

Der Geschäftserfolg eines eShops steht und fällt mit einer erfolgreichen Zahlungsabwicklung. Das Ziel muss ein optimierter Kompromiss zwischen erfüllten Kundenwünschen, minimiertem Zahlungsausfallrisiko und Konformität zur Rechtslage sein.

Zum eCommerce gibt es eine Fülle von Untersuchungen, die teilweise scheinbar widersprüchlich, richtig interpretiert sein wollen. Viele der hier verwendeten Zahlen stammen aus den Online-Umfragen des Instituts für Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung der Universität Karlsruhe (TH) IZH1 und IZV6.

Kundenwünsche und -rechte

Kundengerecht (software-ergonomisch) ist es, wenn die Kunden sich beim Zahlvorgang nicht umgewöhnen müssen. Die Zahlungsmethode soll

- benutzerfreundlich (66%),
- weit verbreitet (55%),
- mit geringem Aufwand bei Abwicklung und Installation verbunden sein (40%) und
- geringe Transaktionsgebühren haben (27%).

Ist die Methode vom Bezahlen in herkömmlichen Läden her bekannt (26%) und kann die Ware vor dem Bezahlen geprüft werden (29%) sind die wesentlichen Anforderungen der Kunden klar erfüllt.

Dies spiegelt sich auch in den Gründen gegen Online-Käufe wieder:

- Ware nicht sehen oder prüfen (54%),
- genügend Angebote in realen Geschäften (35%),
- Angst vor Missbrauch der persönlichen Daten (29%),
- fehlende Beratung und Service (28%) und
- schwierige Reklamationen (25%).

Kunden sehen keinen Grund das Zahlungsverfahren im Internet zu wechseln, wenn sie eines kennen und diesem Verfahren als sicher vertrauen. Kunden zahlen außerhalb des Internets fast immer abhängig von der Höhe des Betrages und der Zahlungsgewohnheit:

- Bargeld (79%),
- Überweisung (79%),
- EC-Karte mit PIN oder Unterschrift (62%-59%),

- Lastschrift (53%),
- Kreditkarte (35%),
- Nachnahme (15%).

Für das Internet scheiden Bargeld und EC-Karte nachvollziehbar aus. Die Einschätzung der **wichtigsten Zahlungsarten aus Kundensicht** im Internet überraschen daher nicht:

- Lastschrift (70%),
- Rechnung in Kombination mit Online-Überweisung (68%),
- Nachnahme (60%),
- Online-Lastschrift (53%),
- Kreditkarte (49%) und
- gegen Vorkasse (44%).

Auch führt die Zahlungsart leicht mal zum Anbieterwechsel, wenn die Konkurrenz beliebtere Möglichkeiten anbietet. Schließlich kann die Ware nicht geprüft werden und die Reklamation ist nach der Zahlung schwieriger.

Die **Nachnahme** wird wegen der zusätzlichen Gebühren oft nur im etwas gehobenen Preisbereich akzeptiert.

Die **Bezahlung per Kreditkarte** wird kritisch gesehen, weil

- die Rückzahlung falsch abgebuchter Beträge eher langsam (39%),
- die Budgetkontrolle eher schwierig (32%),
- das Verfahren eher unsicher (30%),
- der Datenschutz eher nicht gewährleistet (28%) und
- die Gebühren eher hoch sind (15%).

Neue Online-Abrechnungsmethoden sind nicht sonderlich bekannt und auch wegen des zu großen Aufwandes bei der (Erst-)Nutzung nicht beliebt. Nach anderen Befragungen befürchten Kunden

- Betrug im Internet (70%)

und wöhnen gleich nach der Eingabe

- ihre Kreditkartennummer in den Händen von Hackern (61%).

Können die Kunden es sich aussuchen, sind nach wie vor der

- Kauf auf Rechnung (40%) und
- Lastschrift (31%)

die **beliebtesten Zahlungsarten**. Die Lieferung gegen Rechnung ermöglicht die Kontrolle der Ware und gibt den Kunden Sicherheit gegen windige Geschäftemacher.

Der **Verbraucherschutz ist stark in Deutschland** und Kunden müssen in den AGBs über folgende Rechte informiert werden:

- Es gibt ein mindestens 14 Tage Widerruf und Rückgaberecht (§ 312d BGB).
- Die Rückerstattung gezahlter Beträge muss innerhalb von 30 Tagen erfolgen.
- Die Rücksendekosten dürfen Kunden nur bei Bestellungen unter 40,-€ auferlegt werden.
- Ein Wertersatz (Entschädigung) darf für den Gebrauch des Gegenstandes nur bei vorherigem Hinweis (§ 357 Abs. 3 BGB) beansprucht werden.

Auch diese Rahmenbedingungen sollte man mit betrachten, wenn man die Zahlungsabwicklung festlegt.

Zahlungsmoral und Händlerprobleme

Doch wie sieht das Ganze aus Sicht der Online-Händler aus? Sie beklagen die **schlechte Zahlungsmoral** der Online-Kunden. Gerade die beliebtesten Bezahlungsarten haben auch die höchsten Zahlungsausfälle bei durchschnittlichen Quoten von

- Rechnung ca. 8% und
- Lastschrift von ca. 6% (maximal auch 10%).

Die allerhöchsten Ausfälle gibt es bei der unverschlüsselten Kreditkartenzahlung. Nachnahme und verschlüsselte Kreditkartenzahlung werden weniger kritisch gesehen. Viele Händler hoffen - offensichtlich an Kundenwünschen vorbei - mit den neuen Online-Zahlungsverfahren (Net900, i-Clear, Paybox, Paysafecard etc.) Betrug und Zahlungsausfälle in den Griff zu bekommen. **Ursache für die Zahlungsausfälle** sind vor allem

- nicht bezahlte Rechnungen,
- ungedeckte Konten bzw. mangelnde Bonität und
- falsche Kontonummern.

Seltener sind

- Annahmeverweigerung von Nachnahmesendungen,
- falsche Kreditkartennummern,
- Betrug mit fremden Kreditkartennummern,
- Scherzbestellungen und
- falsche Kontonummern eines Inkassosystems.

Bei der **Zahlung per Lastschrift** teilt der Kunde lediglich seine Kontonummer und Bankleitzahl mit. Der Online-Händler bucht dann mit Auslieferung der Ware den Rechnungsbetrag ab. Im Unterschied zu Kreditkartenzahlungen wird das Bankkonto des Kunden hier direkt belastet

(Debitzahlung). Der Kunde kann jedoch sowohl bei Lastschrift- als auch Kreditkartenzahlungen die Buchung problemlos wieder stornieren.

Diese Stornierungsfrist kann nach einer **Gesetzesänderung** jetzt fast 5 Monate lang werden, da der Kunde bis zu sechs Wochen nach Quartalsende das Recht hat, dem Lastschrifteinzug bei seiner Bank zu widersprechen.

Dann bleibt der Händler bei Beanstandungen in jedem Fall auf den **Gebühren** (ca. 8,50 €) der Banken sitzen. Es kommt also vor, dass der Rechnungsbetrag entweder erst gar nicht abgebucht werden kann oder vom Kunden wieder zurückgebucht wird. Zumeist hat die Ware dann jedoch das Lager schon längst verlassen.

Die Minimierung von Zahlungsausfällen hat für über 85% der Online-Händler **höchste Priorität**.

- Ein Drittel der Online-Händler stuft die Zahlungsausfallquote mit unter 1% auf niedrig ein.
- Die meisten leben derzeit mit einer Quote von bis zu 5%.
- Etwa ein Zehntel beklagt eine Quote von 5-10% mit nur seltenen noch höheren Werten.

Andere Untersuchungen stellen fest, dass **88% der Deutschen ihre Einkäufe korrekt** bezahlen, wobei beispielsweise in einem großstädtischen Gebiet wie Berlin die Zahlungsmoral mit 81% im bundesweiten Vergleich am geringsten ist.

Die meisten der mittelständischen und kleinen Online-Händler ermöglichen die Zahlung

- per Nachnahme (57%), gefolgt von
- der SSL-gesicherten Kreditkartenzahlung (45%),
- dem Kauf per Rechnung (44%),
- gegen Vorkasse (43%) und
- nach erfolgter Lastschrift (41%).

Bei den neuen Zahlungsmethoden führt

- Paybox (24%) vor
- Net 900 (21%) und
- Firstgate Click & Buy (11%).

Gerade von Letzteren versprechen sich viele die Lösung ihrer Probleme und planen diese ggf. einzusetzen. Das Marketing dieser Firmen hat also zumindest die Business-Kunden erreicht.

Online-Händler müssen sich im Prinzip den gleichen Herausforderungen stellen wie der **klassische Versandhandel**. Doch während der Versandhandel diese durch sein gezieltes Risikomanagement meistert, flüchten

sich gerade kleinere Online-Händler häufig in die für sie sichere, aber sehr kundenunfreundliche Zahlung gegen Vorkasse, was die Erfolgchancen im Internet-Handel ganz erheblich schmälert.

Risikomanagement

Was machen die großen, klassischen Versandhäuser? **Bonitätsprüfungen** bei den größeren Wirtschaftsauskunftsdiensten (liegen Mahnverfahren oder Insolvenzanträge vor) wie etwa Schufa oder Creditreform sind teuer und lohnen sich - wenn überhaupt – erst bei Bestellungen oberhalb von 50,- €. Eine Bonitätsanfrage läuft bereits **ins Leere**, wenn sich die Vornamen nicht gleichen, obwohl der Nachname und die Anschrift gleich sind. Außerdem liegen nicht zu jeder Person Bonitätsdaten vor.

Als deutlich besser und völlig ausreichend haben sich so genannte **Scoring-Verfahren** erwiesen, bei denen die Kunden in Risikoklassen eingestuft und bewertet werden. Informationen zum Wohnumfeld, zur Wohnlage sowie der wahrscheinlichen Kreditwürdigkeit helfen dabei, das Risiko von Zahlungsausfällen, Rückbuchungen und den damit verbundenen Gebühren zu verringern.

Deutlich über 90% der Online-Verkäufe verlaufen erfolgreich. Betrügerische Handlungen sind selten. Möglicherweise verleitet aber die **Anonymität des Internets** manche Kunden zu Bestellungen, obwohl sie nicht über eine hinreichende Bonität verfügen. Dieses kann manchen Kunden zum Bestellzeitpunkt auch nicht wirklich bewusst sein, weshalb in der Folge problematische Kompensationshandlungen entstehen. Ist die Bonität bekannt, lassen sich die Zahlungsausfälle mit hoher Wahrscheinlichkeit reduzieren, weil die Zahlungsabwicklung entsprechend angepasst werden kann.

Über **85% der Online-Händler** wollen dringend Zahlungsausfälle minimieren. Sie müssen teilweise viel zu lange auf ihr Geld warten, wenn sie es überhaupt bekommen. **Mögliche Ursache:**

- Bundesweit sind 2,6 Millionen Privathaushalte (ca. 8%) überschuldet.
- Weitere 5 Millionen Haushalte (ca. 14%) stehen an der Grenze zur Überschuldung und
- 11 Millionen Haushalte (ca. 33%) haben Kredite im Durchschnitt von 9.000,-€ aufgenommen.
- Etwa 80 % der Schuldner haben bei Zahlungsunfähigkeit drei oder mehr Gläubiger.

Scoring-Verfahren berücksichtigen u. a., dass das **Wohnumfeld** eindeu-

tige Rückschlüsse auf die Zahlungsmoral zulässt: Je mehr Haushalte in einem Haus wohnen, desto höher ist auch die Wahrscheinlichkeit eines Zahlungsausfalls. Bei ein bis zwei Familien beträgt sie gerade mal 4% und steigt proportional bis auf 9% bei über 20 Familien an.

Anders als Vorurteile erwarten lassen, unterscheiden sich die **alten und neuen Bundesländer** mit günstiger Zahlungsmoral nur unwesentlich (89% West und 87% Ost). In **Großstädten** wird allerdings eine Tendenz zu höheren Risiken festgestellt (z. B. Berlin nur 81%). Überraschend ist, dass zwar **Männer** mit 73% sehr viel häufiger online als **Frauen** (27,1%) einkaufen, der weibliche Anteil beim Zahlungsausfall aber 41% beträgt.

Solche und andere so genannte **harte und weiche Negativmerkmale** (Mahnverfahren, Insolvenzanträge wie Alters- und Familienstruktur usw.) des Verbandes der Vereine Creditreform e.V., fließen in den Risikoindex der Deutschen Post Adress mit ihrem Kooperationspartner der Firma microm ein. Insgesamt werden weit über eine Milliarde an Einzelinformationen berücksichtigt, die selbstverständlich alle anonymisiert und entsprechend den **Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes** bearbeitet werden.

Der Risikoindex beschreibt die **statistische Wahrscheinlichkeit von Zahlungsausfällen** für alle 17,3 Millionen Häuser in der Bundesrepublik. Um den Risikoindex zu ermitteln, werden mehrere Häuser innerhalb eines Straßenabschnitts zu Segmenten zusammengefasst. Zu einem Segment gehören mindestens fünf, durchschnittlich acht Haushalte.

Alle Häuser sind in 9 Risikoklassen unterteilt, die jeweils etwa 11% der Bevölkerung entsprechen. Je höher die Klasse, um so höher das Risiko eines Zahlungsausfalls. Diese Risikoklassen können dann **zur Festlegung der Zahlungsart** genutzt werden:

- Risikoklasse 1-6: per Rechnung und
- 7-9: per Nachnahme (oder abschreckend auch Vorauszahlung).

Kunden wünschen entweder die Zahlung auf Rechnung, die sie dann zumeist per Online-Überweisung begleichen oder eine Abbuchung per Lastschrift. Sie akzeptieren ggf. eine Bezahlung per Nachnahme. Es liegt also nahe, den Kunden grundsätzlich die Wahl zu überlassen und nur eine Beschränkung vorzunehmen, wenn die Bonität aufgrund der Risikoklasse nicht ausreichend erscheint.

Nach dem Bundesdatenschutzgesetz darf die Lieferung der Ware allein aufgrund des Risikoindex nicht verweigert werden, aber es ist ja auch ausreichend, die Zahlungsweise für die jeweiligen Kunden an die Risikoklasse anzupassen. In einigen Fällen ist dann einfach nur die Zahlung per Nachnahme möglich.

Gerade bei einer Online-Abfrage der Daten gibt es hier sogar **Vorteile gegenüber dem klassischen Versandhandel**, denn Fehleingaben können

ggf. direkt durch die Kunden korrigiert werden. Zusammen mit der Vermeidung fehlerhafter Kontonummern oder Bankleitzahlen beim Lastschriftverfahren beispielsweise durch unabsichtliche Zahlendreher ist dies die kundenfreundlichste Vorgehensweise, die zugleich das **geringste Zahlungsausfallrisiko** hat.

Lassen Sie sich dabei unterstützen, die **Zahlungsarten risikoorientiert zu steuern**.