hier sollten jedoch ebenfalls Vergleichsangebote anderer PSP eingeholt werden.

Gleichzeitig wird durch den PSP die Seriosität des Unternehmens ausführlich geprüft. Nach dieser Überprüfung wird ein Rahmenvertrag zwischen PSP und Händlerin bzw. Händler geschlossen, der die Zusammenarbeit regelt. Dieser Basisvertrag kann je nach Anforderungen der Händlerin bzw. des Händlers um zusätzliche Serviceleistungen erweitert werden. Zur Integration der Kreditkartenzahlung wird im Folgeschritt ein Kreditkartenakzeptanzvertrag geschlossen. Das kann einige Zeit in Anspruch nehmen (u. a. weil die Seriosität des Händlers bzw. der Händlerin einer strengen Überprüfung unterzogen wird) und sollte frühzeitig mit dem PSP besprochen werden, um den Start des Onlineshops nicht zu verzögern.

Zur Einbindung weiterer Zahlverfahren kann die Händlerin bzw. der Händler entweder Verträge mit den jeweiligen Anbietern der Zahlungsverfahren selbst schließen oder dies dem PSP überlassen. Schließt die Händlerin bzw. der Händler den Vertrag direkt mit dem Anbieter eines Zahlungsverfahrens, kann der PSP nach Übermittlung der Vertragsinformationen dieses neue Zahlungsverfahren in sein Modul integrieren und freischalten. Die einfachere Variante ist, diese Vertragsabschlüsse an den PSP auszulagern. Mit Abschluss des Vertrages und der Integration der Zahlungsverfahren werden sämtliche Zahlungen über den PSP abgewickelt.



Checkliste für Finanzen:

- Was ist mein Budget bzw. wie hoch ist meine Marge?
- Wie sieht das Gebührenmodell des PSPs aus?
- Wie ist die Kostenberechnung über die gesamte Vertragslaufzeit?
- Wie abhängig sind die Gebühren von den Verkaufszahlen?
- Gibt es ein Kontingentverfahren?
- Wie lang ist die Vertragslaufzeit?
- Welche Gebühren fallen bei Retouren an?
- Wie viel kostet die Systemintegration?
- Wie viele Transaktionen habe ich pro Monat?
- Wie lange ist der Einbehaltungszeitraum des PSPs?

Checkliste für Zahlungsverfahren:

- Wer sind meine Kunden (Zielgruppe)? Welche Zahlungsverfahren nutzen sie?
- Wie viele Zahlungsverfahren möchte ich integrieren (i.d.R. 3-5 verschiedene)?
- Welche Zahlungsverfahren werden vom PSP angeboten?
- Soll die Kreditkartenzahlung, die einen PSP mit PCI-DSS benötigt, eingebunden werden?
- Verkaufe ich auch im Ausland? Müssen internationale Kaufabwicklungen möglich sein? Möchte ich eine dynamische Währungsumrechnung (DCC = Dynamic Currency Conversion) integrieren?
- Wie lange ist die Vorlaufzeit für die Integration neuer Zahlungsverfahren?

Checkliste für Service:

- Wie sieht das Serviceangebot aus? Gibt es eine 24-Stunden-Hotline? Wo sitzt der Kundenservice?
- Wie wird das Thema Zahlungsausfälle behandelt?
- Welche Zusatzleistungen sind mir wichtig (Risikomanagement in Echtzeit, Servicemanagement, White-Labeling⁸, Abonnement & Mitgliedschaftsmanagement)?
- Habe ich Zugriff auf ein vom PSP angebotenes Reporting-Portal? Kann ich die Daten auch in meine Systeme importieren?
- Wie behandelt der PSP die Themen Datenschutz, Vertrauen und Sicherheit?

Checkliste für technische Integration:

- Welches Shop-System nutze ich? Ist die technische Anbindung der Zahlungsschnittstelle möglich? Ist bereits ein passendes Modul verfügbar?
- Wie funktioniert die System-Integration (Web API Integration, Mobile Integration, Plugins & Erweiterungen)?
- Bietet der PSP Unterstützung (ggf. auch Programmierung) bei der Integration an?
- Habe ich auch einen stationären Handel und will diesen integrieren?

⁸ Ist zur Abwicklung des Zahlverfahrens ein Wechsel zu der Webseite des PSPs notwendig, kann auf den Dialogseiten des Zahlungsdienstleisters oder des Zahlverfahrens das unternehmenseigene Logo eingebunden werden.

3.4 Vertragsabschluss: Voraussetzungen und abgefragte Informationen

Um mit einem PSP zum Vertragsabschluss zu kommen, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein. Diese spiegeln sich in den folgenden, vom PSP angeforderten Informationen wider:

- ▶ Unternehmenseintrag (Handelsregisternummer; Steuernummer)
- ▶ Umsatzsteuer-ID und Bankverbindung
- ▶ Bei juristischen Personen (z. B. AG, GmbH, OHG, KG, Ltd. eG, e. V.): Auszug des Handels-, Genossenschafts- bzw. Vereinsregisters
- ▶ Ansprechpartner:
 - ▶ Geschäftsführer
 - ▶ Vorstand
 - ▶ Buchhaltung
- ▶ Ausweiskopie der wirtschaftlich Berechtigten
- ▶ Eindeutige Webseite mit gepflegtem Impressum
- ▶ Eindeutige AGB
- ▶ Kurzadresse des Unternehmens
- ▶ Klare Auspreisung der Produkte
- ▶ Produktstatistiken:
 - ▶ günstigstes und teuerstes Produkt
 - ▶ meistverkauftes Produkt



4. Wie kann das in der Praxis aussehen?

Nach dem theoretischen Teil soll nun anhand eines Interviews mit einer Händlerin gezeigt werden, wie der Auswahlprozess in der Realität ausschauen kann. Des Weiteren gibt in einem zweiten Interview ein Vertreter eines PSPs Ratschläge, wie er bei der PSP-Auswahl vorgehen würde und welche Punkte es aus seiner Sicht besonders zu beachten gilt. Es handelt sich dabei um persönliche Erfahrungen und es soll keine allgemeine Empfehlung für die Auswahl eines bestimmten PSPs ausgesprochen werden.



4.1 Interview mit einer Versandhändlerin

bio-saatgut.de

Einen spannenden Einblick in die Praxis gewährt Gaby Krautkrämer, die bereits seit 2008 einen Onlineshop für Saatgut betreibt. Das Interview zeigt, wie wichtig die kundenorientierte Auswahl der passenden Zahlungsverfahren ist und wie auch kleine Onlineshops durch zielorientierte Auswahl eines PSPs verschiedene Zahlungsverfahren anbieten können.



Wer sind Sie und was ist Ihr Aufgabenbereich im Unternehmen?

Mein Name ist Gaby Krautkrämer, ich bin Inhaberin und einzige Angestellte von bio-saatgut.de, einem Versandhandel von seltenem Saatgut für Hobbygärtner. Seit 2008 betreibe ich einen Onlineshop.

Über welche Vertriebskanäle vertreiben Sie Ihre Produkte (Onlineshop, Online-Marktplatz, stationäres Ladengeschäft etc.)?

Meine Kundinnen und Kunden können vor Ort einkaufen und ich gehe im Umkreis von ca. 200 km auf Saatgutfestivals und Saatgutmärkte. Zusätzlich vertreibe ich meine Produkte über den Onlineshop.

Wie strukturiert sich die Kundschaft Ihres Unternehmens (viele Stammkunden, eher Einmalkäufer)?

40 Prozent sind Stammkundinnen und Stammkunden, die schon über fünf Jahre bei mir einkaufen. Die anderen 60 Prozent sind Neukundinnen bzw. Neukunden. Grundsätzlich ist die Kundenstruktur

davon anhängig, was sich in den Medien tut und mit welchen Keywords ich bei Google Ads arbeite. In jüngster Zeit sind viele Neukundinnen und Neukunden zu beobachten.

Warum haben Sie sich für den Einsatz eines PSPs entschieden?

Gestartet bin ich mit den üblichen Zahlungsverfahren: Lastschrift, Vorkasse und Rechnung. Nachdem ich bei Rechnungen viele Betrugsvorfälle hatte, habe ich dann sogar nur noch Vorkasse und Lastschriftverfahren angeboten. Im Laufe der Entwicklung des E-Commerce hat sich herausgestellt, dass das heute nicht mehr zielführend ist. Außerdem kam das internationale Geschäft mit Kundinnen und Kunden aus Frankreich oder der Schweiz dazu, wodurch immer häufiger die Kreditkarte als Zahlungsverfahren gefragt war. Dadurch kam ich an den Punkt, dass ich mich mit dem Thema PSP auseinandersetzen musste. Zu dieser Zeit war ich auf einem Seminar, bei dem es um das Thema PSP ging. Zunächst hatte ich mit barzahlen.de begonnen. Ich hatte angenommen, dass meine Kundinnen und Kunden das gerne annehmen werden, was dann jedoch ein Trugschluss war.

Welche Auswahlkriterien haben Sie genutzt und warum? Wie haben Sie die Auswahlkriterien ausgewählt und wie sah Ihr Entscheidungsprozess aus?

Das war kein einfacher Prozess, der auch Jahre gedauert hat. Zunächst habe ich mich umgeschaut, was andere machen, die auf dem gleichen Markt wie ich unterwegs sind und habe mich mit diesen ausgetauscht. Wo gab es Erfolge und was waren Nachteile? Zum anderen habe ich mich natürlich auch im Internet informiert und Erfahrungen zu verschiedenen Providern gesammelt. Bei denjenigen, bei denen ich das Gefühl hatte, dass es passen könnte, habe ich mich dann durch die Geschäftsbedingungen und Preislisten gewählt – das war ein Albtraum. Daraus habe ich schließlich eine Excel-Übersicht mit Modellbeträgen und Kosten als Entscheidungsgrundlage erstellt. Ergänzend habe ich mir noch die Meinung meines erfahrenen Webseiten-Hosts eingeholt.

Welche Auswahlkriterien waren für Sie am wichtigsten?

Das wichtigste Kriterium war letztlich der Preis. Da es sich um Staffelpreise bei unterschiedlichen Mengen, Warenkörben und sonstigen Kriterien handelt, habe ich diese in der für mich relevanten Spanne betrachtet. Zusammen mit der Grundgebühr je PSP habe ich die Preise dann aufgelistet und verglichen. Die anderen Elemente unterscheiden sich aus meiner Sicht sonst auch kaum noch.

Wie sind Sie dann mit dem PSP in Kontakt getreten?

Den Kontakt zu barzahlen.de hatte ich auf einem Seminar geknüpft. Im Anschluss habe ich das Unternehmen per E-Mail kontaktiert, mein Interesse an einer Zusammenarbeit bekundet, worauf ich dann die Bestätigung und alle weiteren technischen Daten für die Implementierung erhalten habe. Später habe ich mich dann zwischen PayPal und Skrill zunächst für Letzteres entschieden, da PayPal damals noch einen schlechten Ruf hatte.

Für welchen der PSP haben Sie sich schlussendlich entschieden und warum?

Ich hatte mich letztlich ausschließlich für PayPal entschieden, da die Kunden das einfach am meisten nachgefragt haben. PayPal hatte sich auch innerhalb von nur vier Wochen absolut etabliert. Daher wollte ich dann auch PayPal Plus haben, da meine Kunden dann mit Kreditkarte und vor allem – das war ganz wichtig – ohne Konto zahlen konnten. Generell war das Handling bei keinem Provider ein Problem – es wird erst dann schwierig, wenn man Support für ein eigenes Problem benötigt.



Würden Sie daher zukünftig das Thema Support als Auswahlkriterium hinzuziehen, wenn Sie nochmal einen Provider suchen würden?

Dazu erhält man vorab sowieso leider nie eine ehrliche Antwort – das erweist sich immer erst in der der Zusammenarbeit. Man kann sich natürlich zunächst im Internet informieren, welche Erfahrungen andere Kunden im Problemfall mit dem Support gemacht haben. Doch auch das heißt überhaupt nichts, denn letztlich ist das sehr personenabhängig. Je nachdem was für eine Ansprechpartnerin bzw. einen Ansprechpartner man erwischt, kann man Glück oder eben auch Pech haben.

Welche Zahlungsverfahren bieten Sie in Ihrem Onlineshop nun an und wie sieht in etwa die Verteilung aus (Transaktionen bzw. Umsatz)?

Als ich zu Beginn Skrill angeboten hatte, wurde dies von etwa 20 Prozent meiner Kundinnen und Kunden genutzt. Das waren üblicherweise diejenigen, die eine Kreditkarte nutzen wollten. Um PayPal hatte ich mich lange nicht gekümmert, da viele dabei skeptisch waren. Doch irgendwann gab es einen Punkt, an dem sich dies gewandelt hat und plötzlich alle mit PayPal zahlen wollten – vor allen Dingen aufgrund des Käuferschutzes. Als ich PayPal dann eingeführt habe, ging der Anteil dafür auch schlagartig nach oben: Inzwischen liegt dieser bei rund 70 Prozent. Ansonsten biete ich nur noch Vorkasse an, was somit den Rest ausmacht.

Welche Aufgaben übernimmt der PSP für Sie?

Der PSP übernimmt alles rund um das Thema „Bezahlung einziehen“. Ich erhalte vom PSP eine Liste mit den durchgeführten Bezahlungen inkl. Infos zu Bestellnummer, Produkte etc., was ich dann für die Versandabwicklung und Rechnungsstellung heranziehe. Das Geld kann ich dann flexibel zu jeder Zeit abrufen.

Wie sieht die Vertragsstruktur aus? (Vertragslaufzeit, Erweiterung des Leistungsumfangs etc.)

Mit PayPal habe ich einen unbefristeten Vertrag. Auf die Vertragsstruktur hat man aber auch keinen Einfluss. Wenn PayPal eine Änderung der AGB vornimmt, muss ich mir diese anschauen und entscheiden, ob ich das mitmache oder kündige. Ich habe also keinerlei Verhandlungsposition gegenüber PayPal. Das war bei Skrill und barzahlen.de aber auch nicht anders.

Es gibt aber sicher ein großes Angebot an Anbietern, aus welchem Sie wählen können.

Klar, aber dabei stellt sich immer die Frage, ob auch die Kundinnen und Kunden bereit sind, das zu akzeptieren. Es gibt Onlineshops, die eine ganze Menge an Anbietern auflisten. Als Ein-Frau-Betrieb wäre ich dabei aber bereits mit dem Handling all der Verträge überfordert. Ich muss also schauen, dass das, was meine Kundinnen und Kunden wollen, mit dem übereinstimmt, was ich managen kann. Und da ist für mich PayPal die beste Lösung.

Welche Leistungen würden Sie sich von Ihrem PSP noch zusätzlich wünschen?

Ich würde mir tatsächlich einen besseren Support bei Problemfällen wünschen. Das heißt, eine feste Ansprechpartnerin bzw. einen festen Ansprechpartner, der sich auch wirklich mit dem Thema beschäftigt und nicht an jemand anderen verweist, der sich dann vielleicht irgendwann mal damit auseinandersetzt.

Wie gehen die Zahlungen bei Ihnen ein und wie können Sie dies überwachen?

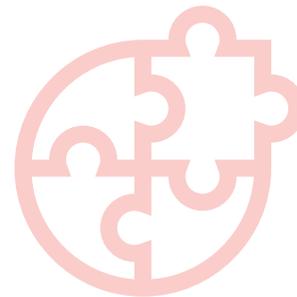
Bei jeder Zahlung kommt eine E-Mail mit der Info, dass eine Kundin bzw. ein Kunde eine Zahlung mit einem entsprechenden Betrag geschickt hat. Mit dieser Kurzübersicht der Bestellung werde ich quasi live informiert und kann darauf auch den Versand durchführen.

Wie lief die technische Integration des PSPs in Ihre Systeme ab?

Als ich 2015 im Rahmen einer Umstellung des Shop-Systems PayPal Plus aufnehmen wollte, lief die Implementierung sehr aufwendig ab und hat drei Monate gedauert – das war wirklich frustrierend. In meinem Fall gab es ein Template in meinem Shop, das nicht mit einem bestimmten Part von PayPal korrespondiert hat. Generell nehme ich aber an, dass die Technik nicht wirklich das Problem ist. In diesem Fall hing das sicher mit der Umstellung im Shop-System zusammen, mit der sich PayPal vermutlich noch nicht beschäftigt hatte.

Was empfehlen Sie einer Händlerin bzw. einem Händler, der den Einsatz eines PSPs plant?

Ich bin schon der Ansicht, dass mein Weg vor sechs bis acht Jahren nicht schlecht war. Man muss aber auch dazusagen, dass zu dieser Zeit noch nicht so viele Anbieter auf dem Markt waren. Ich selbst könnte inzwischen bei der Menge an potentiellen Anbietern unmöglich alle vergleichen. Sicherlich gibt es aber inzwischen eine Art Beratung oder Portale, die unter Angabe der gewünschten Kriterien die passenden Anbieter aussuchen. Zu so etwas würde ich bei der Auswahl dann auf jeden Fall auch raten. Hilfreich wäre sicherlich auch eine Checkliste, die die zehn bis 15 wichtigsten Aspekte enthält. Es gibt Kriterien, die einfach für jeden relevant sind. Dazu zählt vor allen Dingen, wie und ob ich sofort ich an mein Geld komme. Ganz wichtig ist auch das Vertrauen und die Akzeptanz der Kundinnen und Kunden in die Zahlungsmethode. Diese Checkliste könnte man dann ggf. noch seinen eigenen Bedürfnissen entsprechend ergänzen und erweitern.



4.2 Interview mit einem Vertreter eines PSPs



SIX-Payment-Services

Die Sicht der Anbieter auf die PSP-Auswahl stellt Johannes Sutter von SIX Payment Services & Worldline vor. Das Unternehmen mit Sitz in Frankfurt ist schon seit dem Jahr 2000 auf dem Payment-Service-Provider-Markt tätig.

Wie sollten Händlerinnen und Händler typischerweise vorgehen, wenn sie einen PSP auswählen?

Anlass und Anspruch sollten entscheiden, welchen Payment-Dienstleister Händlerinnen und Händler nutzen wollen. Entscheidend ist doch, wie das Geschäft der Händlerin bzw. des Händlers aussieht. Agiert die Händlerin bzw. der Händler lokal oder europaweit oder sogar weltweit? Werden lokale Zahlungsverfahren gebraucht? Stehen bereits Anbindungen zu den benötigten Systemen zur Verfügung? Dementsprechend kann man Standardlösungen, rein technische Payment-Service-Provider-Dienstleister oder Payment Provider, die alles aus einer Hand anbieten, wählen. Für alle Ansprüche haben wir als Worldline gleich mehrere E-Commerce- und PSP-Lösungen für die unterschiedlichsten Anforderungen im Haus.

Welche Anforderungen sollte eine Händlerin bzw. ein Händler an den PSP stellen?

Jede Händlerin bzw. jeder Händler kann da einen anderen Fokus bei seinen individuellen Anforderungen haben. Ich selber würde folgende Anforderungen und Überlegungen mit einfließen lassen:

- ▶ Das Angebot komplementärer Lösungen über alle Verkaufskanäle hinweg
- ▶ Die passende Auswahl der Zahlungsverfahrensvielfalt & Währungsangebote
- ▶ Die richtige Flexibilität der gewählten Lösung entsprechend der Bedürfnisse der Händlerin bzw. des Händlers und auf das Unternehmen im Allgemeinen abgestimmt
- ▶ Die Innovationskraft des Anbieters, damit es Produkte mit sowohl zuverlässiger als auch neuester Technologie gibt

Welche Zusatzleistungen könnten für eine Händlerin bzw. einen Händler interessant sein, der einen PSP wählt?

Hier bietet sich gleich eine Vielzahl an Dienstleistungen an, die hilfreich und nützlich sein können. Dies ist natürlich stark abhängig von dem Vorhaben der einzelnen Händlerin bzw. des einzelnen Händlers. Nachfolgend nenne ich die drei Services, die bei uns am häufigsten angefordert werden:

- ▶ Bündelung von Zahlungsverfahren: Der Dienstleister kann eine Vielzahl an Zahlungsverfahren über einen Account abrechnen, ohne dass die Händlerin bzw. der Händler mit jedem einzelnen Zahlungsverfahren-Anbieter einen Vertrag machen muss.
- ▶ Betrugsprävention: Die Händlerin bzw. der Händler erhält innerhalb weniger Sekunden eine Bewertung, ob eine Transaktion potentiell positiv ablaufen sollte.
- ▶ Die dynamische Währungsumrechnung: Die sogenannte Dynamic Currency Conversion (DCC) ist gerade für kleine E-Commerce-Shops sehr interessant. Im Kern bedeutet es, dass die Karteninhaberin bzw. der Karteninhaber immer in seiner Herkunftswährung bezahlen kann. So wird der Karteninhaberin bzw. dem Karteninhaber im Checkout neben der lokalen Landeswährung, z. B. Euro bei deutschen Onlineshops, auch Schweizer Franken (CHF) angezeigt, wenn die Kundin bzw. der Kunde aus der Schweiz bestellt. Folglich bevorzugt die Kundin bzw. der Kunde häufig direkt in seiner lokalen Währung (hier CHF) zu zahlen. Die Händlerin bzw. der Händler bekommt ihr bzw. sein Geld entsprechend in Euro.



Wo erhalte ich einen Überblick über relevante PSP?

Mit dem ständigen Eintritt, Austritt und laufenden Fusionen unterliegt der hart umkämpfte Markt der PSP starken Schwankungen. Dementsprechend ist auch der Informations- und Beratungsmarkt ausgebildet, da Übersichten ständig aktualisiert werden müssen. Die folgende Link-Liste ⁹ verweist auf Webseiten, die einen Informationsdienst bezüglich PSPs anbieten.

- ▶ <https://www.kreditkarte.net/b2b/pos-point-of-sale/zahlungsdienstleister/>
- ▶ <https://paylobby.de/>
- ▶ <https://www.webshop-factory.com/payment-service-provider/>
- ▶ <https://onlineshops.de/praxis/payment-service-provider/#payment-service-provider-uebersicht>
- ▶ <https://trusted.de/payment-service-provider>

⁹ Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.



Sie haben Fragen zum Thema Payment-Service-Provider? Im Rahmen einer Unternehmenssprechstunde gehen wir gerne darauf ein. Sprechen Sie uns an!

Weitere Informationen unter : <https://kompetenzhandel.de/unternehmenssprechstunde>

Fußnotenverzeichnis

- 1 Vgl. 2020, ibi research: „Erfolgsfaktor Payment“ .
- 2 Vgl. 2015, ibi research an der Universität Regensburg GmbH: „E-Commerce-Leitfaden“, 3. Auflage.
- 3 Sperrliste von IPs, von denen SPAM oder sogar Hackangriffe registriert worden sind.
- 4 Forderungsverkauf.
- 5 Entspricht dem Verhältnis von getätigten Transaktionen zu Website-Besuchern.
- 6 Vgl. 2019, ibi research: „Internationaler E-Commerce“.
- 7 Payment Card Industry Data Security Standard – www.pcisecuritystandards.org.
- 8 Ist zur Abwicklung des Zahlverfahrens ein Wechsel zu der Webseite des PSPs notwendig, kann auf den Dialogseiten des Zahldienstleisters oder des Zahlverfahrens das unternehmenseigene Logo eingebunden werden.
- 9 Erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:
Einordnung des PSPs in den Zahlungsverkehr & Aufgaben des PSPs
S. 6



Über das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Weitere Informationen unter
www.kompetenzzentrumhandel.de



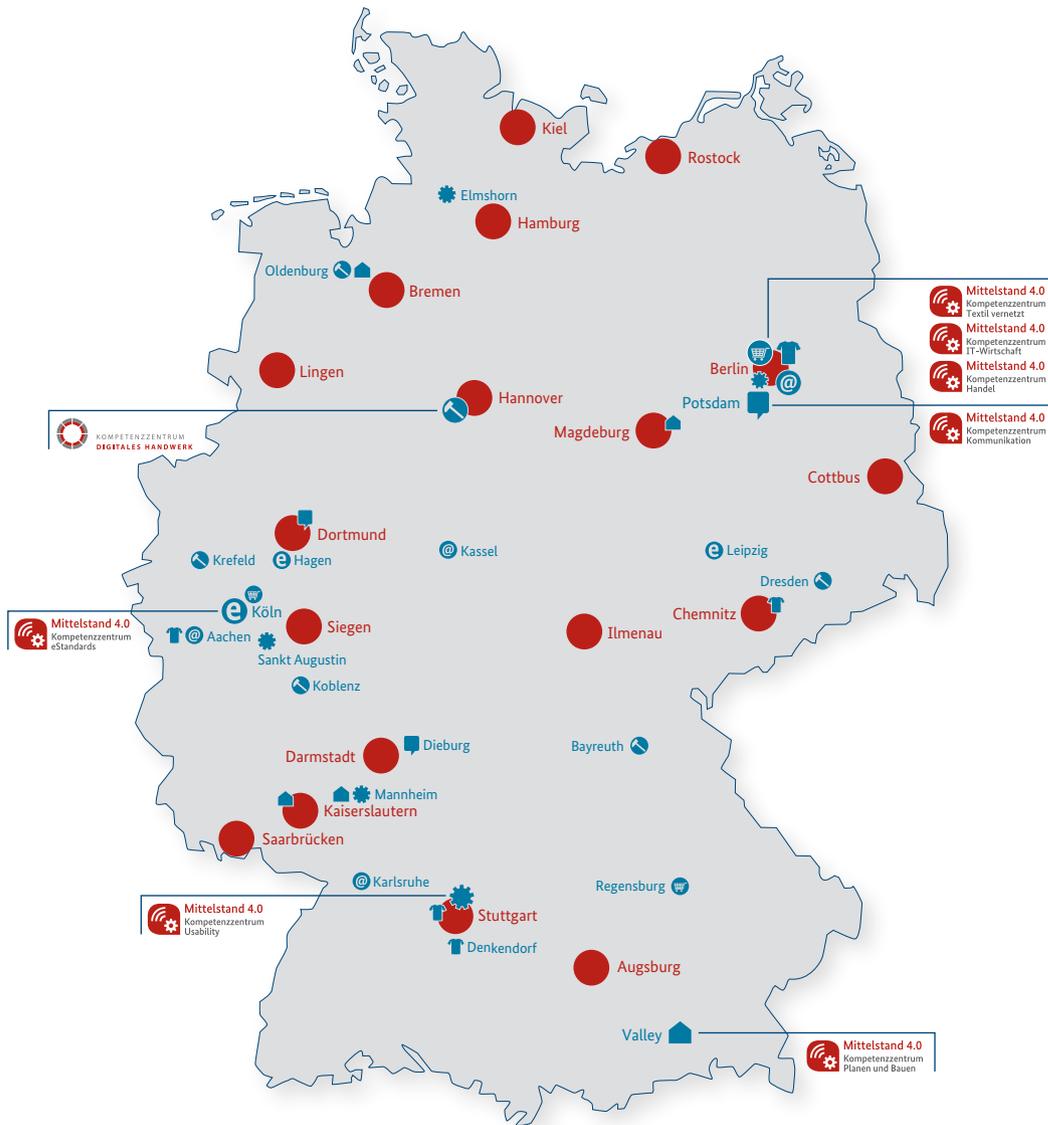
Über Mittelstand-Digital

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Der DLR Projektträger begleitet im Auftrag des BMWi die Projekte fachlich und sorgt für eine bedarfs- und mittelstandsgerechte Umsetzung der Angebote. Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) unterstützt mit wissenschaftlicher Begleitung, Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.mittelstand-digital.de

Die regionalen Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren und Themenzentren mit ihren Stützpunkten



Weitere Informationen finden Sie unter
www.kompetenzzentrumhandel.de