E-COMMERCE

B2B-Handel plant Anpassungen bei den Bezahlverfahren

Rechnung, Vorkasse, Bezahlung bei Abholung und Lastschrift sind die Top-Zahlungsverfahren im digitalen B2B-Geschäft. Das zeigen die Ergebnisse des B2B-E-Commerce-Konjunkturindex, einer Initiative der Intellishop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln. Für die Erhebung wurden im Zeitraum vom 23. September 2019 bis zum 7. Oktober 2019 30 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen online befragt.

Nach Angaben der B2B-Entscheider können bei etwa jedem dritten befragten Unternehmen Zahlungen außerdem per Firmen- oder privater Kreditkarte getätigt werden. Paypal rangiert im B2B-Geschäft auf Platz 6 unter den angebotenen Bezahlverfahren (28 Prozent). Finanz-/Ratenkauf, Leasing, Sofortüberweisung und Paydirekt stehen am Ende des Top-10-Rankings. Dieses spiegelt sich auch im Nutzungsverhalten der B2B-Kunden im E-Commerce wider: Bezahlung per Rechnung wird nach Einordnung der Befragten von ihren B2B-Kunden auch am häufigsten genutzt.

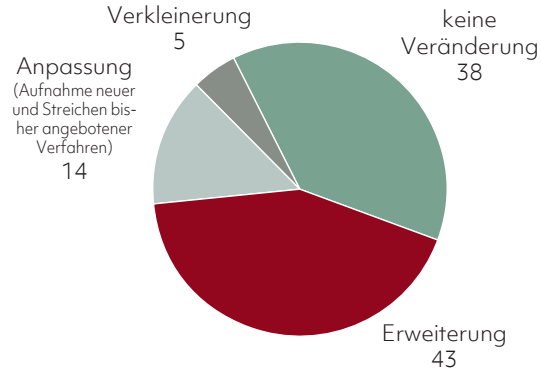
Die Auswahl an Zahlungsverfahren wirkt sich nach Einschätzung der Befragten im Vergleich zum B2C-Bereich im B2B weniger stark auf die Kaufabschlüsse aus. Dieser Aussage stimmen 38 Prozent der Befragten voll zu, weitere 48 Prozent eher zu. Dennoch 62 Prozent der B2B-Unternehmen, ihr Angebot an Bezahloptionen in den nächsten ein bis zwei Jahren zu verändern.

Mit 43 Prozent plant ein Großteil der befragten B2B-Unternehmen, das Angebot zu erweitern und zusätzliche Zahlungsverfahren anzubieten. 14 Prozent möchten zwar weitere Zahlungsverfahren im E-Commerce eingliedern, dafür aber andere, aktuell angebotene Verfahren aus dem Portfolio streichen. Nach Einschätzung der B2B-Entscheider werden nur 5 Prozent ihr Zahlungsangebot insgesamt verkleinern. 48 Prozent der Befragten richten ihr Zahlungsangebot für einen Kunden nach dem jeweiligen Kundenstatus aus. Ebenso viele B2B-Unternehmen verzichten aber auch auf einen solchen Mechanismus und machen hinsichtlich des Kundenstatus keine Unterschiede.

Kundenspezifische Preisstrukturen sind hingegen für mehr B2B-Unternehmen ein Thema: Fast 9 von 10 der B2B-Unternehmen setzen sich damit auseinander, je nach Kunde unterschiedliche Preise auszuspielen. Um Auskünfte über ihre Kunden zu erhalten, sehen 91 Prozent der B2B-Entscheider Auskunfteien als eine gute Möglichkeit an.

Neben dem reinen Angebot an Zahlungsverfahren spielt auch die Transparenz der Zahlungsprozesse eine wichtige Rolle: Fast drei Viertel der Befragten geben an, dass sie in ihrem B2B-Unternehmen stetig versuchen, die Transparenz des Zahlungsprozesses für ihre Kunden zu verbessern. Red.

Fast zwei Drittel der B2B-Händler planen Veränderungen beim Bezahlportfolio



in Prozent

Quelle: Intellishop/ECC Köln, E-Commerce-Konjunkturindex

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH