

Zahlungsverfahren im E-Commerce

Wenn man über Internet oder Handy Waren oder Dienstleistungen bestellt und kauft, dann will man sie auch über diesen Weg bezahlen. Neben den **traditionellen Zahlungsverfahren** wie Vorkasse oder Lastschrift, die auch im Online-Handel Verwendung finden, stehen eine Reihe von elektronischen Zahlungsverfahren zur Verfügung (**Electronic Payment, E-Payment**), die über Internet oder Handy (**Mobile Payment, M-Payment**) abgewickelt werden. Unter <http://www.zahlungsverkehrsfragen.de> findet man eine Zusammenstellung von Informationen zu allen Arten von Zahlungssystemen (Zahlungsverkehr Inland und Ausland, Kontoführung, Elektronischer Zahlungsverkehr, Kartenzahlung). Eine Zusammenstellung von aktuellen Erkenntnissen über elektronische Zahlungsverfahren findet man unter http://www.ecc-handel.de/zahlungsverfahren_und_zahlungssysteme.php.

Zahlungsverfahren im Überblick

Wie aktuelle Untersuchungen zeigen, dominieren im E-Commerce derzeit noch die traditionellen Zahlungsverfahren Vorkasse, Rechnung, Lastschrift und Kreditkarte (siehe http://www.ecc-handel.de/der_internet-zahlungsverkehr_aus_sicht_der_3746101.php):

Zahlungsverfahren	Arithmetischer Mittelwert	n
Vorkasse	43,5	349
Rechnung (Zahlung nach Erhalt der Ware)	41,9	225
Lastschrift	24,6	182
Kreditkarte	22,8	166
Paypal	18,4	180
Clickandbuy (Firstgate)	16,3	20
Nachnahme	14,0	235
Finanz-/Ratenkauf	5,4	26
Giropay	4,9	28

- **Vorkasse:** Hier wird der Onlinekunde aufgefordert, den Betrag auf das Konto des Onlinehändlers einzubezahlen. Nachdem die Zahlung eingegangen ist, wird die Ware geliefert.
- **Rechnung:** Hier erhält der Kunde zusammen mit der Warenlieferung die Rechnung, den Betrag soll er dann anschließend auf das Konto des Onlinehändlers überweisen. Dieses Zahlungsverfahren setzt natürlich voraus, dass der Onlinehändler dem Kunden vertraut, was beispielsweise bei bereits bestehenden Kundenbeziehungen der Fall sein kann oder im B2B-Commerce, also bei Handelsbeziehungen zwischen Unternehmen.
- **Lastschrift:** Hier ermächtigt der Kunde (per Einzugsermächtigung) den Online-Händler, den Rechnungsbetrag vom Konto des Kunden einzuziehen. Erst nach erfolgreichem Einzug wird die Ware geliefert.
- **Kreditkarte:** Hier gibt der Kunde in ein Formular seine Kreditkartendaten ein. Der Onlinehändler zieht dann über die Kreditkartenorganisation das Geld ein. Die Ware geliefert, wenn der Einzug erfolgreich war (siehe http://www.ecc-handel.de/mit_kreditkartenakzeptanz_zahlungsausfaelle.php).
- **Nachnahme:** Dieses Zahlungsverfahren deshalb wenig benutzt, weil es mit relativ hohen Kosten verbunden ist. Der Kunde bezahlt bei dem Zusteller der Ware, also den Postboten oder dem Logistikunternehmen (<http://de.wikipedia.org/wiki/Nachnahme>).
- **Finanz-/Ratenkauf:** Auch diese Methode ist mit hohen Kosten verbunden. Die Basis ist letztlich ein Ratenkreditvertrag zwischen dem Kunden und dem Online-Händler bzw. dessen Kreditinstitut.
- **PayPal:** PayPal wird angeboten von einer Tochtergesellschaft des US-Unternehmens eBay. Dieses **Micropayment-System** (es eignet sich auch für die Abwicklung von kleinen Beträgen) hat mittlerweile nach Angaben von eBay über 210 Millionen Mitgliedskonten in 190 Nationen. Um dieses System nutzen zu können, müssen sich Kunde und Onlinehändler zunächst bei PayPal

(<https://www.paypal.com>) mit ihren persönlichen Daten und Bankdaten registrieren. Damit öffnet man ein PayPal-Konto. Von diesem Konto aus kann man Geld an einen Zahlungsempfänger senden; das Konto muss aber zunächst per normaler Banküberweisung aufgefüllt („aufgeladen“) werden. Per Kreditkarte oder per Lastschrift-Einzugsermächtigung an PayPal wird direkt beim Zahlungsvorgang im Online-Shop das Bankkonto des Kunden belastet. PayPal kann auch über ein webfähiges Mobiltelefon verwendet werden.

Vorteil dieser Zahlungs-Methode ist, dass ein Missbrauch von Kontodaten des Kunden durch den Onlinehändler ausgeschlossen ist; die Daten des Kunden bleiben dem Empfänger verborgen. Das Forderungsmanagement in Deutschland übernimmt die Hamburger Kanzlei ksp-Rechtsanwälte (<http://www.ksp.de>). Der Empfang von Zahlungen kostet allerdings Gebühren; die aktuellen Gebühren betragen im Inlands-Zahlungsverkehr 1,9% des Rechnungsbetrages + 0,35 EUR/Zahlung.

- **Clickandbuy:** Bei ClickandBuy (<http://www.clickandbuy.com>) wird zunächst ein Kundenkonto mit Bankverbindung oder Kreditkartendaten des Kunden eingerichtet. Das Konto kann mit einem Guthaben aufgeladen werden oder der Betrag wird beim Bezahl-Vorgang über die angegebene Konto-Verbindung oder die Kreditkarte abgebucht und dem Online-Händler gutgeschrieben. Der Kunde braucht im Onlineshop eines Händlers (z.B. Apple iTunes Store, T-Online Musicload, Steam, bwin oder Test.de), der mit ClickandBuy zusammenarbeitet, nur seinen Benutzernamen und sein Passwort angeben. Die Daten seines Bankkontos oder seiner Kreditkarte bleiben für den Online-Händler verborgen. Gebühren fallen in bestimmten Fällen an (z.B. bei Geldeinzug über Kreditkarte; eine Gebührentabelle findet man unter http://www.clickandbuy.com/DE_de/agb.html). Insgesamt unterstützen nach Firmenangaben mehr als 14.000 Anbieter diese Zahlungsart.
- **Giropay:** giropay (<http://www.giropay.de>) wurde von der Postbank, den Sparkassen und den Genossenschaftsbanken gemeinsam entwickelt. Es basiert auf dem Prinzip des Online-Bankings; die Bezahlung erfolgt direkt vom Girokonto des Kunden. Beim Bezahl-Vorgang nennt der Kunde eines Onlineshops zunächst die Bank, bei der er ein Girokonto führt. Daraufhin wird die Verbindung zum Online-Shop unterbrochen und der Kunde wird zur Login-Seite seines Online-Bankings weitergeleitet, wo er sich mit seinen bekannten Zugangsdaten einwählt. Nach erfolgreichem Login wird dem Kunden eine mit allen Daten vollständig ausgefüllte Online-Überweisung präsentiert, die nicht mehr veränderbar ist. Nach der Eingabe einer TAN wird der Kunde zurück zum Online-Shop geleitet. Nach der erfolgreichen giropay-Überweisung erhält der Zahlungsempfänger direkt eine Zahlungsgarantie von der Bank des Käufers über den Warenwert. Die Nutzung von giropay ist für Käufer grundsätzlich kostenlos. Das Zahlungsausfallrisiko entfällt. Online-Händler müssen allerdings dieses Bezahlsystem - evtl. über gebührenpflichtige „Acquirer“ (<http://www.giropay.de/index.php?id=171>) - in ihren Shop integrieren.

Daneben gibt es noch zahlreiche weitere Systeme, die allerdings (noch) nicht in der Breite akzeptiert werden; aktuelle Berichte darüber findet man unter <http://www.ecin.de/zahlungssysteme>.

Akzeptanz der Verfahren

Dass die ePayment-Verfahren (noch) so wenig akzeptiert werden, dürfte vor allem daran liegen, dass elektronische Zahlungsverfahren als **zu aufwändig und kompliziert** angesehen werden. Dies wiederum liegt nach einer Studie der Postbank zum elektronischen Zahlungsverkehr der Online-Händler aus dem Jahr 2003 (http://www.postbank.de/-snm-0184304698-1274847748-01c6800002-0000000588-1274858334-enm-csfiles/fk_ecommerce_studie2003.pdf) daran, dass sehr viele unterschiedliche Online-Zahlungsverfahren existieren, immer wieder neue entstehen und immer wieder Systeme eingestellt werden. Für Kunden von Online-Shops stellt sich durch die Vielzahl kein Lerneffekt beim Online-Einkauf ein. Unterschiedliche Bezahlsysteme erfordern immer neue Bedienung, andere Sicherheitsvorkehrungen oder sich ständig wiederholende Eingaben von Registrierungsdaten. Dies wiederum schlägt auch auf die Händler zurück, die dann auch vorwiegend auf die traditionellen Zahlungsverfahren setzen.

Andererseits sind aber Kauf auf Rechnung und Lastschrift für den Verkäufer am **riskantesten**, wie eine Untersuchung der Pago eTransaction Services (<http://www.pago.de>) vom September 2002 gezeigt hat, bei der insgesamt 15 Millionen Transaktionen verschiedener Online-Shops unter die Lupe genommen wurden. Die durchschnittliche Schlechtrate (der Prozentsatz der Käufer, die bereits eine zweite Mahnung erhalten haben) beträgt beim Rechnungskauf 5,9 und bei Lastschrift sogar 6,4 Prozent. Im Vergleich dazu zeigt sich die Kreditkarte mit 0,4 Prozent noch als höchst zuverlässiges Zahlungsmittel.

Zukunftsoption Mobile Payment

Mit dem Aufstieg des Mobile Commerce, also dem Handel über Mobilfunk-Geräte, kommt der Wunsch auf, auch über solche Geräte bezahlen zu können. Mittlerweile steht eine Reihe von Verfahren zur Verfügung, mit einem Mobiltelefon, Smartphone oder einem ähnlichen Gerät - ohne zusätzliche Hilfsmittel - bezahlen zu können; ein kostenloses Whitepaper informiert über die gängigsten Methoden (http://www.juniperresearch.com/shop/products/whitepaper/pdf/JRL%20-%20M_PD10%20-%20Whitepaper%20-%20sec.pdf). Der globale Mobile-Payment-Markt soll nach dieser Studie bis Ende des Jahres 2010 auf 1,65 Milliarden US-Dollar anwachsen, für 2014 wird die Überschreitung der 2,5 Milliarden US-Dollar-Marke erwartet.

Insgesamt sechs Möglichkeiten werden vorgestellt:

- Bezahlen über die **eigene Telefonrechnung** (D2B, "Direct-to-Bill"). Dieses Verfahren ist einfach und sicher, aber normalerweise mit Gebühren verbunden.
- Die **Premium Rate SMS** ist eine SMS mit einem übertariflichen Preis, der die Rechnungssumme beinhaltet.
- Über eine **mobile Internetseite** wird auf einen gängigen Payment-Anbieter (wie beispielsweise PayPal; siehe oben) zugegriffen, der dann die Abwicklung übernimmt.
- Per **SMS** (die aber nicht über die Telefonrechnung abgerechnet wird) erhält der Händler einen Code übermittelt, der den Zugriff auf ein zuvor eingerichtetes mobiles Guthabenkonto bei einem Zahlungssystem-Anbieter ermöglicht.
- **P2P-Payment**, also mobile Überweisungen (über entsprechende Online-Banking-Dienste) von Privaten an Private.
- Durch das Herunterladen **mobiler Apps** kann direkt über die Kreditkarte gezahlt werden.

Insbesondere das Bezahlen über Apps dürfte interessante Perspektiven bieten; dies hat auch PayPal erkannt und hat App-Entwicklern über die Entwicklerplattform PayPalX (<https://www.x.com>) seine im Herbst letzten Jahres angekündigte "Mobile Payments Library" zur Verfügung gestellt. Mittels dieser Bibliothek können iPhone/iPad-App-Entwickler nun Bezahlungsmöglichkeiten direkt in ihre Shops einbauen und ihren Kunden die Eingabe von Zahlungsinformationen und ähnlichem ersparen. Die Abwicklung läuft dann vollständig über PayPal ab - ohne das App verlassen zu müssen.

CEBIS hilft weiter

Unternehmen, die Informations- und Beratungsbedarf zu Chancen, aber auch Risiken von IT und Internet haben, können sich an CEBIS wenden. In Veranstaltungen und an Beratertagen können Unternehmen Hilfestellung durch kompetente Berater erhalten. Informieren Sie sich auf der CEBIS-Website über die entsprechenden Termine und melden Sie sich möglichst frühzeitig an.

Quelle und Copyright: Internetauftritt des Landkreises Neu-Ulm, <http://www.landkreis.neu-ulm.de>

Tipp des Monats Juni 2010