

# Buy now, pay later

Von Ewald Judt und Claudia Klaus-egger – „Buy now, pay later“, „Kaufe jetzt, zahle später“ wurde erstmalig vom ambitionierten schwedischen Fintech Klarna mit den vier Buchstaben BNPL promoted und in ein erfolgreiches Geschäftsmodell umgesetzt. Aber ist „Buy now, pay later“ nichts anderes als alter Wein in neuen Schläuchen? Diese Redewendung trifft auf BNPL tatsächlich zu. Alter Wein, da es seit langem den Kauf auf Kredit gibt, in neuen Schläuchen, weil die Art, wie dieser Kauf abgewickelt wird, neu, bislang erfolgreich und – wie es scheint – profitabel ist. Der Unternehmenswert von Klarna hat sich in kurzer Zeit auf zig Milliarden US-Dollar vervielfacht. Im Kern ist „Buy now, pay later“ aber nichts anderes als ein Konsumentenkredit, der in den Checkout mit allen anderen Zahlungsmöglichkeiten eingebettet ist.

Kredite an private Konsumenten hatten ihren ersten Boom in der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg, als Teilzahlungs-/Ratenkredite der Versandhäuser sowie durch Spezialbanken, wobei Teilzahlungskredite ausbezahlt wurden, ohne dass der Händler involviert war (Kundenfinanzierung), und solche, wo der Teilzahlungskredit aufgrund eines Rahmenvertrags der Teilzahlungsbank mit dem Händler vergeben wurde (Absatzfinanzierung). Der Erfolg dieser Kreditform führte dazu, dass nach der Implementierung der privaten Girokonten in den sechziger Jahren nahezu alle Retailbanken Konsumentenkredite anboten, wodurch die Teilzahlungsbanken beträchtlich Marktanteile und ihre führende Stellung bei Konsumentenkrediten verloren.

## Konsumentenkredit statt Kreditkarten

Der Konsumentenkredit, das Kreditgeschäft mit privaten Haushalten unterschiedlicher Berufsgruppen und sozialer Schichten, ist heute eine der wichtigsten Ertragsquellen aller Retailbanken, wenngleich diese pandemiebedingt derzeit etwas stagnieren. Das Geschäft beruht auf zwei Standbeinen: zum einen auf dem Dispositionskredit, wo bis zu einem vereinbarten Betrag zu

vereinbarten Zinsen das Girokonto überzogen werden kann, und zum anderen auf Krediten an Private mit einem eigenen Vertrag, der vor allem Kreditbetrag, Zinsen/Konditionen, Laufzeit und Raten enthält.

Angesichts dieses Erfolgs der Konsumentenkredite hatten es die „echten“ Kreditkarten, die Kreditkarten mit einem revolvingenden Kredit, im Gegensatz zu den „delayed debit“ Kreditkarten, bei denen nur ein kurzer Laufzeitkredit zur Abrechnung/Abbuchung vorlag, schwer, am Markt zu reüssieren. Nur ein kleiner Teil der Kreditkarten waren und sind heute revolvingende Kreditkarten. Sie werden meist von Banken emittiert, die auf das (Kredit)Geschäft mit privaten Kunden fokussiert sind. Auch bei den am Markt nicht bedeutsam gewordenen „co-branded“ Kreditkarten mit Kreditfunktion konnte sich die Kreditnutzung am deutschen Markt nicht nachhaltig durchsetzen.

## Klarna trifft den Zeitgeist

Startpunkt der BNPL-Funktion war für Klarna der Aufschwung des E-Commerce – nicht erst seit Corona, sondern bereits davor – und der damit einhergehende Trend, Einkäufe online zu tätigen und online zu bezahlen. Mit seinem Angebot hat Klarna offenbar den Zeitgeist getroffen – ein einfach

abzuschließender Online-Kredit wird dem persönlichen Ansuchen um einen Konsumentenkredit vorgezogen.

Mittlerweile ist Klarna nicht mehr alleiniger Anbieter am Markt und „Buy now, pay later“ beschränkt sich nicht mehr auf den E-Commerce, sondern ist auch am PoS verfügbar beziehungsweise wird auch dort verfügbar sein und es gibt für Händler bereits eine Reihe von BNPL-Anbietern.

## Herausforderung für Teilzahlungs- und Retailbanken

Für die klassischen Teilzahlungs- und Retailbanken ist BNPL eine Herausforderung, da sowohl ihre Dispositions- als auch ihre Ratenkredite starke Konkurrenz erhalten haben. Dieser Herausforderung zu begegnen wird nicht ganz einfach sein, da die Banken die Abwicklung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs beim Händler, das Acquiring, weitgehend aus der Hand gegeben haben.

So wie es – auch auf anderen Gebieten (zum Beispiel kontaktloses Bezahlen wird Usus) – derzeit aussieht, wird ein online einfach zu erhaltender Konsumentenkredit auch nach Pandemieende nicht weniger genutzt werden, sondern sich als normal angesehene Vorgangsweise weiter durchsetzen. Dazu trägt bei, dass BNPL in die Vielfalt der Zahlungslösungen eingebunden ist und die Nutzung dieser einen Kredit induzierende Zahlungsform weit über einen reinen



IHR ANSPRUCH IST EXPERTENWISSEN.  
UNSERER AUCH!

Unser RESEARCH SERVICE für Sie:

[WWW.KREDITWESEN.DE/RESEARCH](http://WWW.KREDITWESEN.DE/RESEARCH)

AKTUELLE STUDIEN RUND UM  
DAS RETAILBANKING

zum kostenlosen Download

Ratenkauf hinausgeht. Auf diese Weise können Kunden, wenn es an die Bezahlung der gekauften Waren oder Dienstleistungen geht, beim Checkout selbst bestimmen, wie sie zahlen und ob sie die Kreditmöglichkeit in Anspruch nehmen.

## Risiko der Schuldenfalle

Wenn BNPL gewählt wird, ist die Kreditrückzahlung äußerst flexibel. Es kann der ganze Betrag später in voller Höhe bezahlt werden und die Rückzahlung kann in mehreren festen Raten erfolgen. Zinsen werden vorab vereinbart und im Zahlungsplan berücksichtigt. Auch Zahlung auf Rechnung kann über BNPL erfolgen, wobei die Kunden die gekauften Produkte sofort erhalten und zum Beispiel erst 14 Tage später ohne Zinsverrechnung zahlen. Auf diese Weise können Kunden sofort bezahlen, später bezahlen und in Raten bezahlen und der gesamte Bezahlungsprozess ist in die Customer Journey integriert.

Vor allem junge Konsumenten, die jetzt kaufen wollen und nicht mit dem Kauf

eines Produkts warten wollen bis der notwendige Betrag erspart wurde, haben BNPL einen Push gegeben. Es zeigt sich jedoch, dass auch ältere Konsumenten, für die Ratenzahlung noch ein Begriff ist, BNPL nicht abgeneigt sind.

Für eine zunehmende Anzahl von Verbrauchern werden individualisierte Angebote mit unterschiedlichen Wahlmöglichkeiten, verbunden mit einer einfachen flexiblen Kreditmöglichkeit, bei der Bezahlung immer mehr zur Selbstverständlichkeit. Wie der Kredit im Hintergrund abgewickelt wird – durch den Händler, den kreditgebenden Payment Provider (mit Banklizenz) oder in Form einer gemeinsamen Lösung – ist zweitrangig. Auf jeden Fall muss die Lösung nutzerfreundlich sein, um einen einfachen und schnellen Zahlungsbeziehungsweise Kreditabschluss zu erreichen. Und – was derzeit nicht im Fokus steht – die vom Konsumenten zu zahlenden Zinsen werden dem Vergleich mit anderen Konsumentenkrediten, wie der Überziehung des traditionellen Girokontos, nicht nur standhalten, sondern günstiger sein müssen.

BNPL entspricht dem Zeitgeist für modernes Shopping. Es soll aber kritisch angemerkt werden, dass der einfache, schnelle und flexible Kredit das Tappen in die Schuldenfalle massiv erleichtert. Dies kann zu Problemen für die Käufer beziehungsweise Kreditnehmer führen, kann aber auch bei Krisen den BNPL-Anbietern Probleme bereiten.

Obwohl auch ältere Personen nicht davor geschützt sind, zahlungsunfähig zu werden, betrifft das Risiko der Schuldenfalle vor allem die jüngeren Konsumenten. So posten zum Beispiel junge Nutzer (scheinbar mit Stolz) ihre offenen Kontostände bei Klarna auf Tiktok. Es gilt daher für BNPL-Anbieter – auch im eigenen Interesse – dafür zu sorgen, dass ihre Kunden zahlungskräftig bleiben, um möglichst lang diesen Zahlungs-/Kreditservice nutzen zu können.

Dr. Ewald Judt ist Honorarprofessor der Wirtschaftsuniversität Wien, ewald.judt@wu.ac.at. Dr. Claudia Klausegger ist Assistenzprofessorin am Institut für Marketing-Management der Wirtschaftsuniversität Wien, claudia.klausegger@wu.ac.at.



**DIE DIGITALE BANK**

### Verlag und Redaktion

Verlag Fritz Knapp GmbH  
Gerbermühlstraße 9,  
60594 Frankfurt am Main,  
Postfach 700362,  
60553 Frankfurt am Main

Telefon + 49 (0) 69/970833-0  
Telefax + 49 (0) 69/7078400  
Internet: www.kreditwesende.de  
E-Mail: red.bum@kreditwesende.de

**Chefredaktion:** Philipp Otto (P.O.),  
Swantje Benkelberg (sb);  
**Redaktion:** Philipp Hafner (ph), Carsten  
Englert (ce), Miriam Veith (mv)

### Redaktionssekretariat und Lektorat:

Elke Hildmann  
**Satz und Layout:**  
Eckhard Gasteyer

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten

worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter [www.kreditwesende.de](http://www.kreditwesende.de).

**Verlagsleitung:** Philipp Otto  
**Anzeigenleitung:** Timo Hartig  
**Anzeigenverkauf:** Hans-Peter Schmitt,  
Telefon + 49 (0) 69/970833-43

Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 51 vom 1.1.2022.

**Erscheinungsweise:** Am 15. jeden Monats.

**Bezugsbedingungen:** Abonnementspreise inkl. MwSt. und Versandkosten: jährlich 549,30 Euro. Bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2 jährlich 285,36 Euro. Ausland: jährlich 579,90 Euro. Preis des Einzelheftes 25,00 Euro (zuzügl. Versandkosten). **Verbandabonnement** mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich 1.031,60 Euro.

Bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2 jährlich 545,38 Euro. Ausland: jährlich 1.136,00 Euro. Studentenabonnement: 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt. Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter  
Telefon + 49 (0) 69/970833-25

Als Supplement liegt „cards KARTEN cartes“ jeweils am 15. Februar, 15. Mai, 15. August und 15. November dieser Zeitschrift bei. Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

### Bankverbindungen:

Frankfurter Sparkasse, IBAN: D68 5005 0201 0200 1469 71, BIC: HELADEF1822  
Postbank Frankfurt, IBAN: DE96 5001 0060 0060 4826 09, BIC: PBNKDEFFXXX

**Druck:** Hoehl-Druck Medien + Service GmbH,  
Gutenbergstraße 1, 36251 Bad Hersfeld

ISSN 1433-5204

## Quellenangaben Fotos

Seite 2: Fritz Knapp Verlag GmbH; Seite 10: Vantage; Seite 11: ING, Wefox; Seite 14: AdobeStock/AndSus, N. Hax/Sparda Versicherungsservice; Seite 15: A. Kühle/Sparda Versicherungsservice; Seite 18: FKV, H. Diez/neue leben, John M. John; Seite 23: AdobeStock/alphaspirit, A. Hoffmann/Axa Partners; Seite 26: AdobeStock/Sashkin, R. Uibo/Tuum; Seite 29: AdobeStock/m.photo, L. Dannheim/privat; Seite 32: AdobeStock/BillionPhotos.com, U. Spankowski/Börse Stuttgart; Seite 35: AdobeStock/Alexander Limbach, S. Brabetz/mod IT Services; Seite 38: Spendsk; Seite 39: Verimi; Seite 40: S. Schmittroth/Commerzbank Alexandra Lechner, R. Müller/ING Deutschland, A. Aydin/OLB, F. Opitz/Sparkasse Fürstfeldbruck, M. Ringelhann/Sparkasse Holstein, D. Quinten/BVR, F. v. Löbecke/HDI, M. v. d. Heyde/Auxmoney, C. Mayenobe/Solarisbank, J. Möller/Fintecsystems.