

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

IFH Köln
Melanie Günther
Unternehmenskommunikation
+49 (0) 221 943607-23

m.guenther@ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

Payment-Dienstleister hoch im Kurs: Immer mehr Onlinehändler setzen auf Unterstützung im Payment-Dschungel

Köln, 26. Februar 2019 – Kauf auf Rechnung, Lastschrift, Digital Wallets & Co.: Das Angebot des richtigen Payment-Mixes erfordert auf Händlerseite viel Zeit, Geld und vor allem Know-how. Aufgrund der zunehmenden Komplexität hinsichtlich Integration und Sicherheit setzen Onlinehändler somit vermehrt auf die Unterstützung durch Payment-Service-Provider oder andere Payment-Dienstleister. Das zeigt die aktuelle ECC-Payment-Studie Vol. 23, für die das ECC Köln und Prof. Dr. Malte Krüger auch 2018 wieder das Thema Online-Payment aus Konsumenten- und Händlersicht unter die Lupe genommen haben.

So arbeitet etwa die Hälfte der befragten Händler bereits mit einem Dienstleister zusammen, ein weiteres Fünftel plant die Zusammenarbeit.

„Payment ist nach wie vor keine Kernkompetenz des Handels. Die Payment-Welt sowie die Kundenanforderungen werden immer vielfältiger. Doch auch wenn immer mehr Servicedienstleister ihre Hilfe bieten, kommt der Handel nicht umhin, seine Hausaufgaben zu machen“, erläutert Mailin Schmelter, Teamleiterin am ECC Köln.

Vielfältige Tools und Services zur Prozessoptimierung

Da der Handel die Konsumentenwünsche hinsichtlich der angebotenen Zahlungsverfahren mittlerweile weitestgehend erfüllt, rückt die Optimierung interner Prozesse zunehmend in den Fokus. Diese sorgen nicht nur für eine schnellere Zahlungsabwicklung und effizientere Bestell- und Liefervorgänge, sondern sparen Händlern auch bares Geld. Payment-Dienstleister können dabei unterstützen, Prozesse zu vereinfachen oder einzelne Arbeitsschritte übernehmen.

So nutzt bereits ein Drittel der befragten Händler Services und Tools eines Payment-Dienstleisters, um die eigene Buchhaltung zu optimieren. Des Weiteren zeigen rund 40 Prozent Interesse an einer Zusammenarbeit in diesem Bereich. Besonders vorteilhaft wird die Bereitstellung einheitlicher Abrechnungsdateien durch den Zahlungsdienstleister erachtet. Aber auch Tools für ein einheitliches Transaktions-Reporting oder zur manuellen Autorisierung und Nachbearbeitung von Zahlungstransaktionen über verschiedene Absatzkanäle hinweg werden in einem Drittel der Fälle in Anspruch genommen.

Payment-Dienstleister avancieren zum Allround-Partner

Payment-Dienstleister offerieren vermehrt Zusatzservices, die über das eigentliche Kernangebot hinaus gehen und entwickeln sich somit zunehmend zum Allround-Partner des Handels. Für 51 Prozent der befragten Onlinehändler ist insbesondere die Übernahme der Rücksendekosten durch den Dienstleister interessant. Die Unterstützung im Rahmen des Fulfillments (Verpackung und Versand von Waren) ist für 41 Prozent der befragten Handelsunternehmen attraktiv. Weitere 32 Prozent der Händler können sich vorstellen, sensible Bankleistungen wie Kredite oder die Kontoführung durch den Payment-Dienstleister in Anspruch zu nehmen.

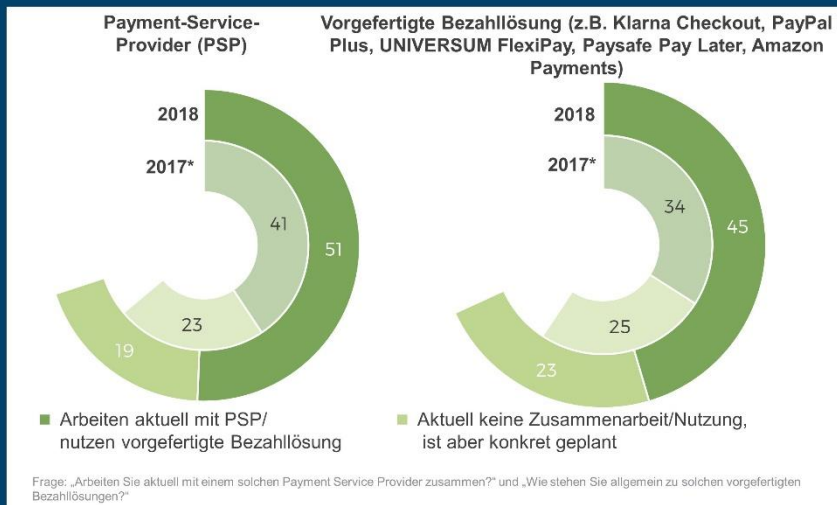
Wörter der Meldung: 361

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.917

ZUSAMMENARBEIT MIT DIENSTLEISTERN



Dienstleister im Paymentsektor werden für den Handel immer wichtiger – etwa die Hälfte der Händler arbeitet bereits mit einem Dienstleister zusammen, ein weiteres Fünftel plant die Zusammenarbeit.



2018: n = 383; 2017: n = ; Angaben in Prozent



© - Fotolia_3271897_XS

*ECC-Payment-Studie Vol. 22, Köln, 2018.

Die wichtigsten Zahlen im Überblick:

- 51 Prozent der befragten Onlinehändler arbeiten bereits mit einem Payment-Service-Provider (PSP) zusammen; weitere 19 Prozent planen eine Zusammenarbeit bereits konkret.
- Circa ein Drittel der Händler nutzt bereits Services und Tools zur Optimierung der Buchhaltung, weitere 40 Prozent zeigen Interesse.
- 51 Prozent interessieren sich insbesondere für die Übernahme der Rücksendekosten durch den Dienstleister.
- 41 Prozent empfinden die Unterstützung im Rahmen des Fulfillments als attraktives Angebot.
- 32 Prozent der Händler können sich vorstellen, sensible Bankleistungen wie Kredite oder die Kontoführung durch den Payment-Dienstleister in Anspruch zu nehmen.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Für die „ECC-Payment-Studie Vol. 23 – Der Payment-Markt aus Sicht der Händler und Konsumenten“ hat das ECC Köln in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Malte Krüger 2.000 Konsumenten im November 2018 befragt, davon 1.000 aus Deutschland, 500 aus Österreich und 500 aus der Schweiz. Darüber hinaus wurde im November und Dezember 2018 eine Umfrage unter 298 deutschen Onlinehändlern durchgeführt. Experteninterviews ergänzen die Befragung. Die ECC-Payment-Studie nimmt bereits zum 23. Mal die Bekanntheit, Nutzung und Bewertung von Zahlungsverfahren sowie Trendthemen im Payment-Markt aus Sicht von Onlineshoppern und Shopbetreibern unter die Lupe.

Die ECC-Payment-Studie wurde unterstützt von folgenden Unternehmen: PayPal Deutschland GmbH, Computop GmbH, Klarna GmbH, UNIVERSUM Group, Paysafe Pay Later™.

Die Studie kann online bestellt werden: www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie

Über das ECC Köln

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigem Markt und Customer

Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. *Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln.*

Mehr unter: www.ecckoeln.de