



Ratenkauf – Der Garant für hohe Warenkörbe

Der Kauf auf Raten ist für viele Kund:innen eine bequeme Möglichkeit, größere Anschaffungen vorzunehmen. Viele Online-Shopper bevorzugen es, über einen Zeitraum von 3 bis 24 Monaten regelmäßig einen kleinen Betrag zu bezahlen, als den gesamten Kaufpreis auf einen Schlag zu begleichen. Für Händler ist der Ratenkauf vor allem interessant, weil er zu deutlich höheren Warenkörben führt. Durch flexible Zinsen und Laufzeiten kann die Ratenzahlung außerdem als Marketing-Instrument eingesetzt werden.

unzer
euer payment



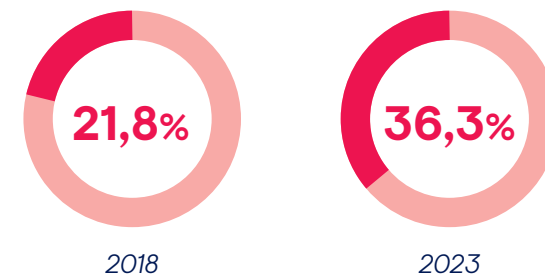
Der Ratenkauf hat seinen **Umsatzanteil** im E-Commerce von 2023 auf 2024 **verdoppelt.**¹

Ratenzahlung – Flexibel und voll im Trend

Wie auch Händler, behalten Kund:innen gerne die Hoheit über ihre finanziellen Möglichkeiten, und bezahlen dann, wenn es für sie am bequemsten ist. Insbesondere bei größeren Anschaffungen, also bei Warenkörben über 500 Euro, wird die Ratenzahlung gerne genutzt. Laut TeamBank- Liquiditätsbarometer 2023 haben 50 % der Bundesbürger:innen

schon einmal einen Ratenkauf getätigt. Dabei sind Transparenz, Flexibilität, Einfachheit und Schnelligkeit den Online-Shoppern am wichtigsten. Je nach Höhe des zu finanzierenden Betrags kann die Laufzeit individuell bestimmt, und so z.B. Engpässe bis zum nächsten Urlaubs- oder Weihnachtsgeld unkompliziert überbrückt werden.

Verbreitung Ratenkauf, Finanzierung in den Top 1.000 Onlineshops:



(EHI-Studien: "Online-Payment 2020" & „Online-Payment 2024“)

¹ Quelle: EHI-Studie: „Online-Payment 2024“ (April 2024)

² Quelle: TeamBank-Studie „Liquiditätsbarometer 2023“ (Juni 2023)



433,49 €

Der durchschnittliche Warenkorbwert ist bei der Zahlungsart Ratenkauf/Finanzierung mit Zahlungsgarantie am höchsten im Vergleich zu allen anderen Zahlungsarten (Kreditkarte, PayPal, Rechnungskauf etc.).

(EHI-Studie: „Online-Payment 2024“, April 2024)

Die Ratenzahlung eignet sich besonders für Händler, die höherpreisige Waren im Angebot haben, und von Kund:innen als größere Investition verstanden werden, wie z.B. Möbel, Sportgeräte oder Elektronikartikel. Laut EHI-Studie entspricht der durchschnittliche Warenkorbwert bei der Ratenzahlung mit 433,49 Euro dem 3-fachen Wert des beliebten Rechnungskaufs¹. Die Ratenzahlung steigert daher den Umsatz pro Verkaufsabschluss.

Online-Shopper brechen den Kauf häufig ab, wenn ihre favorisierte Zahlungsart nicht angeboten wird. „Buy now, pay later“-Optionen wie Ratenkauf und Rechnungskauf, die mehr Flexibilität beim Bezahlen bieten, sind damit essenziell für eine gute Conversion – gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Während der Rechnungskauf weit verbreitet ist, bietet allerdings nur etwa jeder 3. Online-Shop eine Finanzierungsmöglichkeit an. 14 % der befragten Händler in der EHI-Studie „Online-Payment 2024“ planen die Einführung des Ratenkaufs bis 2025¹. Marktanalysten sagen für die kommenden Jahre einen kontinuierlich wachsenden Umsatzanteil der BNPL-Bezahloption voraus.

Die Anbindung der Ratenzahlung führt zu einer Steigerung der Conversion Rate, der Warenkorbhöhe und des Umsatzes.

¹ Quelle: EHI-Studie: „Online-Payment 2024“ (April 2024)





Ratenzahlung – Das unbekannte Marketing-Tool

Geschickt eingesetzt, kann die Ratenzahlung als zusätzliches Instrument im Marketing-Mix genutzt werden: Zum einen kann die Zahlungsart selbst zu Spontankäufen oder der teureren Alternative animieren (zum Beispiel durch Bewerbung im Webshop auf Produktebene), zum anderen können die zu zahlenden Zinsen selbst als Werbebotschaft (z.B. 0 % Finanzierung) und somit Verkaufstreiber eingesetzt werden. Bei der Angebotskommunikation besteht jedoch Nachholbedarf: Rund ein Viertel der befragten Händler einer ECC-Köln-Studie gaben an, ihre Kund:innen nicht explizit auf die verfügbare „Buy now, pay later“-Option hinzuweisen¹.

Bei flexiblen, abgesicherten Ratenkauf-Lösungen – angeboten durch einen Payment Service Provider – bestimmt der Händler die Zinshöhe für seinen Kundenstamm selbst. Dadurch kann das Kundenverhalten analysiert, Kundenpräferenzen getestet und passend zu den durchschnittlichen Kaufpreisen festgelegt

werden – innerhalb der marktüblichen Rahmenbedingungen und gesetzlichen Bestimmungen.

Aufgrund der langen Laufzeiten und Zahlungszielen empfiehlt es sich, die Zahlung selbst in die Customer Journey zu integrieren. Mit einer gesicherten Whitelabel-Lösung inklusive Mahnwesen im Design des Händlers, verlängert der Ratenkauf automatisch die Kundenbeziehung mit jeder Abbuchung. Die Vorankündigungen zum Lastschrift-Einzug oder die Zahlungserinnerung für die nächste Rate, im Look & Feel des Händlers, kann als regelmäßiger Touchpoint zur Stärkung der Kundenbeziehung genutzt werden.

Durch Whitelabel-Lösungen bleibt der Zahlungsdienstleister im Hintergrund, während die Händlermarke gestärkt wird. Die Integration erfolgt unkompliziert über UI Components oder noch individueller über ein Software Development Kit oder eine REST-API.

¹ Quelle: ECC-Köln-Studie: „Fashionbranche unter Handlungsdruck: Wie Unified Commerce und Buy Now Pay Later helfen können“ (Oktober 2023)



Factoring & Zahlungsausfallschutz:

- ✓ **Forderungsübernahme**
- ✓ **Risikominimierung**

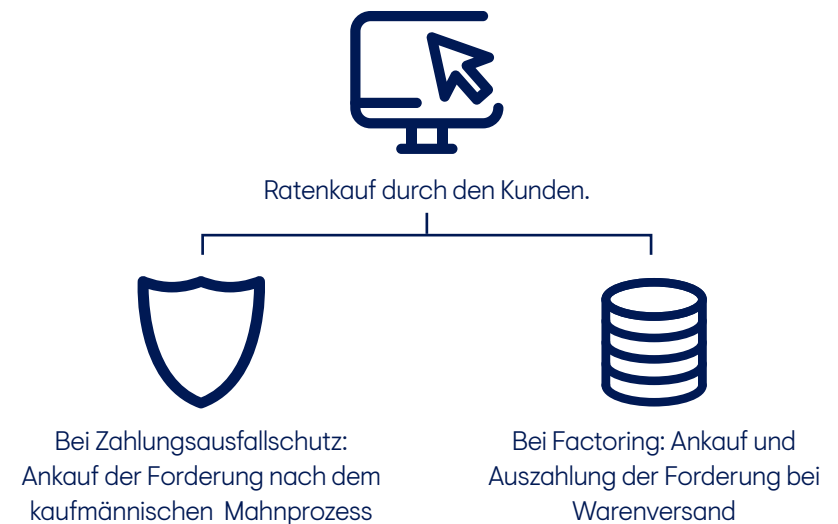
Finanzieren ohne Risiko

Bei der Ratenzahlung wird der geschuldete Kaufpreis nicht auf einmal, sondern in mehreren kleineren Teilbeträgen vom Endkunden beglichen. Je höher der Warenkorb und je länger die Laufzeit, desto größer auch das Risiko für den Händler.

Mit einem Payment Partner an der Seite, kann aber das Risiko minimiert, und sogar hohe Beträge mit langen Zahlungszielen gefahrlos akzeptiert werden.

Fällt zum Beispiel die Forderung nach dem kaufmännischen Mahnprozess aus, kauft der Payment Partner diese beim Zahlungsausfallschutz an.

Beim Factoring kommt darüber hinaus ein positiver Cashflow-Effekt dazu, da alle Forderungen mit erfolgreichem Warenversand abgekauft und sofort ausbezahlt werden – unabhängig von der gewählten Laufzeit.



Zahlungsausfallschutz

Mit dem Zahlungsausfallschutz kann sich der Online-Shop vor unbezahlten Rechnungen schützen.

Vorteile des Zahlungsausfallschutz:

- Ratenzahlung risikofrei integrieren
- Höhere Planungssicherheit
- Schutz vor Zahlungsausfällen
- Einfache Integration in den Webshop

Bei der
Ratenzahlung mit
Zahlungsausfallschutz
werden die eingenom-
menen Zinserträge
Teil des Händler-
umsatzes!

Factoring

Beim Factoring kauft der Payment Partner die Forderungen direkt bei der Entstehung an.

Vorteile des Factorings:

- Ratenzahlung ohne Risiko anbieten
- Auszahlung erfolgt sofort, unabhängig von gewählter Laufzeit des Ratenplans
- Kein Mahn- und Beitreibungsprozess mehr durch den Händler
- Höhere Cashflows, bessere Unternehmensbonität



Echtzeit-
prüfung der
Kundenbonität:

- ✓ **Bessere
Conversion**
- ✓ **Minimiertes
Risiko**

Risiko minimieren – Zahlungsmethoden dynamisch steuern

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, dem Risiko weiter entgegenzuwirken, indem die Auswahl der Zahlungsmethoden bereits im Vorfeld dynamisch gesteuert wird.

Wählt ein Käufer Ratenzahlung, findet in den meisten Online-Shops eine Bonitätsprüfung statt. Fällt diese negativ aus, muss der Käufer eine andere Zahlungsmethode nutzen. Er wird dann im Checkout-Prozess zurückgeworfen – und den Kauf wahrscheinlich abbrechen.

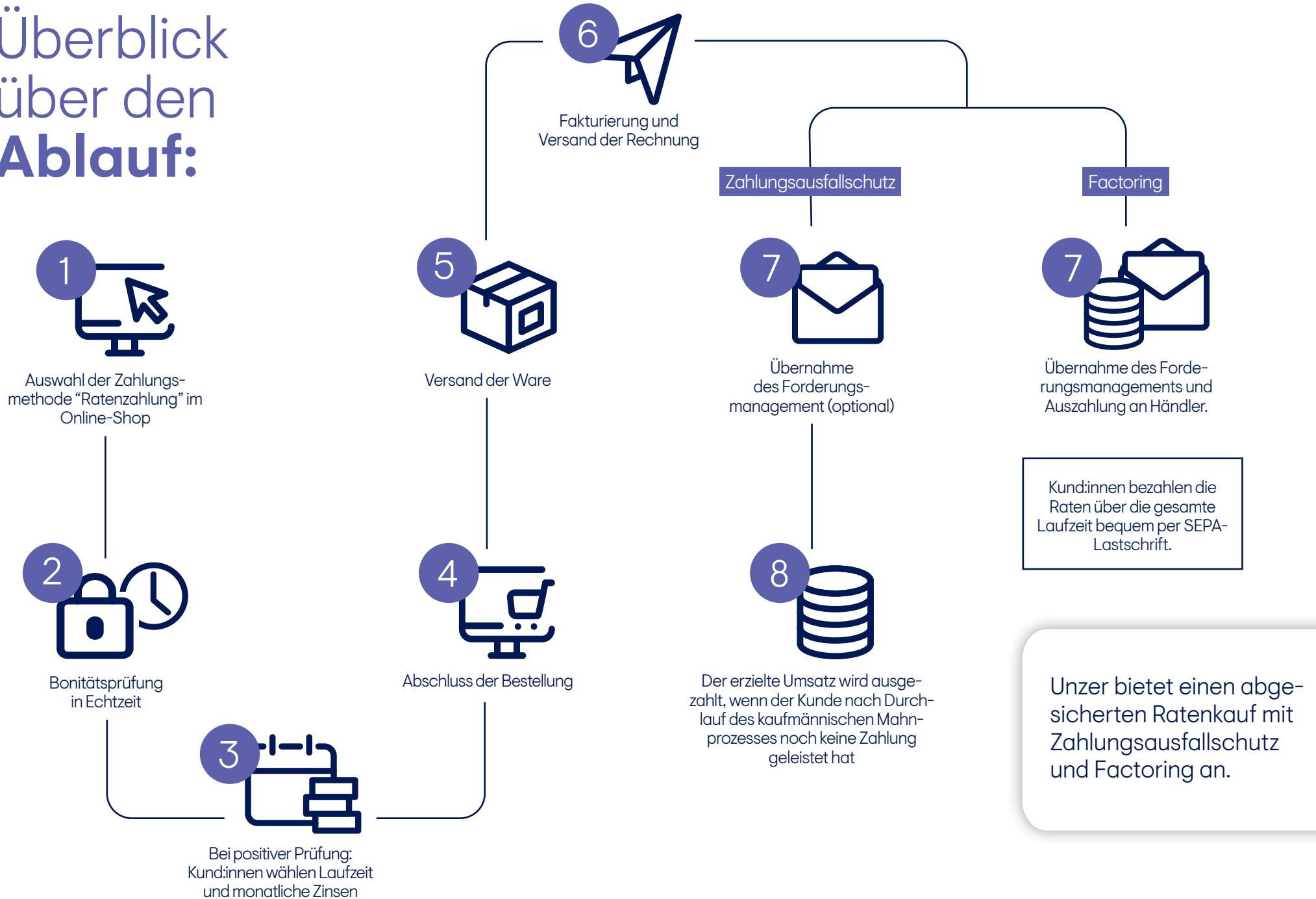
Durch den Einsatz eines Risikoma-

agements können Händler Zahlungsmethoden im E-Commerce dynamisch steuern. Die Bonität der Käufer:innen wird schon direkt im Checkout geprüft, bevor ihnen die möglichen Zahlungsmethoden angezeigt werden. Fällt diese positiv aus, können Käufer:innen aus allen verfügbaren Zahlungsmethoden wählen. Bei einem negativen Ergebnis werden ihnen nur sichere Methoden wie Vorkasse, PayPal oder Kreditkarte angezeigt. So können Händler ihre Conversion Rate steigern und gleichzeitig Risiken verringern.

Ihre Vorteile

- Bonitätsprüfung in Echtzeit während des Checkout-Prozesses
- flexible Auswahl der geeigneten Zahlungsmethoden pro Käufer:in
- Erhöhung der Conversions durch bequemen, nahtlosen Checkout

Überblick über den **Ablauf:**



So funktioniert der Ratenkauf am POS



Der Ratenkauf wird im Laden genauso schnell und papierlos abgewickelt wie online. Neben der Kassenintegration ist auch die Nutzung einer separaten App möglich.



+100 %

Zwischen 2023 und 2024 hat sich der **Umsatzanteil des Ratenkaufs im deutschen E-Commerce verdoppelt**

(EHI-Studie: „Online-Payment 2024“, April 2024)

Die Vorteile auf einen Blick:

- ✓ Hohe Warenkörbe
- ✓ Steigerung der Conversion Rate und des Umsatzes
- ✓ Flexible Laufzeiten und Zinsen für den Kunden
- ✓ Kein Post-Ident Verfahren
- ✓ Weiteres Marketing-Instrument
- ✓ Absicherung bei Zahlungsausfall
- ✓ Minimieren des Risikos
- ✓ Gesteigertes Kundenvertrauen durch Whitelabel-Lösung
- ✓ Einfache Integration

Unzer bietet auch eine eigene Lösung für den stationären Handel an: Ratenzahlung direkt am POS – schnell, flexibel und unkompliziert!

Unzer digitalisiert den Handel mit Zahlungs- und Softwarelösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Von Online-Einkäufen über mobile Kassensysteme in Filialen bis hin zu notwendigen Geschäfts- und Managementprozessen vernetzt und vereinfacht Unzer zentrale Abläufe im Einzelhandel. Das ganzheitliche Unzer Ökosystem hilft Händlern, ihre Geschäftsmodelle zu optimieren, während ihre Kund:innen von einem einfachen und nahtlosen Einkaufs-

erlebnis profitieren.

Über 85.000 Händler aus ganz Europa nutzen die Produkte und Dienstleistungen von Unzer. Das Fintech-Unternehmen beschäftigt über 750 Mitarbeiter:innen in acht Niederlassungen in Deutschland, Österreich, Dänemark und Luxemburg.

Gerne stehen Ihnen unsere Payment-Spezialisten beratend zur Seite.

Kontakt:

Unzer Group GmbH
Schöneberger Str. 21 a
10963 Berlin

www.unzer.com

Weitere Informationen erhalten Sie unter
DE: +49 (0) 30 837 93 000
AT: +43 (1) 513 66 33 100
oder per E-Mail: support@unzer.com



unzer
euer payment