

Summary

Thema:

Zahlungssysteme im Internet

*„Eine Analyse verschiedener Zahlungssysteme und derer Akzeptanz
bei Unternehmer und Kunden“*

Dmitri Horst

Matrikel-Nr.: 26928

Tel.: 017622780164 / 06222383774

E-Mail: Dmitri.Horst@gmx.net

Straße: Spitzwegstr. 11

PLZ / Ort: 69168 Wiesloch

Erstprüfer: Prof. Dr. Ralf-Christian Härting

Zweitprüfer: Prof. Dr. Jürgen Bischof

Bearbeitungszeitraum: 01. April 2011 bis 01. August 2011

Aalen, Juli 2011

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Summary.....	3
1 Problemstellung und Zielsetzung	3
2 Überblick ausgewählter Zahlungssysteme	4
2.1 Zahlung per Rechnung	4
2.2 Zahlung per Nachnahme	4
2.3 Zahlung im Voraus	4
2.4 Zahlung per Kreditkarte	5
2.5 Elektronisches Lastschriftverfahren	6
2.6 GeldKarte	7
2.7 PayPal.....	8
2.8 Click and Buy	9
2.9 Paysafecard	10
2.10 Sofortüberweisung	11
3 Auswertung der traditionellen Zahlungssysteme	11
4 Auswertungen der elektronischen Zahlungssysteme	12
Literaturverzeichnis	14

Summary

Das Summary fasst die Bachelorarbeit – **Zahlungssysteme im Internet „ Eine Analyse verschiedener Zahlungssysteme und derer Akzeptanz bei Unternehmer und Kunden“** – zusammen.

1 Problemstellung und Zielsetzung

„The question is not whether to deploy the Internet technology - companies have no choice if they want to stay competitive - but how to deploy.“¹

Das vorstehende Zitat von Porter bringt es genau auf den Punkt, dass Unternehmen auf das Internet angewiesen sind und ohne das Internet in der globalen Welt nicht überleben können. Seit dieser Entwicklung müssen Unternehmen heute ganz anders agieren. Fortschrittliche Technologien, der Abbau von Grenzen zwischen den Märkten und vor allem die viel höheren Erwartungen der Kunden zwingen die Unternehmen, das Ziele, Vorgehensweisen und Organisationsprinzipien der Unternehmen von Grund auf neu gestaltet werden müssen.²

Ein sehr gutes Beispiel für elektronischen Handel aus den USA ist der Computer-Direktversender Dell, der bereits im Jahr 1996 über seine Web-Seite „www.dell.com“ einen Umsatz von mehr als einer Million Dollar pro Tag generiert hat.³ Deutschland dagegen hatte im Jahr 1999 im gesamten elektronischen Handel einen Umsatz von 1,25 Mrd. Euro, jedoch steigt die Entwicklung jedes Jahr immer weiter an.

Da der Umsatz des elektronischen Handels stetig wächst, werden laufend neue Zahlungssysteme von unterschiedlichen Unternehmen im Internet entwickelt. Die diversen Zahlungssysteme sollen das Bezahlen schneller, bequemer und billiger machen sowohl für Kunden als auch für Händler.

Die Problematik besteht für kleine und mittlere Unternehmen darin, welche Zahlungssysteme für das Unternehmen geeignet sind und welche vom Kunden akzeptiert und genutzt werden.

Diese Arbeit setzt sich als Ziel eine Lösung für kleine und mittlere Unternehmen zu finden. Es werden geeignete Unternehmen aufgelistet, die ein breites Angebot an Zahlungssystemen anbieten. Des Weiteren werden die Zahlungssysteme beschrieben und auf Ihre Funktionen untersucht. Bei der Einführung und der Betreuung von Zahlungssystemen entstehen Kosten, diese werden in der Arbeit ebenfalls aufgelistet.

¹ Vgl. Porter Michael (2008) / S. 98

² Vgl. Schäfer Stefan (2002) / S. 1

³ Vgl. Schäfer Stefan (2002) / S. 3

2 Überblick ausgewählter Zahlungssysteme

2.1 Zahlung per Rechnung

Die Zahlung per Rechnung oder auch der Kauf auf Rechnung ist eine Zahlung, die erst nach dem Erhalt der Ware durch Post-, Paket- oder Kurierdienst erfolgt. Die eigentliche Bezahlung der Ware erfolgt in der Regel per Überweisung oder einem Scheck.⁴

Bei der Bezahlung per Rechnung besteht ein hohes Risiko für das Unternehmen. Denn viele Kunden zahlen die Rechnungen verspätet oder was auch vorkommt überhaupt nicht. Ein weiteres Risiko welches unterschätzt wird sind die anfallenden unternehmensinternen Kosten pro Bestellung, die mit dieser Zahlungsart verbunden werden. Anfallende Kosten die entstehen sind z. B. der Abgleich des Zahlungseingangs mit den offenen Posten, anfallende Personalkosten oder Telekommunikationskosten bei Rückfragen oder Unstimmigkeiten mit dem Kunden.⁵

2.2 Zahlung per Nachnahme

Bei Distanzkäufen ist die Zahlung per Nachnahme sehr verbreitet, da sie durch den direkten „Ware-gegen-Geld-Tausch“ funktioniert. Bei allen anderen Bezahlverfahren sind die Parteien (Händler und Kunde) von einer Vorleistung der jeweiligen Partei abhängig und bei der Zahlung per Nachnahme trifft es nicht zu. Die Zahlung per Nachnahme ist deshalb auch eher bei kleineren Unternehmen beliebt, da der Unternehmer sicher gehen kann, dass er auf jeden Fall sein Geld für die Ware erhält. Die Nichtzahlung der Ware ist ausgeschlossen, denn wenn der Kunde bei der Lieferung der Ware nicht zahlungsfähig ist, bleibt die Ware beim Händler. Es entstehen für den Unternehmer nur die Kosten für den Transport (von Lieferant zu Lieferant unterschiedlich).

Die Einführung der Zahlung per Nachnahme sollte gut überlegt werden, weil viele Kunden die Zahlungsart nicht bevorzugen. Zahlung per Nachnahme ist für den Kunden eine teure Angelegenheit. Dieser muss i. d. R. die Nachnahmegebühren (bis zu 18 Euro oder auch höher), die sehr hoch sind selber tragen. Außerdem muss der Kunde bei der Lieferung vor Ort sein sonst erhält er die Ware nicht.

2.3 Zahlung im Voraus

Die Bezahlung im Voraus oder auch Vorkasse genannt ist bei den Online-Händlern genauso beliebt wie die Zahlung per Nachnahme. In diesem Fall tragen die Unternehmen gar kein Risiko bzgl. des Zahlungsausfalls. Die Ware schickt der Online-Händler erst an den Kunden, wenn er den geforderten Betrag auf seinem Betriebskonto hat.

⁴ Vgl. Rohland Oliver (2000) / S. 81

⁵ Vgl. Schutzmann Ingrid (2011) / S. 5

Die geforderte Zahlung kann prinzipiell in verschiedenen Arten erfolgen und zwar per Überweisung, per Scheck oder auch mit der Kreditkartenabrechnung. Die Kreditkartenabrechnung wird im nächsten Kapitel näher beschrieben, da sie im elektronischen Zahlungsverkehr eine größere Rolle spielt.⁶

Der Online-Händler sollte bei dieser Zahlungsart beachten, dass die Kunden eher von dieser Methode abgeneigt sind, weil sie ihre Ware zuerst bezahlen müssen und nicht sicher sind, ob die Ware tatsächlich geliefert wird. Viele Kunden, die auf einer Webseite einkaufen und nur die Zahlung im Voraus zur Auswahl bekommen, brechen den Kauf ab, da ihnen keine Alternative zur Verfügung gestellt wird.

Die Vorkasse ist zu dem ein umständlicher Prozess sowohl für den Online-Händler als auch dem Kunden. Der Kunde muss erst Mal die Kontendaten und den Verwendungszweck des Händlers korrekt in sein Überweisungsformular eingeben. Für den Händler ist der Zeitaufwand bei der Bearbeitung der Bestellung länger.

2.4 Zahlung per Kreditkarte

Die Kreditkarte gibt es in den U.S.A schon seit den 50er Jahren und wurde ursprünglich von Clubmitgliedern als Clubkarte genutzt.⁷ Die Kreditkarte zählt auch zu den traditionellen Zahlungsmöglichkeiten. Jedoch ist die Entwicklung mittlerweile so, dass viele Großunternehmen im Online-Bereich die Kreditkarte einsetzen.

Jede Kreditkarte sieht im Endeffekt gleich aus. Sie enthält die Kreditkartennummer, den Namen des Kreditkarteninhabers und das Verfallsdatum in hochgeprägten Zeichen. Bei der Online-Bezahlung mit der Kreditkarte gibt der Karteninhaber seine Kartendaten in ein Formular ein.

Sobald der Kunde seine Daten in die entsprechenden Felder eingefügt hat, werden seine Daten an einen Kreditkartenacquirer weitergeleitet. Ein Acquirer ist die Kreditkartenbetreuende Stelle des Händlers. Dieser führt für den Händler die Autorisierung und Abrechnung bei der Kreditkartenzahlung ab.

Nach erfolgreicher Autorisierung des Acquirers erhält der Händler einen Autorisierungscode der bestätigt, dass das Kreditkartenkonto des Kunden tatsächlich existiert und belastet werden kann. Gleichzeitig wird die Transaktion bei der Kreditkartengesellschaft durchgeführt und der Händler erhält den Umsatz auf seinem Konto. Der Händler muss dabei beachten, dass ein vereinbartes Entgelt (Disagio) vom Umsatz beim Acquirer gutgeschrieben wird. Das Disagio welches eine prozentuale Gebühr ist und je nach Branche variiert, beträgt etwa zwei bis fünf Prozent oder in speziellen Fällen auch wesentlich mehr.

⁶ Vgl. Dannenberg Marius / Ulrich Anja (2004) / S. 72 – 73

⁷ Vgl. <http://www.gute-tipps.info> (Stand 16.Juni 2011)

Weitere Kosten die für den Händler anfallen sind wie bei den traditionellen Zahlungssystemen die Kommunikationskosten zwischen dem Acquirer und dem Händler.⁸

Ein Online-Händler welcher Kreditkartenzahlungen anbieten will, sollte zunächst eine offizielle Akzeptanzstelle für Kreditkarten werden. Dabei muss er mit einer Bank bzw. Acquirer einen Händlervertrag abschließen. Der Vertrag über einen Acquirer ist vom Vorteil, wenn dieser für mehrere Kreditkarten Akzeptanzen vergibt. Der Vertrag zwischen Acquirer und Unternehmen regelt vor allem die Gebühren wie das Disagio. Außerdem garantiert der Vertrag, dass der Unternehmer seine Forderungen gegenüber dem Kunden erhält.⁹

2.5 Elektronisches Lastschriftverfahren

Zurzeit werden mit dem elektronischen Lastschriftverfahren bis zu siebzig Millionen private Girokonten erreicht und damit gehört das Lastschriftverfahren zu den am häufig genutzten Zahlungssystemen in Deutschland. Das Lastschriftverfahren eignet sich optimal für alle möglichen Produkte – egal ob digitale Inhalte oder Offline Versandware.

Die Benutzung der Lastschrift ist für Kunden kostenlos. Transaktionskosten entstehen dem Kunden nicht. Der Kunde muss beim Einkaufen lediglich seine Kontonummer und Bankleitzahl eingeben. Will der Kunde über ein Dienstleister für Lastschriftverfahren zahlen, so muss er sich bei diesem i. d. R. anmelden.¹⁰

Damit der Kunde sicher das Lastschriftverfahren nutzen kann, müssen Online-Händler das Lastschriftverfahren über einen Dienstleister¹¹ oder ein Lastschriftverfahren mit SSL anbieten. Es gibt eine viel Zahl von Dienstleister, die Lastschriftverfahren anbieten. Der Hauptservice der Dienstleister ist, dass sie die Daten der Kunden auf Ihre Richtigkeit überprüfen. Zahlt der Kunde die Ware nicht bzw. gibt die Lastschrift nicht frei, erledigt der Dienstleister das Mahnwesen.¹²

Der Transaktionsablauf der Lastschrift ist sehr einfach, denn im Endeffekt unterscheidet er sich kaum vom Ablauf der Zahlung per Rechnung. Der Kunde bestellt die Ware wie üblich beim Online-Händler und wählt dabei das Zahlungssystem „per Lastschrift“. Die weitere Verarbeitung übernimmt der Händler bzw. sein Dienstleister, der die Lastschrift anbietet.

Die Lastschrift wird an die Bank weiter geleitet und die Bank des Händlers zieht den geforderten Betrag bei der Bank des Kunden ein. Die Gutschrift wird automatisch auf dem Konto des Händlers gutgeschrieben.¹³

⁸ Vgl. Schutzmann Ingrid (2011) / S. 9

⁹ Vgl. Kannen Martina (2001) / 18 - 22

¹⁰ Vgl. <https://www.micropayment.de> (Produkte) (Stand 28. Juni 2011)

¹¹ Zum Beispiel: www.micropayment.de

¹² Vgl. Kannen Martina (2001) / 17 - 18

¹³ Vgl. <http://www.google.de> (e-commerce Leitfaden) (Stand 28. Juni 2011)

Die Kosten für das Lastschriftverfahren für ein Unternehmen richten sich danach, ob er das System von einem Dienstleister oder selber integriert. Weitere Kosten entstehen bei der Bank (von Bank zu Bank unterschiedlich). Gute Dienstleister für die Lastschrift sind die micropayment GmbH¹⁴ und die payment Network AG¹⁵

Die Micropayment GmbH hat Kosten für die Rücklastschrift und es gibt Kosten je Transaktion. Das Unternehmen bietet einen zusätzlichen Service der nicht kosten frei ist. Die Kosten werden jeweils am 20. Tag vom Konto des Online-Händlers abgezogen bzw. die Einnahmen gutgeschrieben.¹⁶

2.6 GeldKarte

Die Geldkarte ist auf dem deutschen Markt seit 1996 im Umlauf. Im Jahr 2010 wurde die Geldkarte über 5,5 Millionen geladen und bezahlt wurde damit knapp über 42 Millionen Mal.¹⁷

Von der Geldkarte profitieren nicht nur die Kunden sondern auch die Unternehmen. Die Geldkarte ist für ihren hohen Sicherheitsstandard bekannt. Die meisten Verbraucher, die online einkaufen wünschen sich Anonymität und das wird über die Geldkarte gewährleistet.¹⁸ Ein weiterer Grund für Händler die Geldkarte einzuführen ist, dass die Zahlung garantiert erfolgt. Da die Gutschrift sofort auf dem Konto des Händlers erfolgt, schont es die Liquidität des Unternehmens, was sehr wichtig für kleine und mittlere Unternehmen ist.

Des Weiteren werden die Kosten für Adress-, Kreditkarten und Schufaprüfungen eingespart. Das Disagio ist sehr niedrig und beträgt nur 0,3 Prozent vom Umsatz, jedoch mindestens ein Cent. Die Kosten für das Mahnwesen entfallen komplett, da die Zahlung sofort erfolgt.¹⁹ Bei der Einführung der Zahlung per Geldkarte können die Händler selber entscheiden, ob sie die Funktion der Akzeptanz kaufen oder mieten.

Kunden, die die Geldkarte nutzen wollen müssen nur einen Antrag auf eine Geldkarte stellen bzw. die meisten haben schon eine Geldkarte. Die Geldkarte ist der Chip auf jeder Bankkarte oder Sparkassenkarte. Die Karten haben ein Symbol welches darauf deutet, dass es sich um eine Geldkarte handelt.

Für die Registrierung der Geldkarte fallen für den Kunden keine Kosten an. Das Aufladen der Geldkarte ist nur teilweise kostenfrei. Bei der Online-Aufladung fallen beim Kunden keine Kosten an. Der Kunde hat auch die Möglichkeit seine Geldkarte in den meisten Kreditinstituten aufzuladen. Dabei fallen Kosten an, die nicht so hoch sind. Die

¹⁴ www.micropayment.de (Stand 28. Juni 2011)

¹⁵ <https://www.payment-network.com> (Stand 28. Juni 2011)

¹⁶ Vgl. <https://www.micropayment.de> (Produkte) (Stand 28. Juni 2011)

¹⁷ Vgl. <http://www.geldkarte.de> (Fakten und Zahlen) (Stand 16. Juni 2011)

¹⁸ Vgl. Lammer Thomas / Koppe Volker (2006) / S. 261 - 265

¹⁹ Vgl. <http://www.geldkarte.de> (Einsatzmöglichkeiten) (Stand: 16. Juni 2011)

Kosten betragen ein Prozent vom Ladebetrag.²⁰ Will der Kunde seine Geldkarte von zu Hause aus nutzen, fallen ihm einmalige Kosten für die Anschaffung eines Kartenlesegeräts (59,90 Euro) an.²¹

2.7 PayPal

Paypal, ein Micropayment System wurde wie die meisten Zahlungssysteme, in den USA von Peter Thiel entwickelt. Das System Paypal ist auch der Name für das Unternehmen welches mittlerweile zu eBay gehört. Im Vorfeld war Paypal für Palm-Geräte²² gedacht. Dabei sollten Geldbeträge von einem Gerät zum anderen übertragen werden.

Die Entwickler erkannten schnell, dass Paypal sehr gut für die Internetzahlungen geeignet ist. Paypal besitzt zurzeit 220 Millionen aktive Konten verteilt auf 190 Nationen, davon sind alleine in Deutschland 15 Millionen. Damit haben Händler, die Paypal einführen die Chance ihren Kundenstamm zu erweitern und den Umsatz bis zu 15,9 Prozent zu steigern.²³ Die Funktionsweise von Paypal ist relativ einfach, sowohl Kunden und Händler melden ein Paypal-Konto an.

Die Zahlungsabwicklung ist relativ einfach. Der Verbraucher muss nur die E-Mail-Adresse bzw. den Paypal-Link des Händlers kennen. Die Zahlung erhält der Händler innerhalb von Sekunden, dabei erfährt er nur den Namen und die E-Mail-Adresse des Verbrauchers. Weitere Daten wie die Bankverbindung und genaue Adresse werden nicht angezeigt. Das ist der Grund warum immer mehr Verbraucher auf Paypal zugreifen. Der Händler bekommt nach Erhalt der Zahlung eine E-Mail mit der Bestätigung, dass der Betrag auf dem Paypalkonto eingegangen ist.

Paypal Express garantiert den Händlern einen höheren Umsatz bei ihren Verkäufen im Internet. Die Kaufabwicklung für den Kunden erfolgt sehr einfach und schnell. Der Kunde geht unter dem Warenkorb auf den Paypal Express Button und muss nach diesem Schritt nichts mehr Weiteres ausfüllen. Die Angaben des Händlers und des Kunden sind schon über die Paypalkonten gegeben. Das hat zur Folge, dass es weniger Kaufabbrüche gibt, wenn Kunden eine schnelle und sichere Zahlungsvariante angeboten bekommen. Durch weniger Kaufabbrüche steigert der Unternehmer somit seine Umsätze.²⁴

Ein Weiterer Vorteil von Paypal Express ist die einfache und schnelle Integration auf der Web-Seite über die Partner von Paypal. Paypal stellt den Unternehmen ausführlich dokumentierte Programmierschnittstellen zur Verfügung. Die Kosten von Paypal Express sind relativ günstig. Es gibt faire Gebühren, so ist die Einrichtung des Kontos kostenfrei. Es fallen keine monatlichen Gebühren für den Händler an. Gebühren fallen

²⁰ Vgl. <https://geldkarte.de> (Kosten Kunden) (Stand 16. Juni 2011)

²¹ Vgl. <http://www.geldkarte-shop.de> (Kartenlesegerät) (Stand 16. Juni 2011)

²² PDA's (Personal Digital Assistant)

²³ Vgl. Kenneth C. Laudon / Carol Guercio Traver (2011) / S. 302 - 307

²⁴ Vgl. <https://www.paypal-deutschland.de> (Paypal Express) (Stand. 20. Juni 2011)

für den Händler nur an, wenn Kunden auch über Paypal bezahlen. Die Paypal Gebühren richten sich immer nach dem Vormonats Umsatz.

Händler sollten grundsätzlich darauf achten, dass jede Empfangene Einzahlung innerhalb Deutschlands, aus einem Mitgliedstaat der EU sowie Norwegen, Island und Liechtenstein sie maximal 1,9 Prozent des Umsatzes zuzüglich 0,35 Euro kostet. Andere Zahlungen kosten maximal 3,9 Prozent des Umsatzes zuzüglich 0,35 Euro.

Wie bei den meisten E-Payment-Systemen müssen sich die Kunden anmelden um ein Paypalkonto zu besitzen. Die Anmeldung und der Transaktionsablauf sind kostenlos.

2.8 Click and Buy

Das Click and Buy System basiert auf der Zusammenfassung von Kleinstbeträgen. Die Beträge einzelner Kaufvorgänge, werden aufsummiert und monatlich dem Unternehmen auf seinem Konto gutgeschrieben. Somit ist Click and Buy ebenfalls ein Micropayment-System.²⁵

Die Zahlungsabwicklung gestaltet sich ähnlich wie bei Paypal, sowohl Händler und Verbraucher müssen ein Click and Buy Konto mit den entsprechenden Daten anlegen. Die Bezahlung erfolgt dann über den Klick auf den Click and Buy Button. Der Vorteil für den Unternehmer ist, dass dieser komplett von Click and Buy betreut wird.

Zum Beispiel bestellt der Verbraucher bei einem Händler eine kostenpflichtige Musikdatei, daraufhin fordert Click and Buy zur Zahlung auf. Sobald die Einzahlung auf dem Click and Buy Konto bestätigt wird verlangt Click and Buy die geforderte Ware vom Händler. Nach dem Erhalt der Musikdatei geht der weitere Zahlungsprozess von Click and Buy aus, dieser erstellt dann die Rechnung und den Versand an den Verbraucher. Die Gutschrift für die geforderte Musikdatei wird zuerst auf dem Click and Buy Konto gutgeschrieben. Click and Buy leitet die Gutschrift an den Händler weiter.²⁶

Eine weitere besondere Dienstleistung von Click and Buy ist der Merchant²⁷ Service Bereich. Hier können die Unternehmen ihre Zahlungseingänge selber überwachen und steuern. Dabei können per Mausclicks Reportings und Statistiken automatisch erstellt werden. Wichtige Kennzahlen wie z. B. Umsatz, Anzahl der Einkäufe und die Conversion Rate werden ebenfalls angezeigt.²⁸

Bei Click and Buy fallen einige Gebühren für den Unternehmer an. Die Gebühren sind teilweise sehr unübersichtlich. Click and Buy stellt verschiedene Gebühren auf. Es gibt Gebühren für die allgemeine Kontoführung. Des Weiteren gibt es spezielle Gebühren für das Transaktionssystem und für die Schnittstelle „Universell Payment API“.

²⁵ Vgl. Lammer Thomas / Barthold Philipp (2006) / S. 209 - 210

²⁶ Vgl. Teichmann Rene (2001) / 228 - 229

²⁷ Deutsch: Kaufmann / Händler

²⁸ Vgl. <http://www.clickandbuy.com> (Transaktionsablauf) (Stand 20. Juni 2011)

Es entstehen noch weitere Kosten für die Einzahlungen. Dabei wird das Disagio vom Umsatz plus die Transaktionskosten verrechnet. Der Umsatz wird bei Click and Buy in acht verschiedene Klassen unterteilt. Die Klassen starten bei null bis 5.000 Euro und gehen in die Klasse über 200.000 Euro Umsatz pro Monat. Die Transaktionskosten von 0,35 Euro sinken erst ab der vierten Umsatzklasse (ab 20.000 Euro) auf 0,29 Euro.

Der prozentuale Anteil des Disagio richtet sich nach der Anzahl den Transaktionen pro Monat. Je niedriger die Transaktionen pro Monat umso höher ist der prozentuale Anteil des Disagio vom Umsatz.²⁹

2.9 Paysafecard

Besonders geeignet ist die Paysafecard bei der Nutzung von Online-Spielen oder Spiele über die Sozialen Netzwerke. Des Weiteren wird die Paysafecard bei der Telefonie und Kommunikation genutzt z. B. bei Skype. Natürlich ist der Einsatz der Paysafecard auch bei den normalen Online-Shops möglich.³⁰

Bei weltweit 300.000 Verkaufsstellen können Kunden Paysafecards in Wert von zehn, fünfundzwanzig, fünfzig und auch hundert Euro wählen.

Kunden, die eine Karte erwerben, erhalten einen sechszehn stelligen PIN-Code. Der PIN-Code dient in erster Linie zur Bezahlung im Online-Geschäft, des Weiteren ist er für die Sicherheit des Kunden verantwortlich. Durch den PIN-Code müssen Kunden, die online einkaufen keine weiteren Angaben über Ihre Person angeben. Haben Kunden mehrere Paysafecards können sie diese miteinander kombinieren, um mit noch höheren Beträgen zu bezahlen. Dabei müssen sie nur auf die Funktion klicken „Karten miteinander verbinden“ und die PIN-Codes der jeweiligen Karte eingeben. Beim Kauf der ersten Paysafecard muss der Kunde ein Passwort bei www.paysafecard.com ein anlegen.

Der Händler hat nur Kosten zu tragen, wenn Transaktionen zwischen Händler und Käufer stattfinden. Die Kosten unterscheiden sich zwischen den physischen Güter (Tangible Güter) und nicht physischen Güter (Intangible Güter). Bei den physischen Gütern werden 5,5 Prozent und bei den nicht physischen Gütern werden zwölf Prozent vom Umsatz abgezogen. Bei Micropayments die zwischen 0,01 – 5 Euro liegen müssen die Unternehmen bis zu 25 Prozent ihres Umsatzes abgeben. Die Vertragslaufzeit zwischen Händler und Paysafecard liegt bei einem Jahr und kann natürlich verlängert werden.³¹

²⁹ Vgl. <http://www.clickandbuy.com> (Konditionen) (Stand 20. Juni 2011)

³⁰ Vgl. <http://www.paysafecard.com> (Bezahlen) (Stand 11. Juli 2011)

³¹ Vgl. Ketterer K.; Stroborn K / Becker, M. / Röper R. (2002) / S. 250 - 264

2.10 Sofortüberweisung

Die Sofortüberweisung ermöglicht es den Kunden schon während einer Bestellung eine Überweisung über das Online-Banking-Konto zu tätigen. Der Händler erhält daraufhin eine Echtzeitbestätigung. So wird die Ware aus dem Lager oder auch digitale Güter sofort an den Kunden versendet. Der Kunde erhält seine bestellte Ware schneller und der Händler kann den Umsatz sofort auf seinem Konto verbuchen.³²

Händler die, die Sofortüberweisung nutzen wollen, müssen sich bei der Payment network AG registrieren. Nach der Registrierung können die Händler auswählen ob sie das Zahlungssystem auf ihrer Web-Seite selber einfügen oder über die Partner der Payment Network AG. Die Händler müssen sich für mindestens zwölf Monate anmelden.³³

Sobald das System im Shop integriert ist verläuft der Transaktionsablauf relativ einfach. Der Kunde sucht wie gewohnt auf der Web-Seite des Online-Händlers ein Produkt aus und geht dann zur Kasse. Dort wählt er als Zahlungsmittel die Sofortüberweisung aus. Mit der Auswahl der Sofortüberweisung muss der Kunde seine Bankdaten mit der dazugehörigen PIN und TAN auf „www.sofortüberweisung.de“ eingeben. Nach der Eingabe erhält der Online Händler die Bestätigung und kann die Ware an den Kunden verschicken.³⁴

Bei den Kosten nach den Branchen unterscheiden sich die Kosten jeweils nach der Transaktionsgebühr und dem Mindestbetrag pro Transaktion.³⁵ Bei den Payment Service Provider gibt es eine zusätzliche Registrierungsgebühr von 2.500 Euro und eine monatliche Bereitstellungsgebühr von 99,00 Euro.³⁶

3 Auswertung der traditionellen Zahlungssysteme

Das Ergebnis der traditionellen Zahlungssysteme ist nicht überraschend ausgefallen. Die Online-Händler legen großen Wert auf die Zahlungsgarantie der Kunden.

Die Zahlung im Voraus hat in einigen Kriterien die Bestnote erzielt. Wie schon erwähnt gibt es eine hundertprozentige Garantie, dass der Kunde die Ware zahlt. Der gesamte Einkaufs- und Verkaufsprozess wird aus der Sicht des Unternehmens schneller durchgeführt, wenn dieser seine Forderung (Ware gegen Zahlung) schneller bekommt. Deshalb gibt es für die Vorauszahlung die Bestnote in Benutzerfreundlichkeit, Geschwindigkeit und fließender Prozess.

Dicht gefolgt wird die „Zahlung im Voraus“ von „der Zahlung per Rechnung“. Die Zahlung per Rechnung wird von den Kunden am meisten akzeptiert bzw. als Zahlungssys-

³² Vgl. <https://www.payment-network.com> (Käuferbereich) (Stand 11. Juli 2011)

³³ Vgl. Handbuch Sofortüberweisung (Stand 11. Juli 2011)

³⁴ Vgl. ebd. (2011) / S. 6

³⁵ Vgl. <https://www.payment-network.com> (Tarife) (Stand 11. Juli 2011)

tem gewählt. Bei den Zahlungsausfällen hat die „Zahlung auf Rechnung“ am schlechtesten abgeschnitten. Am schlechtesten abgeschnitten hat die „Zahlung per Nachnahme“.

Die Zahlung per Rechnung hat in allen angegebenen Kriterien die besten Ergebnisse erzielt. Nur die Kosten für die Zahlung per Rechnung sind im Vergleich für die Zahlung im Voraus etwas höher. Teilweise ist es so, wenn Unternehmen die Zahlung per Rechnung anbieten, verlangen sie eine Gebühr für den Überweisungsschein.³⁷ Ein weiteres Merkmal welches für die Zahlung per Rechnung spricht ist, dass der Kunde erst seine bestellte Ware bekommt und diese dann innerhalb einer bestimmten Zeit bezahlen muss. Die Zahlung per Rechnung wird von den Kunden so gut bewertet, aufgrund Ihrer langjährigen Benutzung.

Das schlechteste Ergebnis bei der Kundensicht hat die Zahlung per Nachnahme bekommen. Die Zahlung per Nachnahme ist bei den Kunden nicht so gefragt, weil erstens sind es i. d. R. sehr hohe zusätzliche Kosten die dem Kunden entstehen und zweitens muss der Kunde beim Empfang seiner Ware unbedingt vor Ort sein.

Die Zahlung im Voraus wird von Kunden ebenfalls akzeptiert, jedoch ist das Problem bei diesem Zahlungssystem, dass der Kunde erst die Ware bezahlen muss und dann wird ihm seine gekaufte Ware zu geschickt.

4 Auswertungen der elektronischen Zahlungssysteme

Die Sofortüberweisung erfüllt alle Kriterien, die für den Online-Händler wichtig sind. Das Problem an der Sofortüberweisung ist, dass diese bei den Kunden noch nicht so anerkannt ist. Die Kreditkarte und das Lastschriftverfahren sind ebenfalls gut ausgefallen, da sie bei den Online-Händlern viel länger im Betrieb eingesetzt werden. Für das Zahlungssystem Paypal entscheiden sich immer mehr Online-Händler, das liegt vor allem an der hohen Verbreitung auf der ganzen Welt.

Die Paysafecard ist am schlechtesten ausgefallen, weil die prozentualen Kosten für Micropayments mit 25 Prozent zu hoch sind. Außerdem rentiert sich das System nicht für den Online-Händler, da Kunden dieses System gar nicht kennen bzw. nutzen.

Viele der Bewertungen sind identisch ausgefallen. Das wird darauf zurückgeführt, dass der Markt für elektronische Zahlungssysteme seit dem Wachstum des E-Commerce sehr groß geworden ist. Die Anbieter von Zahlungssystemen versuchen gegen die starke Konkurrenz an zu kämpfen. So entsteht der Effekt, dass die geforderten Kriterien der Online-Händler erfüllt werden. Die hohe Sicherheit und der Schutz vor Zah-

³⁶ Vgl. <https://www.payment-network.com> (Tarife) (Stand 11. Juli 2011)

³⁷ Vgl. www.amazon.de (Stand. 15. Juli 2011)

lungsausfällen die eine wichtige Rolle für Online-Händler spielen werden von allen Zahlungssystemen gewährleistet.

Die Kunden achten bei elektronischen Zahlungssystemen darauf, dass sie weit im Internet verbreitet sind d. h. wenn viele Händler ein bestimmtes Zahlungssystem anbieten, kann es nicht verkehrt sein es zu benutzen. Der größte Vorteil der Kunden gegenüber Online-Händler ist, dass den Kunden bei der Nutzung so gut wie keine Kosten anfallen, jedoch ist in den meisten Fällen eine Registrierung notwendig.

Paypal ist aus der Sicht der Kunden das beste elektronische Zahlungssystem beim Onlineeinkaufen. Paypal bietet den Kunden eine einfache Nutzung und weil das System mit ebay zusammenarbeitet können die Kunden sogar Geld auf ihr Paypalkonto empfangen. Die Paysafecard hat das schlechteste Ergebnis erzielt, da sie kaum von Online-Händler angeboten wird.

Elektronische Zahlungssysteme haben alle zusammen einen großen Nachteil für den Kunden. In den vorangegangenen Kapiteln wurde beschrieben wie wichtig es dem Kunden ist seine Ware vor dem Kauf zu bekommen. Bei den elektronischen Zahlungssystemen ist es jedoch so, dass zuerst das Konto des Kunden belastet wird und er anschließend seine Ware erhält. Aufgrund der geringen Bekanntheit auf dem Markt, hat die Sofortüberweisung ein schlechtes Ergebnis erzielt.

Literaturverzeichnis

Amazon (2011), Startseite, www.amazon.de (Stand 16. Juni 2011)

Click and Buy (2011), Konditionen,
http://www.clickandbuy.com/DE_de/partner/konditionen.html (Stand 20. Juni 2011)

Click and Buy (2011), Zahlen und Fakten,
http://www.clickandbuy.com/DE_de/partner/index/zahlen-und-fakten.html (Stand. 20. Juni 2011)

Geldkarte (2011), Einsatzmöglichkeiten,
http://www.geldkarte.de/_www/de/pub/geldkarte/geschaeftpartner/geldkarte-akzeptanz/einsatzmoeglichkeiten/im_internet.php (Stand: 16. Juni 2011)

Geldkarte (2011), Fakten und Zahlen,
http://www.geldkarte.de/_www/de/pub/geldkarte/presse/hintergrund-informatio-nen/daten_zahlen_fakten/geldkarte_in_zahlen/lade_bezahl_transaktionen_print.htm
(Stand 16. Juni 2011)

Geldkarte (2011), Kartenlesegerät, http://www.geldkarte-shop.de/product_info.php/product/cyberJack_secoder-RSCT (Stand 16. Juni 2011)

Geldkarte (2011), Kosten Kunden,
https://geldkarte.de/_www/de/pub/geldkarte/privatnutzer/geldkarte_im_einsatz/laden_und_entladen.php (Stand 16. Juni 2011)

Google (2011), E-commerce Leitfaden,
http://www.google.de/imgres?imgurl=http://www.ecommerce-leitfaden.de/images/big/E-Commerce-Leitfaden_Erfolgreich_im_elektronischen_Internet-Handel_Abb4-3_gross_Ablauf_einer_Zahlung_per_Lastschrift.jpg&imgrefurl=http://www.ecommerce-leitfaden.de/zahlen-bit-te.html&usg=__fsVfb0AQnnAyl7nNDTibBBUYPg8=&h=904&w=1279&sz=117&hl=de&start=0&zoom=1&tbnid=iPC_mUB7PkVIVM:&tbnh=164&tbnw=232&ei=zUkcTtz7KpD4sgaO6pikBw&prev=/search%3Fq%3DAblauf%2BLastschriftverfahren%26um%3D1%26hl%3Dde%26sa%3DN%26biw%3D1280%26bih%3D669%26tbn%3Disch&um=1&itbs=1&iact=hc&vpx=477&vpy=290&dur=3660&hovh=189&hovw=267&tx=96&ty=115&page=1&ndsp=14&ved=1t:429,r:6,s:0 (Stand 28. Juni 2011)

Gute-Tipps (2011), <http://www.gute-tipps.info/konten-karten/kreditkarten/> (Stand 16. Juni 2011)

Handbuch Sofortüberweisung (2011), https://www.payment-network.com/sue_de/online-anbieterbereich/Installation-support/eigene_integriation
(Stand: 28. Juni. 2011)

- Kannen, Martina (2001)**, E-Payment im Internet für KMU, Kompetenzzentrum Elektronischer Geschäftsverkehr, Bonn 2001
- Kenneth, C. Laudon / Carol, Guercio Traver (2011)**, E-Commerce 2011 Business-Technology-Society, 7 Aufl., British Library, Harlow 2011
- Ketterer, K. / Stroborn, K. / Becker, M. / Röper R. (2002)**, Handbuch ePayment, Zahlungsverkehr im Internet: Systeme, Trends, Perspektiven, Deutscher Wirtschaftsdienst, Köln 2002
- Lammer Thomas / Barthold Philipp (2006)**, Handbuch E-Money, E-Payment & M-Payment, Physica-Verlag, Heidelberg 2006
- Lammer Thomas / Koppe Volker (2006)**, Handbuch E-Money, E-Payment & M-Payment, Physica-Verlag, Heidelberg 2006
- Lammer Thomas / Müller Michael (2006)**, Handbuch E-Money, E-Payment & M-Payment, Physica-Verlag, Heidelberg 2006
- Micropayment (2011)**, Produkte, <https://www.micropayment.de/?page=products-debit> (Stand 28. Juni 2011)
- Micropayment (2011)**, Startseite, www.micropayment.de (Stand 28. Juni 2011)
- Payment Network AG (2011)**, Käuferbereich, https://www.payment-network.com/sue_de/kaeuferbereich/start (Stand 28. Juni 2011)
- Payment Network AG (2011)**, Tarife, https://www.payment-network.com/sue_de/online-anbieterbereich/tarife (Stand 28. Juni 2011)
- PayPal (2011)**, Express, <https://www.paypal-deutschland.de/haendler/unsere-loesungen/loesungsueberblick/express-kauf.html> (Stand 20. Juni 2011)
- Paysafecard (2011)**, Bezahlen, <http://www.paysafecard.com/de/bezahlen/> (Stand 11. Juli 2011)
- Porter, Michael (2008)**, On Competition, 11. Aufl., Harvard Business School, USA 2008
- Rohland Oliver (2000)**, E-Commerce für kleine und mittlere Unternehmen, Rohland Oliver Verleger, Düsseldorf 2000
- Schäfer Stefan (2002)**, Einführung von E-Business-Systemen in deutschen Unternehmen, Band 38, Josef Eul Verlag, Köln 2002
- Schutzmann Ingrid (2011)**, E-Payment, Internet World Business 2011
- Teichmann Rene (2001)**, E-Commerce und E-Payment, 1. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2001