

Pressemitteilung

Die Top-Online-Payment-Trends: Worauf Händler achten sollten

- Mehr als die Hälfte der Kunden sind an der Zahlungsmethode „Buy now, pay later“ (BNPL) interessiert
- 40 % haben BNPL bereits genutzt
- 24 % waren Opfer eines Online-Shop-Betrugs, 14 % eines Hackerangriffs

München 23.06.2022 – Die während der Pandemie etablierten Zahlungsverhalten wie kontaktloses Bezahlen oder BNPL-Lösungen entwickeln sich zu dauerhaften Trends. Das bestätigt eine neue Studie der Software-Bewertungsplattform Capterra. Dabei wurden 1.026 Online-Shopper aus Deutschland zu den wichtigsten Payment-Vorlieben befragt, die Online-Händler beachten sollten.

Online-Payment-Trend Nr. 1: Buy now, pay later (BNPL) implementieren

Das Interesse an BNPL ist in Deutschland sehr hoch. Mehr als die Hälfte der Online-Shopper (57 %) sind an dem Service interessiert, 40 % haben BNPL bereits genutzt. Vor allem bei jungen Menschen und beim Kauf von nicht-essenziellen Produkten ist das Interesse ausgeprägt.

„Online-Shops, die eine Zahlung per BNPL noch nicht anbieten, sollten sich über eine Implementierung Gedanken machen – vor allem, wenn sie Produkte verkaufen, die nicht zum täglichen Bedarf gehören und sich an jüngere Verbraucher richten. Shops sollten darauf achten, einen stabilen BNPL-Partner auszuwählen, der ein starkes wirtschaftliches Rückgrat hat“, rät Ines Bahr, Senior Content Analyst bei Capterra.

Online-Payment-Trend Nr. 2: Den passenden Anbieter für die Zahlungsabwicklung wählen

Die für die Kunden attraktivsten Zahlungsmethoden anzubieten, ist für Online-Händler entscheidend. Verfügen Online-Shops nicht über die bevorzugte Zahlungsmethode, riskieren sie, dass 37 % ihrer Kaufinteressenten abspringen: Dabei geben 15 % der befragten Teilnehmer an, den Bezahlvorgang einfach abzubrechen und 22 % suchen das Produkt anschließend in einem anderen Online-Shop.

PayPal bleibt 2022 das mit Abstand beliebteste Zahlungsmittel, und BNPL schafft es bereits unter die 5 meistgewählten Zahlungsoptionen; ausgesprochen beliebt sind noch die Banküberweisung und die Zahlung per Kreditkarte.

„Online-Händler sollten eine Zahlungsabwicklungs-Software nutzen, die die für ihre Kunden wichtigen Zahlungsmethoden lückenlos ermöglicht. Weiterhin raten wir, einen Zahlungsdienstleister auszuwählen, der einen Schutz vor Zahlungsausfällen bietet, damit Shops bei Ausfällen nicht selbst das Risiko tragen müssen“, erklärt Ines Bahr.

Online-Payment-Trend Nr. 3: Für Datensicherheit beim Online-Shopping sorgen

14 % der Umfrageteilnehmer sind in den letzten 10 Jahren Opfer eines Hackerangriffs geworden (zum Beispiel wurden die Kreditkarten- oder Bankdaten der Kunden gestohlen). Unter den Hacking-Opfern wurden von 37 % die Zahlungsdaten aus der Datenbank der Website bzw. des Anbieters gestohlen und 23 % fielen selbst auf eine Phishing-E-Mail rein. Bei 21 % der Betroffenen führte der Vorfall dazu, dass sie jetzt weniger online einkaufen als zuvor.

24 % wurden bereits Opfer von Betrug (beispielsweise Kunden, die ihre Produkte nicht erhalten haben oder in einem gefälschten Shop gekauft haben). Der Online-Shop-Betrug führte bei 26 % der Opfer dazu, dass sie jetzt weniger online kaufen.

„Kunden verlieren nach einem Hackerangriff das Vertrauen in einen Online-Shop. Es ist daher entscheidend für Online-Shops, ihre Kundendaten zu schützen. Dies kann durch die Investition in Cybersicherheits-Software geschehen. Viele E-Commerce-Lösungen haben bereits Sicherheitsfunktionen integriert, jedoch sollten diese durch Sicherheits-Software ergänzt und ausgeweitet werden“, rät Ines Bahr.

Online-Payment-Trend Nr. 4: Für einen einfachen und schnellen Check-out-Prozess sorgen

„Online-Händler sollten ihren Kunden nach einem Kauf eine Bestätigungs-E-Mail senden, einen Gast-Login anbieten, Fortschrittsindikatoren einführen, sich auf den mobilen Check-out fokussieren und sowohl Ein-Klick-Zahlungen als auch eine Authentifizierung anbieten. Dadurch können Online-Händler ihren Kunden einen schnellen Login- und Check-out-Prozess ermöglichen“, kommentiert Ines Bahr.

Methodik:

Um die Daten für diesen Bericht zu sammeln, führte Capterra im März und April 2022 eine Online-Umfrage durch. Die Umfrage wurde an 2009 Teilnehmer versandt, von denen 1026 Verbraucher für die Teilnahme ausgewählt wurden. Die Auswahlkriterien für die Teilnehmer lauten wie folgt:

- Teilnehmer sind zwischen 18 und 75 Jahre alt*
- Haben ihren Wohnsitz in Deutschland*
- Kaufen mindestens einmal im Monat online ein (für ihren privaten Gebrauch)*
- Wissen, was „Jetzt kaufen, später bezahlen“-Angebote bzw. „Buy now, pay later“ (BNPL) ist.*

Über Capterra

Capterra hilft Unternehmen weltweit, die richtige Software für ihre Anforderungen zu finden. 1999 gegründet, bietet Capterra mit seiner globalen Produktpräsenz, verifizierten Nutzerbewertungen, unabhängigen Testberichten und maßgeschneiderten Vergleichstools jeden Monat mehr als fünf Millionen Käufern Zuversicht bei der Softwareauswahl. Weitere Informationen unter <http://www.capterra.com.de>.