



Ratenkauf – Der Garant für hohe Warenkörbe

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

Unzer
euer payment



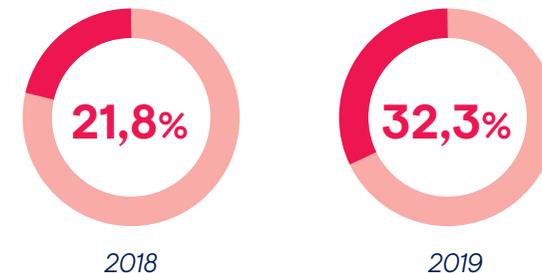
Ratenzahlung unter den **drei** **beliebtesten** **Zahlungsmethoden** in Deutschland.¹

Ratenzahlung – Flexibel und voll im Trend

Wie auch Händler, behalten Kunden gerne die Hoheit über ihre finanziellen Möglichkeiten, und bezahlen dann, wann es für sie am bequemsten ist. Bei größeren Anschaffungen, also bei Warenkörben über 500 Euro, zählt die Ratenzahlung zu den drei beliebtesten Zahlungsmethoden in Deutschland¹.

Dabei sind transparente Gebühren sowie selbst wählbare Laufzeiten und Zinsen den Online-Shoppern am wichtigsten². 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:



(Studie EHI Studie Online Payment 2020)

¹ Quelle: „Shopping 2020 – Entwicklungen des Konsumentenverhaltens und die Relevanz des Ratenkaufs“ von IFH Köln

² Quelle: EHI Studie Online Payment 2020



423,48 €

Durchschnittlicher Warenkorbwert bei Ratenkauf ist im Vergleich zu anderen Zahlungsarten wie Kreditkarte, PayPal oder Rechnungskauf am höchsten.

(Studie EHI Studie Online Payment 2020)

Die Ratenzahlung eignet sich besonders für Händler die höherpreisige Waren im Angebot haben, und vom Kunden als größere Investition verstanden werden, wie z.B. Möbel, Sportgeräte oder Elektronikartikel. Wie die EHI Studie Online Payment 2020 zeigt, liegt der durchschnittliche Warenkorbwert bei der Ratenzahlung bei 423 Euro, was fast dem vierfachen Wert des beliebten Rechnungskaufs entspricht². Die Ratenzahlung steigert daher den Umsatz pro Verkaufsabschluss.

Online-Shopper bleiben normalerweise bei ihrer favorisierten Zahlungsart und brechen den Kauf häufig sogar ab, sollte diese nicht angeboten werden². Unsichere Rahmenbedingungen und daher notwendige Flexibilität führten dazu, dass laut Studie des IFH Köln die Nutzung der Ratenzahlung um 8% gestiegen ist¹. Allerdings bietet nicht einmal jeder 3. Online-Shop eine Finanzierungsmöglichkeit an². Der Ratenkauf hat im deutschen E-Commerce einen Anteil von immerhin 3,9% am Gesamtumsatz².

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



¹ Quelle: „Shopping 2020 – Entwicklungen des Konsumentenverhaltens und die Relevanz des Ratenkaufs“ von IFH Köln

² Quelle: EHI Studie Online Payment 2020



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 flexiblen, abgesicherten Payment Partner-Lösungen 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 White Label-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 Touch Point in der Kundenbeziehung, zur Kundenkommunikation genutzt werden.

Durch White Label-Lösungen sind Payment Partner nicht mehr sichtbar und das Vertrauen in den Händler wird gestärkt. Die Integration erfolgt unkompliziert über UI Components oder noch individueller über ein Software Development Kit oder eine REST-API.



Factoring & Zahlungsausfallschutz:

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

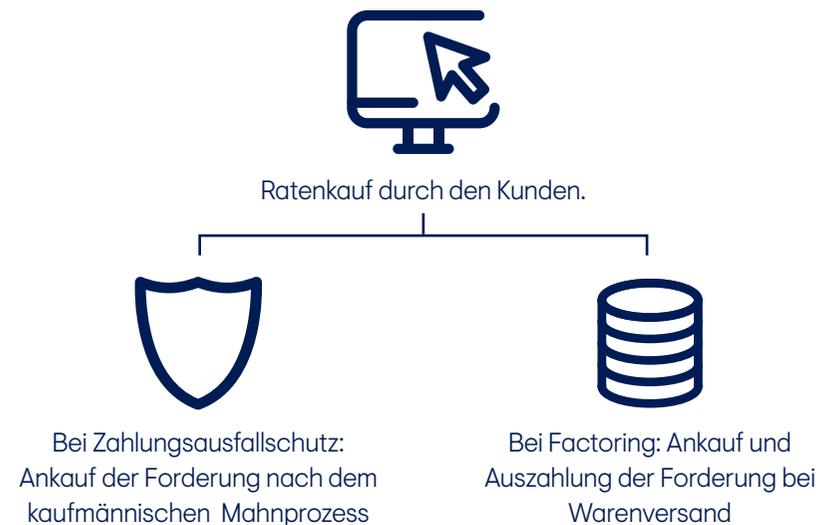
Finanzieren ohne Risiko

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 eingenommenen Zinserträge Teil des Händlerumsatzes!

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.

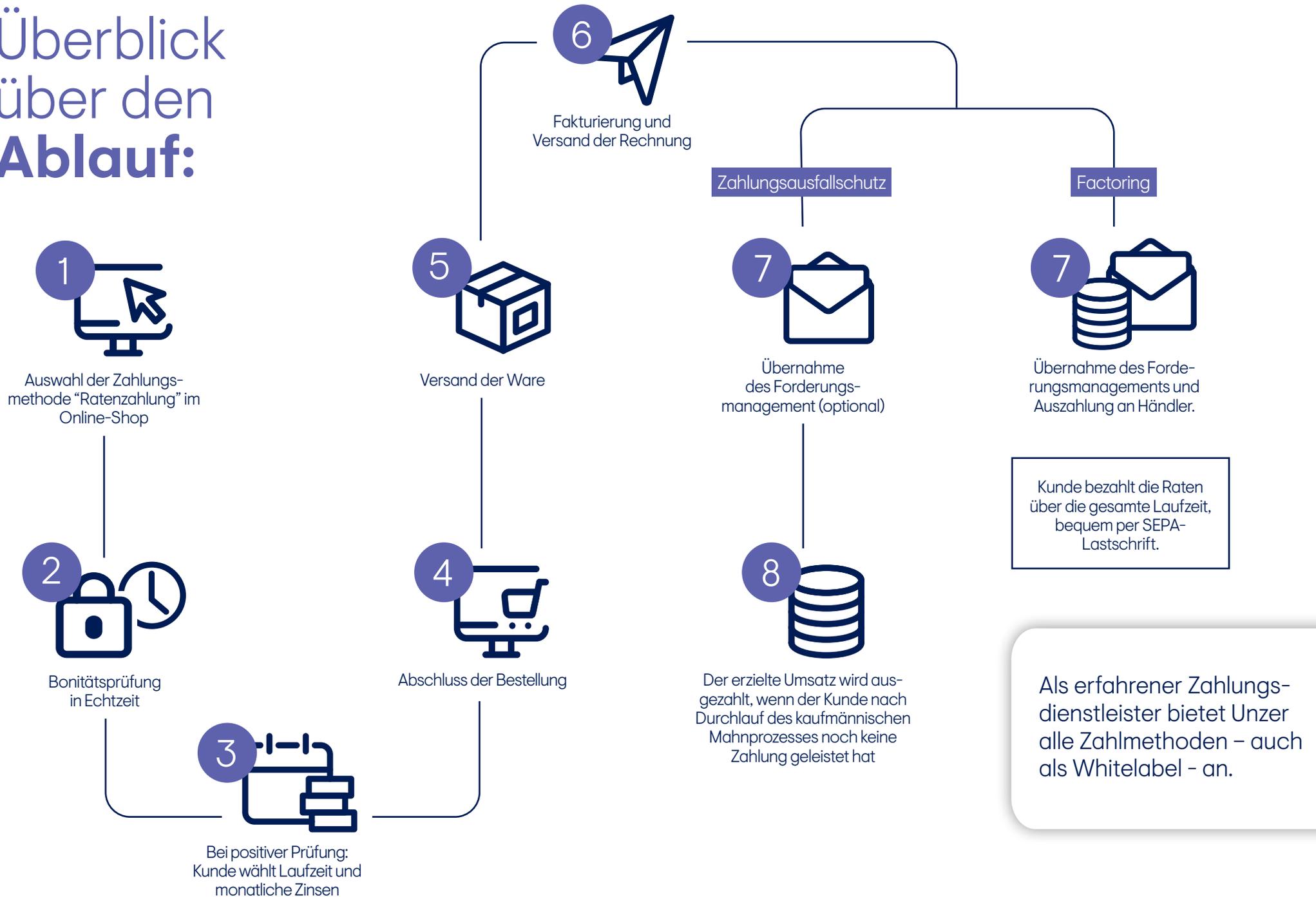
Wählt ein Käufer Ratenzahlung, Kauf auf Rechnung oder SEPA-Lastschrift, findet in den meisten Online-Shops eine Bonitätsprüfung statt. Fällt diese negativ aus, muss der Käufer eine andere Zahlungsmethode nutzen. Er wird dann im Checkout-Prozess zurückgeworfen – und den Kauf wahrscheinlich abbrechen.

Durch den Einsatz eines Risikomanagements können Händler Zahlungsmethoden im E-Commerce dynamisch steuern. Die Bonität der Käufer wird schon direkt im Checkout geprüft, bevor ihnen die möglichen Zahlungsmethoden angezeigt werden. Fällt diese positiv aus, können Käufer 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-Raten steigern und gleichzeitig Risiken verringern.

Ihre Vorteile

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

Überblick über den Ablauf:





+8

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die **Nutzung des Ratenkaufs um acht Prozentpunkte erhöht**

(„Shopping 2020 – Entwicklungen des Konsumentenverhaltens und die Relevanz des Ratenkaufs“ von IFH Köln)

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
- ✓ White Label-Lösungen für alle Zahlarten
- ✓ Einfache Integration

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

Unzer ist eine schnell wachsende, innovative und modulare Plattform für den internationalen Zahlungsverkehr. Unternehmen aller Größen und Branchen vertrauen auf die datengetriebenen, sicheren und passgenauen Lösungen für mehr Wachstum - online, mobil oder am Point of Sale.

Die einfach integrierbaren Module decken das gesamte Spektrum des Zahlungsmanagements ab: von der Abwicklung verschiedener Zahlungsarten, über automatisierte Analysen von Kundenverhalten und -bedürfnissen bis hin zum ganzheitlichen Risikomanagement.

Unzer wurde im Jahr 2003 als heidelpay gegründet und hat als einer der Pioniere der Branche in den letzten knapp 20 Jahren immer wieder zukunftsweisende Innovationen rund um das Transaktionsmanagement hervorgebracht.

Heute arbeiten europaweit über 600 Payment-Experten und Tech-Enthusiasten daran, Händlern zu einem nachhaltigen Wachstum in einem dynamischen Markt zu verhelfen. Seit 2020 ist KKR Mehrheits-eigner von Unzer.

Gerne stehen bei Rückfragen unsere Payment-Spezialisten beratend zur Seite.

Kontakt:

Unzer GmbH
Vangerowstraße 18
69115 Heidelberg

www.unzer.com

Weitere Informationen erhalten Sie unter
DE: +49 (6221) 43101 - 00
AT: +43 1 513 66 33 600
oder per E-Mail: customerrequest@unzer.com



unzer
euer payment