Payment-Mix im Handel Ratenkauf ist wieder en vogue

Mittwoch, 26.06.2019

Der Ratenkauf hat in Deutschland eine lange Tradition. Bereits 1849 führte das Hamburger "Warenkredithaus" Alex Friedländer ein Teilzahlungsmodell ein, mit dem Kunden gegen Wochen- oder Monatsraten Textilien und später auch Möbel sowie andere Einrichtungsgegenstände finanzieren konnten. Die Grundidee des Ratenkaufs hat sich bis heute im Wesentlichen kaum verändert, geriet allerdings gerade in Deutschland in Vergessenheit und galt lange gerade im Zeitalter des E-Commerce als arriviert. Kunden verlangen allerdings explizit nach einer Ratenkaufoption, wie die Studie "Einkaufswelten 2017" der TeamBank AG hervorbrachte. Nun hat sich das Kreditinstitut erneut mit dem Thema Ratenkauf beschäftigt und gemeinsam mit ibi-research in der Studie "Ratenkauf im deutschen Einzelhandel – Status quo und Ausblick aus Händlersicht" Effekte und Akzeptanz einer möglichen Finanzierung auf Unternehmerseite untersucht.

Schon die erste Kennziffer der Studie zeigt, dass Händler sehr positiv gegenüber dem Ratenkauf eingestellt sind: 74% sehen allein das Angebot eines Ratenkaufs als Umsatztreiber und versprechen sich deutlich lukrativere Warenkörbe. Außerdem sind über zwei Drittel der Überzeugung, dass durch einen ausgewogenen Payment-Mix inklusive Ratenfinanzierung die Conversion Rate verbessert wird. Tatsächlich lässt sich belegen, dass der Ratenkauf als zusätzliche Option im Checkout-Prozess messbar die Conversion Rate optimiert und obendrein noch nachweislich die Anzahl der Neukunden steigert. Und durch die Möglichkeit einer Finanzierung wächst zudem die Kundenzufriedenheit, was sich ebenfalls auf die Customer Loyalty, auf den Wert der Warenkörbe und auf die Umsätze auswirkt.

Reputation ist entscheidend für die Wahl eines Ratenkauf-Anbieters

Die Ansprüche auf Händlerseite an das Produkt "Ratenkauf" – und damit an den Anbieter – sind hoch. Aus Händlersicht ist mit 79% vor allem das Renommee und Ansehen des kooperierenden Kreditinstituts ausschlaggebend. "Für Händler ist es wichtig, ihre Kunden bei ihren Dienstleistern in den besten Händen zu wissen, denn guter Service ist entscheidend bei der Entscheidung 'Pro' oder 'Contra' Kauf. Besonders, wenn es um die Zahloption geht. Hier zahlt es sich aus, auf bekannte und vertrauensvolle Partner zu setzen, damit der Kunde ein positives Einkaufserlebnis erfährt. Davon profitiert schlussendlich wieder der Händler", erklärt Robin Küffner, Leitung Produkt, Marketing und IT bei ratenkauf by easyCredit, der Teilzahlungslösung, die per Plug-in am POS sowie in den Onlineshop des Händlers implementiert wird. Für mehr als zwei Drittel (67%) der Unternehmen ist ein solcher Multichannel-Ansatz auch das Modell der

Zukunft. Macher der Teilzahlungslösung ist die TeamBank AG, die Teil der Genossenschaftlicher
FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ist.

Ratenkauf ist wieder en vogue

Links

- <u>TeamBank</u>
- ratenkauf by easyCredit