



Zahlartenmix im Onlineshop

Wenn Kund:innen mit Kaufabsicht den Check-out starten, sollen sie ihn auch abschließen. Die letzte aktive Entscheidung ist dabei die Auswahl des Bezahlverfahrens. Finden Kund:innen ihr bevorzugtes Verfahren nicht oder wirkt der Bezahlprozess ungewohnt, kann der Kauf kurz vor dem Abschluss abbrechen.

Warum die Zahlart über den Kaufabschluss mitentscheidet

Der Check-out ist ein sensibler Moment im Kundenprozess. Die Kund:innen haben sich bereits für ein Produkt entschieden und stehen kurz vor dem Kaufabschluss. Beim Bezahlen erwarten sie vor allem ein Verfahren, das vertraut, einfach und sicher ist. Der Zahlartenmix ist deshalb kein rein technisches Thema. Er beeinflusst, ob der Kaufabschluss einfach gelingt oder ob Kund:innen bei dieser letzten Hürde aussteigen.

Welche Zahlarten im Onlineshop wichtig sind

Im deutschen E-Commerce konzentrieren sich rund 80 Prozent des Umsatzes auf vier etablierte Verfahren. Dazu zählen:

- PayPal
- Kauf auf Rechnung
- Kreditkarte
- Lastschrift

Je nach Kundenstruktur und -präferenzen, Sortiment oder Warenwert können weitere Verfahren relevant sein, unter anderem:

- Ratenkauf oder Finanzierung
- Wallets, wie Apple Pay, Google Pay oder die Klarna Wallet
- Banknahe Lösungen wie Wero

Nicht jedes Verfahren muss in jedem Onlineshop angeboten werden. Ein kleiner Shop mit wenigen Bestellungen hat andere Anforderungen als ein größerer Shop mit vielen Retouren, internationalen Kund:innen oder hohen Warenkörben. Entscheidend ist, welche Verfahren zur eigenen Kundschaft und zum Geschäftsmodell passen.

Gefördert durch:





Erste Hinweise liefern die eigenen Shopdaten: Welche Zahlarten werden tatsächlich genutzt? An welcher Stelle brechen Kund:innen den Kauf ab? Gibt es Unterschiede zwischen mobilen Käufen und Desktop-Käufen? Auch Warenkorbwert, Sortiment und Anteil an Stamm- oder Neukund:innen helfen bei der Einordnung. So lässt sich besser beurteilen, ob eine Zahlart wirklich gebraucht wird oder nur theoretisch interessant erscheint.

Was Zahlungsverfahren kosten können

Beim Payment geht es nicht nur um die Transaktionsgebühren (direkte Kosten). Betrachtet werden müssen auch die Kosten durch verbundene Prozesse. Diese können mehrere Bestandteile umfassen, unter anderem:

- Transaktionsgebühren inkl. Grundgebühren und Payment-Service-Provider-Kosten (direkte Kosten)
- Kosten des Risikomanagements
- Kosten durch Leistungsstörungen oder Zahlungsausfälle
- Kosten durch verzögerte Zahlungseingänge
- Kosten des Debitoren-/Forderungsmanagements
- Kosten durch Retouren

Ein Verfahren mit niedrigen direkten Kosten ist daher nicht automatisch günstig. Wenn hohe Prozesskosten durch viele manuelle Nacharbeiten, Zahlungsausfälle oder Rückbuchungen entstehen, können die Gesamtkosten steigen. Umgekehrt kann ein Verfahren mit höheren direkten Gebühren wirtschaftlich sinnvoll sein, wenn es häufig genutzt wird, Kaufabbrüche reduziert oder interne Prozesse vereinfacht.

Händler:innen sollten deshalb nicht nur fragen: „Was kostet die einzelne Zahlung?“, sondern auch: „Was kostet ein erfolgreich abgeschlossener und sauber abgewickelter Kauf?“.

Vor- und Nachteile einzelner Zahlarten

Die folgende Übersicht hilft bei der ersten Einordnung. Sie ersetzt keinen Vergleich konkreter Anbieter, zeigt aber typische Abwägungen.

- PayPal
Vorteile: hohe Bekanntheit, vertrautes Verfahren für viele Kund:innen; schneller Check-out, auch mobil

Gefördert durch:





Zu beachten: häufig höhere Transaktionskosten

- Kauf auf Rechnung
Vorteile: beliebt, weil Kund:innen erst nach Erhalt der Ware zahlen; vertrauensbildend, besonders bei Erstkäufen
Zu beachten: ohne Absicherung Risiko von Nichtzahlung; möglicher Aufwand durch Mahnung und Forderungsmanagement
- Kreditkarte
Vorteile: weit verbreitet, international einsetzbar; etablierte technische Standards
Zu beachten: Gebühren meist umsatzabhängig; Rückbuchungen (Chargebacks) möglich
- Lastschrift
Vorteile: bequem bei wiederkehrenden Zahlungen; meist sehr geringe direkte Kosten
Zu beachten: Rücklastschriften möglich; Risikoprüfung und saubere Prozesse wichtig
- Wallets
Vorteile: sehr bequem auf mobilen Endgeräten; schneller Bezahlvorgang; häufig einfache Freigabe per Biometrie
Zu beachten: Relevanz hängt stark von Zielgruppe und mobiler Nutzung ab
- Ratenkauf oder Finanzierung
Vorteile: besonders bei höheren Warenkörben relevant
Zu beachten: nicht für jedes Sortiment sinnvoll; rechtliche Informationspflichten beachten
- Wero
Vorteile: mit dem Bankkonto des Kund:innen verknüpft, wirkt aus Händlersicht wie Vorkasse
Zu beachten: kundenseitig noch nicht häufig genutzt

Umsetzung im Shop

Vor der Einbindung neuer Zahlarten sollten Händler:innen einige Punkte prüfen:

Gefördert durch:





- Kundenakzeptanz: Welche Zahlarten werden von der eigenen Kundschaft erwartet? Welche Verfahren passen zu Warenkorbwert, Sortiment und Retourenquote? (Kundenakzeptanz)
- Kosten: Welche direkten und indirekten Kosten entstehen?
- Risiko: Wie sicher erhält der Shop sein Geld?

Die meisten Onlineshops nutzen für die technische Umsetzung einen Payment Service Provider (PSP). Ein PSP bündelt mehrere Zahlungsverfahren über eine Schnittstelle. Er kann bei vor- und nachgelagerten Prozessen wie Abrechnung, Rückerstattungen, Reporting, aber auch Risiko- und Betrugsprüfungen unterstützen.

Wichtig ist dabei: Nicht jede Zahlart muss allen Kund:innen in jeder Situation angezeigt werden. Je nach System und Anbieter können Zahlarten zum Beispiel abhängig von Warenkorbwert, Lieferland, Kundengruppe oder Risikoprüfung gesteuert werden. Das kann helfen, Kundenkomfort und Zahlungssicherheit für Händler:innen besser auszubalancieren.

Trotzdem bleibt die Auswahl der Zahlarten eine strategische Entscheidung. Händler:innen sollten nicht nur prüfen, was technisch möglich ist, sondern was zur eigenen Kundschaft, zum Geschäftsmodell und zu den internen Abläufen passt.

Auch die Darstellung im Check-out ist wichtig:

- Zahlarten klar und verständlich benennen
- Zusatzkosten oder Einschränkungen frühzeitig anzeigen
- Mobile Nutzung testen
- Unnötige Schritte vermeiden

Fazit

Der Zahlartenmix beeinflusst Vertrauen, Komfort und Kaufabschluss im Onlineshop. Gleichzeitig unterscheiden sich Zahlungsverfahren bei Kosten, Zahlungssicherheit und Aufwand in der Abwicklung.

Für Händler:innen gibt es deshalb nicht die eine beste Zahlart. Wichtig ist eine passende Auswahl. Sie sollte zur Kundschaft, zum Sortiment, zum Warenkorbwert und zu den eigenen Prozessen passen. Payment ist damit mehr als eine technische Funktion. Es ist ein wichtiger Teil des Einkaufserlebnisses und sollte regelmäßig überprüft werden.

Gefördert durch:

