E-COMMERCE

Volle Einkaufswagen

Vor einem Jahr startete PayPal eine Ratenzahlungsofferte. Diese soll Online-Händlern Wachstumsmöglichkeiten bieten. Eine Alternative für Autohausunternehmer?

Ratenzahlungsangebote ziehen Kunden an, die flexibler bei der Bezahlung sein möchten.

Reifenhändler sowie Autozubehör-, Ersatzteil- und Tuninganbieter haben die Chancen offenbar schon erkannt. Die Rede ist von „Ratenzahlung Powered by PayPal". Vor rund zwölf Monaten adressierte der Pionier fürs digitale Bezahlen, der übrigens kommendes Jahr schon sein 20-jähriges Unternehmensjubiläum feiert, damit zum ersten Mal Online-Händler. Man sei zufrieden mit der Resonanz dieser Klientel, hieß es nun von Paypal Deutschland auf Anfrage von AUTOHAUS. Die Bezahllösung biete sowohl Verbrauchern als auch Händlern einen echten Mehrwert. Letztere könnten „ihr Geschäft weiter ausbauen und neues Wachstum generieren".

Das würde sicher auch dem einen oder anderen Autohausunternehmer gefallen. Aber ist das Ganze überhaupt eine Alternative für deren Online-Shops? Grundsätzlich muss man wissen, dass die Bezahllösung für Warenkörbe von maximal 5.000 Euro in Frage kommt. Und dass diese Warenkörbe mit physischen Gütern gefüllt sein müssen, die man verschicken kann. Eben Reifen, Ersatzteile oder Zubehör. „Dienstleistungen wie eine Werkstattrechnung lassen sich nicht auf diesem Weg finanzieren", teilte Paypal Deutschland mit.

Direkter Abschluss

Findet der Käufer seinen Traumrädersatz im Online-Shop, kann er dort direkt den Ratenzahlungsantrag stellen. Auch ohne PayPal-Konto. Laut der Bezahlplattform schließt der Antrag eine Echtzeit-Bonitätsprüfung ein, für die der Antragssteller lediglich Daten wie Namen, Anschrift, Bankverbindung und Geburtsdatum eingeben muss. „Der gesamte Prozess verläuft komplett online und damit medienbruchfrei", hieß es von PayPal.

Während der Kunde dann seinen Rädersatz in Raten von sechs, zwölf oder 24 Monaten online bezahlt, erhält der Händler den dafür fälligen Kaufbetrag sofort – abzüglich der anfallenden Gebühren. Man übernehme den kompletten Zahlungseinzug und das Risikomanagement, so Paypal Deutschland. Zudem können E-Commerce-Fans das Angebot von Sondertilgungen und einer vorzeitigen Rückzahlung in Anspruch nehmen – gut in Sachen Kundenfreundlichkeit.

Manuell oder als Modul

Die Einbindung baut laut dem Anbieter auf dem bestehenden PayPal-Prozedere auf. „Händler können die Integration entweder manuell in ihrem Shop integrieren oder können auf das Modul eines Shopsystem-Partners zurückgreifen", so der Tipp von PayPal Deutschland. Dazu zählen aktuell etwa Computop, Gambio, Magento, Modified, Oxid, Prestashop, Shopware und xt-Commerce.

Interessant: Laut einer Studie steigert das Ratenkaufangebot den Warenkorbwert um elf Prozent, weil die Kunden dann gerne zu teureren Produkten greifen würden.

Patrick Neumann ■

AUTOHAUS next

DIGITALE KANÄLE VERSTEHEN

Wer seine digitalen Kanäle richtig einsetzen möchte, der sollte sich unter AUTOHAUS next das Videotraining von Peter Lorenzen zu Gemüte führen. Die drei Module heißen: „Digitale Kanäle richtig nutzen" (12:48 min), „Kaufinteressenten genau im Kaufprozess abholen" (16:58 min) und „Alle Touchpoints" (27:51 min). Viel Spaß beim Trainieren am neuen eCampus!

Patrick Neumann,
stellv. Chefredakteur AUTOHAUS

„Auch in der digitalen Welt ist es wichtig, dass sich der Kunde wohlfühlt und Vertrauen hat. Peter Lorenzen zeigt Ihnen auf AUTOHAUS next, wie das gelingt."

next.autohaus.de

Fotos: Cybrain/stock.adobe.com, AUTOHAUS