unzer

CHECKOUT-GUIDE 2027

Vier Stellschrauben für Deinen Shopify-Checkout

Was Du im deutschsprachigen Markt anbieten solltest und was Dich jeder fehlende Baustein kostet.

Praxis-Guide auf Basis der Unzer Händlerbefragung 2026 · 109 Händler:innen

61 %

der Händler:innen bieten Rechnungskauf an.

39 %

bieten Ratenkauf an.

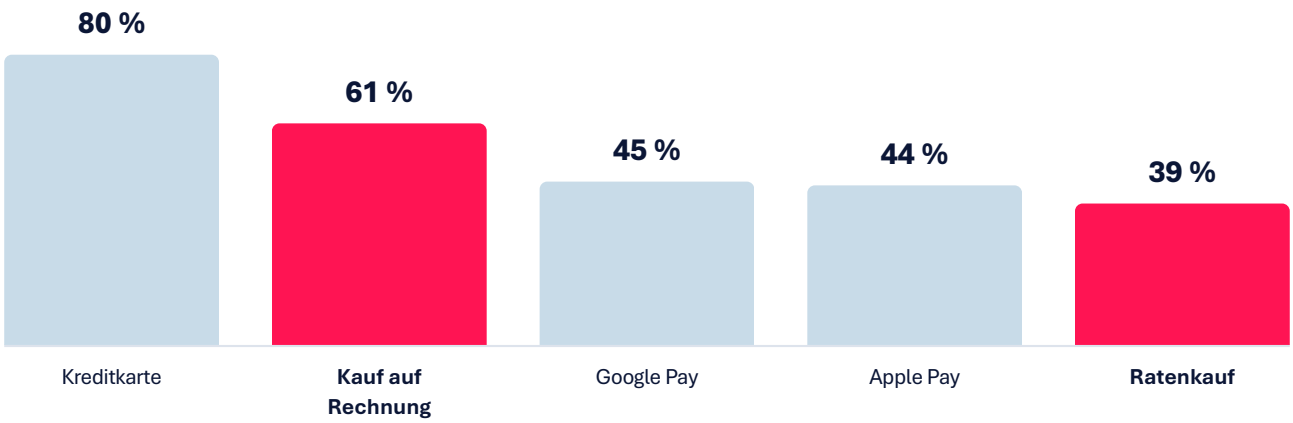
Dazwischen liegt Dein Umsatzpotenzial.

WORUM ES GEHT

Dein Checkout ist vermutlich global optimiert, nicht lokal

Wenn Du Shopify Payments aktivierst, bekommst Du Kreditkarte, Apple Pay und Google Pay. Das funktioniert weltweit. Im deutschsprachigen Markt fehlt damit aber genau die Zahlart, die hier am meisten verkauft: Rechnung und Rate.

Rechnungskauf ist verbreiteter als beide Wallets



Anteil der Händler:innen, die die Zahlart im Onlineshop Deutschland anbieten. Unzer Händlerbefragung 2026.

Der Rechnungskauf ist im deutschen Markt verbreiteter als Apple Pay und Google Pay und trotzdem steht er in den meisten Standard-Setups nicht an erster Stelle. Das ist die Lücke, um die es in diesem Guide geht.

Was Du in fünf Minuten mitnimmst

- Welche vier Dinge in Deinem Checkout stehen sollten
- Woran Du erkennst, ob Dir gerade Umsatz entgeht
- Eine Checkliste, die Du direkt durchgehen kannst

DIE EINE ZAHL, DIE DU DIR MERKEN SOLLTEST

10–15 %

größere Warenkörbe

Händler:innen, die Rechnung oder Rate anbieten, berichten von **10 bis 15 % größeren Warenkörben**. 85 % von ihnen sehen einen Zuwachs von 10 % oder mehr. Bei 2 Mio. € Online-Umsatz sind das 200.000 bis 300.000 € zusätzliches Volumen ohne mehr Marketingbudget.

85 % sehen 10 % oder mehr Warenkorb-Zuwachs



10 % oder mehr 5 % bzw. 20 % Basis: 38 Händler:innen mit beobachtetem Effekt

Geschätzter Warenkorb-Zuwachs durch Buy Now Pay Later. Selbsteinschätzung der Händler:innen, Unzer Händlerbefragung 2026.

GUT ZU WISSEN

Wie realistisch sind 10 bis 15 %?

Die Zahl ist bewusst vorsichtig. Von den Händler:innen, die einen Effekt beobachten, schätzen ihn 53 % auf 10 %, 32 % auf 15 % und 13 % auf 5 %. Nur 3 % nennen 20 %, mehr als 20 % berichtet niemand. Im Schnitt sind es rund 11 %. „Bis zu 20 %“ wäre also das Maximalversprechen. Realistisch ist ein Korridor von 10 bis 15 %, den viele Händler:innen in der Praxis sehen. Diese Zahl hält auch einer Prüfung in Deinem eigenen Shop stand.

WAS DAS IN EURO BEDEUTET

Modellrechnung für Deinen Online-Umsatz

Online-Umsatz pro Jahr	+10 %	+15 %
1 Mio. €	100.000 €	**150.000 €**
5 Mio. €	500.000 €	**750.000 €**
10 Mio. €	1,0 Mio. €	**1,5 Mio. €**
25 Mio. €	2,5 Mio. €	**3,75 Mio. €**

Modellrechnung auf Basis der Befragungswerte. Wie viel Du davon tatsächlich erreichst, hängt vom Anteil von Rechnung und Rate an Deinem Zahlungsmix, von Deinem Sortiment und von Deinen Warenkörben ab. Die Tabelle ist eine Orientierung, keine Prognose.

Woran Du erkennst, dass Dir Umsatz entgeht

- Dein Checkout zeigt vor allem Kreditkarte und Wallets
- Bei teuren Artikeln brechen auffällig viele Käufe ab
- Du kannst nicht sagen, welche Zahlart am besten konvertiert

Trifft einer der Punkte zu, lohnt sich der Blick auf die nächste Seite.

DIE VIER STELLSCHRAUBEN

Was Du konkret ändern solltest

Vier Maßnahmen, sortiert nach Wirkung. Jede ist einzeln umsetzbar – Du musst nicht alles gleichzeitig angehen.

1 Ratenkauf aktivieren

Die größte Lücke im Markt und Dein größter Hebel bei hochpreisigen Produkten.

Rechnungskauf bieten 61 % an, Ratenkauf nur 39 %. Viele Händler:innen haben den einfachen Teil umgesetzt und den umsatzstarken Teil ausgelassen. Dabei entscheidet gerade bei Warenkörben über 300 Euro die Möglichkeit zur Aufteilung darüber, ob gekauft wird oder das Produkt auf der Merkliste landet.

Tun: Prüfe, ob Dein Sortiment Artikel über 300 Euro enthält. Wenn ja, ist Ratenkauf die Maßnahme mit dem besten Verhältnis von Aufwand zu Wirkung.

2 Rechnungskauf auch Neukund:innen zeigen

Viele Shops sperren genau die Gruppe aus, bei der Conversion am meisten zählt.

Mehr als jede:r vierte Händler:in gewährt den Rechnungskauf nur Bestandskund:innen mit positiver Zahlhistorie. Der Grund ist fast immer das Ausfallrisiko, nicht die fehlende Nachfrage. Erstkäufer:innen sehen die beliebteste lokale Zahlart damit nicht.

Tun: Lege eine Testbestellung als neue:r Kund:in an. Erscheint der Rechnungskauf? Wenn nicht, ist ein Modell mit Risikoübernahme der Weg, ihn zu öffnen, ohne Dein Risiko zu erhöhen.

3 Rate schon auf der Produktseite zeigen

Im Checkout ist es zu spät: da ist die Entscheidung längst gefallen.

Die Wirkung von Rechnung und Rate entsteht vor dem Warenkorb. Wer erst im Checkout erfährt, dass er in Raten zahlen kann, hat den teuren Artikel oft nie hineingelegt. Nur gut die Hälfte der Händler:innen kommuniziert BNPL auf der Produktdetailseite und 4 % versteckt es im Footer.

Tun: Setze einen konkreten Ratenbetrag direkt an den Preis – „ab 49 € / Monat“ wirkt stärker als ein allgemeiner Hinweis auf verfügbare Zahlarten.

4 Conversion nach Zahlart messen

Ohne Messung weißt Du nicht, ob eine Änderung gewirkt hat.

Fast ein Viertel der Händler:innen misst die Performance des Zahlungsprozesses gar nicht. Wer nicht nach Zahlart segmentiert, sieht den Effekt im eigenen Shop nicht und kann ihn deshalb auch nicht ausbauen. In Shopify ist diese Auswertung ohne Zusatzaufwand verfügbar.

Tun: Notiere vor jeder Änderung zwei Werte: Checkout-Abbruchrate und durchschnittlichen Warenkorbwert. Ohne Vorher-Wert ist der Nachher-Wert nicht interpretierbar.

ZUM DURCHGEHEN

Checkliste für Deinen Checkout

Geh die Punkte einmal durch. Jedes nicht gesetzte Häkchen ist ein konkreter Ansatzpunkt.

- [ ] **Kauf auf Rechnung** ist im Checkout verfügbar
- [ ] **Ratenkauf** ist im Checkout verfügbar
- [ ] Beide Zahlarten erscheinen auch für **Neukund:innen**, getestet mit einer echten Testbestellung
- [ ] Auf der **Produktdetailseite** steht ein konkreter Ratenbetrag, nicht nur ein Zahlarten-Hinweis
- [ ] Die Zahlarten sind bei **hochpreisigen Artikeln** prominent platziert
- [ ] Du kennst Deine **Checkout-Abbruchrate** der letzten 30 Tage
- [ ] Du kannst den **Warenkorbwert nach Zahlart** auswerten
- [ ] Rechnungen und Mahnungen laufen unter **Deiner Marke**, nicht unter einem fremden Logo
- [ ] Du weißt, wer bei Zahlungsausfall das **Risiko trägt**
- [ ] Du weißt, wann Du Dein **Geld bekommst**: bei Versand oder erst bei Zahlungseingang

> FAUSTREGEL
>
> Wenn Du bei den ersten vier Punkten ein Häkchen vermisst, liegt dort Dein größtes Potenzial. Die hinteren Punkte entscheiden darüber, wie viel vom zusätzlichen Umsatz am Ende bei Dir bleibt.

WORAUF DU BEI DER AUSWAHL ACHTEN SOLLTEST

Nicht jede BNPL-Lösung ist gleich

Rechnung und Rate lassen sich auf verschiedenen Wegen in Shopify einbinden. Die Unterschiede sind für Dich im Alltag relevant. Vier Fragen helfen beim Vergleich.

Frage	Warum sie zählt
Unter welcher Marke läuft die Abwicklung?	Fremde Logos auf Rechnung und Mahnung unterbrechen Dein Kauferlebnis.
Wer trägt das Ausfallrisiko?	Davon hängt ab, ob Du Rechnungskauf auch Neukund:innen anbieten kannst.
Wann wird ausgezahlt?	Auszahlung bei Versand macht Deine Liquidität planbar.
Wem gehören die Kundendaten?	Entscheidet darüber, ob Dritte Deine Kund:innen bewerben können.

Wie Unzer diese Fragen beantwortet

- **Deine Marke.** Rechnungen, Kommunikation, Mahnwesen und Ratenpläne laufen als Whitelabel unter Deinem Namen: von der Produktseite bis zur Zahlungsbestätigung.
- **Risiko bei uns.** Unzer übernimmt das Ausfallrisiko vollständig. Damit kannst Du Rechnungskauf auch für Neukund:innen öffnen, ohne Dein Risiko zu erhöhen.
- **Auszahlung bei Versand.** Du bekommst Dein Geld direkt nach dem Versand, unabhängig davon, wann die Kund:innen zahlen.
- **Daten bleiben bei Dir.** Kein Upselling durch Dritte, keine fremden Touchpoints, volle DSGVO-Konformität.
- **Höhere Limits.** Relevant, wenn Du hochpreisige Waren oder B2B-Kund:innen bedienst, also genau dort, wo Ratenkauf am stärksten wirkt.

GUT ZU WISSEN

So setzen sich Deine Shopify-Kosten zusammen

Shopify ist eine der transparentesten E-Commerce-Plattformen. Je mehr Volumen Du hast, desto günstiger werden die Konditionen. Die Kosten setzen sich aus drei Ebenen zusammen:

1. **Abo-Gebühr.** Die Grundlage – von „Basic“ über „Grow“ und „Advanced“ bis „Shopify Plus“ für größere Betriebe.
2. **Transaktionsgebühr bei externen Zahlungsanbietern.** Je höher Dein Plan, desto niedriger der Aufschlag. Bei vielen Bestellungen ist das ein spürbarer Hebel.
3. **Konditionen je Zahlart.** Laufen Deine Zahlungen über Shopify Payments, fällt der Transaktionsaufschlag weg. Dann gelten die Konditionen der jeweiligen Zahlart.

Deine Kosten sind also gut planbar. Ein Planwechsel bringt Dir aber keinen einzigen zusätzlichen Warenkorb. Wenn Rechnung und Rate fehlen, bleibt Umsatz liegen, egal wie günstig Dein Plan ist.

Prozentsätze und Fixgebühren hängen von Plan, Region und Zeitpunkt ab. Für Deine Kalkulation zählen die jeweils aktuellen Konditionen.

Die größte Optimierung liegt nicht in Deinem Shopify-Plan, sondern in Deinem Payment-Mix.

Du musst nicht alle vier Stellschrauben gleichzeitig drehen. Fang mit der an, bei der Dir in der Checkliste ein Häkchen fehlt, meistens ist das der Ratenkauf.

Checkout gemeinsam durchgehen

Unsere Payment-Expert:innen schauen sich Deinen Shopify-Checkout an und zeigen Dir, welches Potenzial Rechnungs- und Ratenkauf in Deinem Sortiment haben.

unzer.com

Zu den Zahlen. Alle Werte stammen aus der Unzer Händlerbefragung 2026: Online-Befragung von 109 Händler:innen im Juli 2026, Jahresumsatz von unter 2 Mio. € bis über 500 Mio. €. Die Frage zum Zahlarten-Angebot bezog sich auf den Onlineshop in Deutschland; Aussagen für Österreich und die Schweiz sind daraus nicht ableitbar. Angaben zum Warenkorb-Effekt beruhen auf der Selbsteinschätzung von 38 Händler:innen, die einen Effekt beobachten – sie sind als Markterfahrung zu lesen, nicht als garantiertes Ergebnis. Die Beispielrechnung auf Seite 3 ist eine Modellrechnung. Angaben zu Shopify-Plänen und Leistungen Dritter können sich ändern; verbindlich sind die jeweils aktuellen Konditionen. Produkt- und Leistungsmerkmale von Unzer sind abhängig von Vertrag, Prüfung und Verfügbarkeit.

© 2026 Unzer. Datenbasis: Unzer Händlerbefragung 2026.

unzer