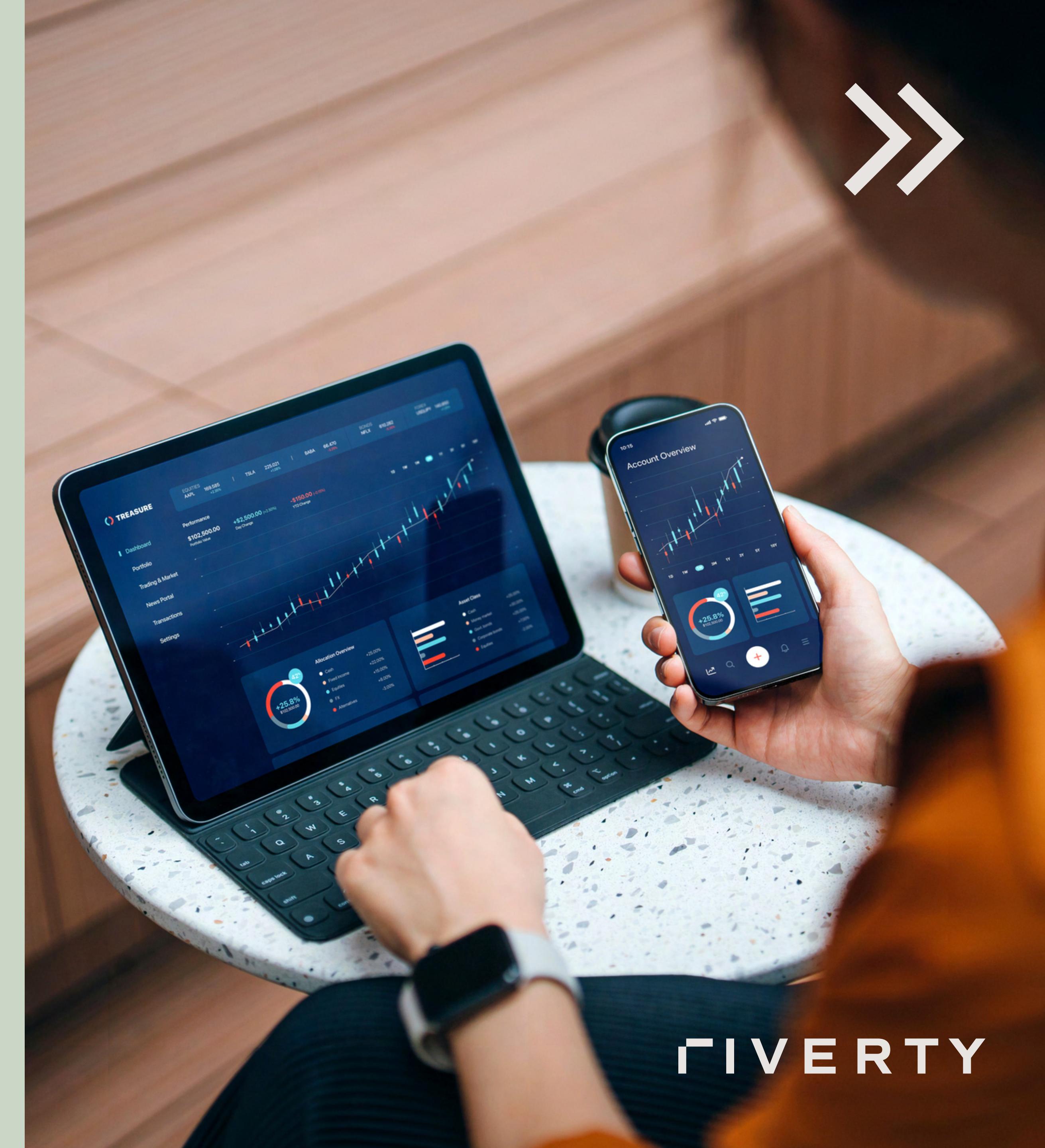


PAYMENT TRENDS

Die Trends im Zahlungsverkehr
für 2025: Key Insights für Ihr
Unternehmenswachstum



FIVERTY

Über diesen Report

Die Welt rund um den E-Commerce ändert sich – und mit ihr auch die Erwartungen der Verbraucher:innen und die Technologie, die sie nutzen. Riverty hat diese Studie durchgeführt, um zu untersuchen, wie Händler „Buy Now, Pay Later“-Lösungen nutzen können, um in einem stark umkämpften Markt wettbewerbsfähig zu bleiben.

Methodik

Riverty analysierte die Checkout-Prozesse und Zahlungsoptionen der führenden E-Commerce-Händler im Jahr 2024, genauer gesagt der 300 umsatzstärksten Händler in Deutschland und den Niederlanden. Die Rankings der Händler stammen aus der [eCommerce Database](#).

Warum dieser Report für Entscheidungsträger wichtig ist

Sie möchten Ihre Zahlungsstrategien optimieren und BNPL für ein nachhaltiges Wachstum nutzen? Mit diesem Bericht erhalten Sie anwendbare Einblicke.

Die Bedeutung von BNPL für das E-Commerce-Wachstum

BNPL ist ein entscheidender Faktor für höhere Umsätze, da Verbraucher:innen durch die Zahlungsoption flexibler und bequemer einkaufen können. Zwischen 2014 und 2024 ist der E-Commerce-Umsatz in Deutschland drastisch gestiegen und wird bis Ende 2024 voraussichtlich 79,5 Mrd.* Euro erreichen. Die Daten von Statista zeigen, dass Deutschland derzeit 60 Prozent des BNPL-Marktanteils in Europa hält, gefolgt von der Schweiz, Schweden und den Niederlanden. Zu diesem Wachstum hat BNPL maßgeblich beigetragen, indem es die Zahl der Kaufabbrüche verringert und den durchschnittlichen Bestellwert erhöht hat.

*ECDB Whitepaper 'eCommerce in Germany 2024'

Markt- und Verbrauchertrends

Diese Trends beeinflussen die Zahlungslösungen von Morgen.

Umsetzbare Strategien

Best Practices zur Verbesserung der Zahlungsangebote.

Insights zum Wettbewerb

Strategien der führenden E-Commerce-Unternehmen.

Rivertys Versprechen

Einzigartige Lösungen für die Bewältigung aktueller und zukünftiger Herausforderungen.

Die E-Commerce-Landschaft 2024

Zentrale Herausforderungen für E-Commerce-Händler

Die E-Commerce-Branche boomt im Jahr 2024, ist aber auch stark umkämpft. Hier finden Sie die zentralen Herausforderungen für Händler:

Zunahme von Betrug

Cyber-Bedrohungen nehmen zu und machen Sicherheit zu einem entscheidenden Thema.

Wettbewerbsdruck

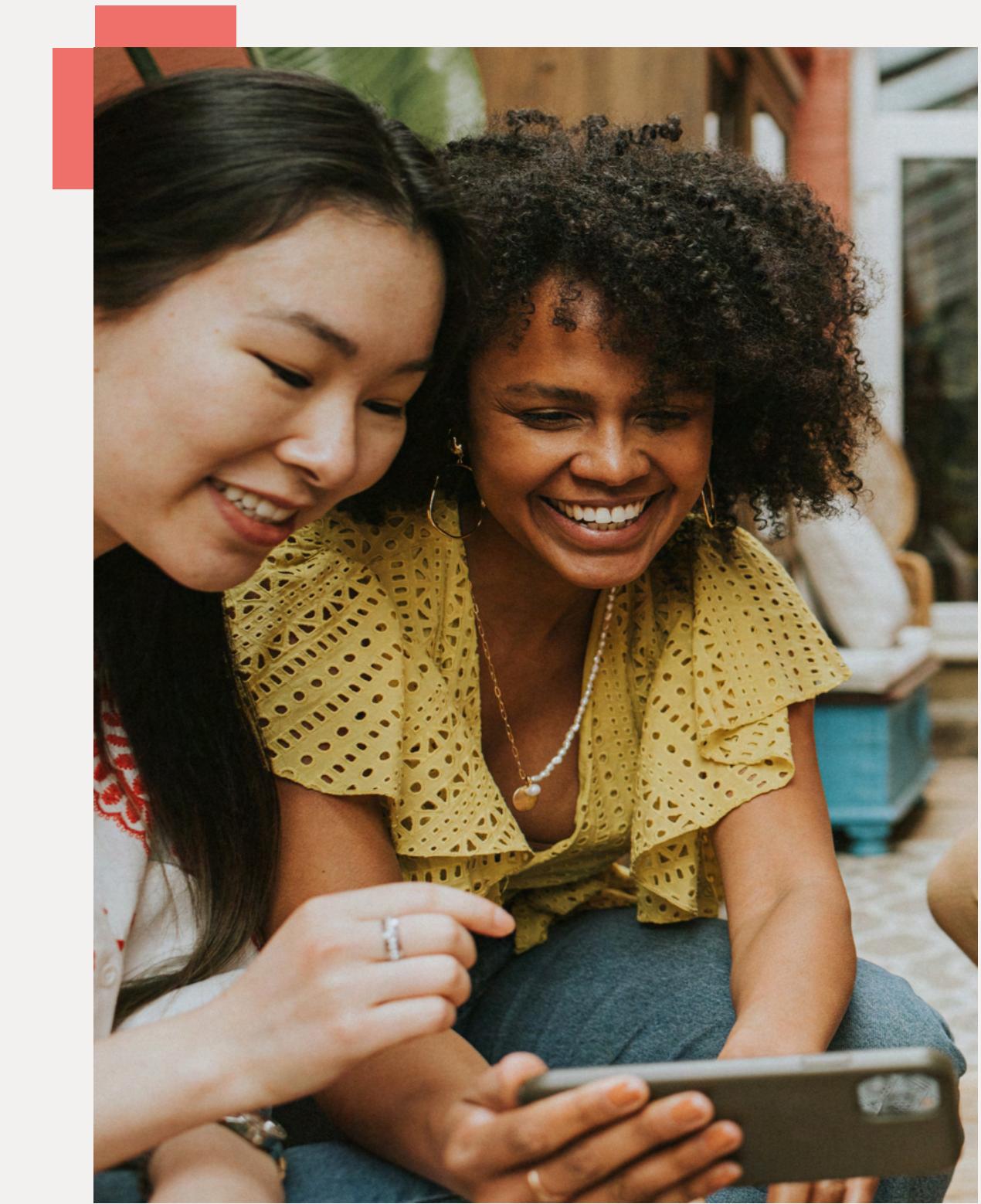
Ein gedrängter Markt bedeutet, dass mehr Akteure ähnliche Produkte anbieten.

Beschränkungen des Datenzugriffs

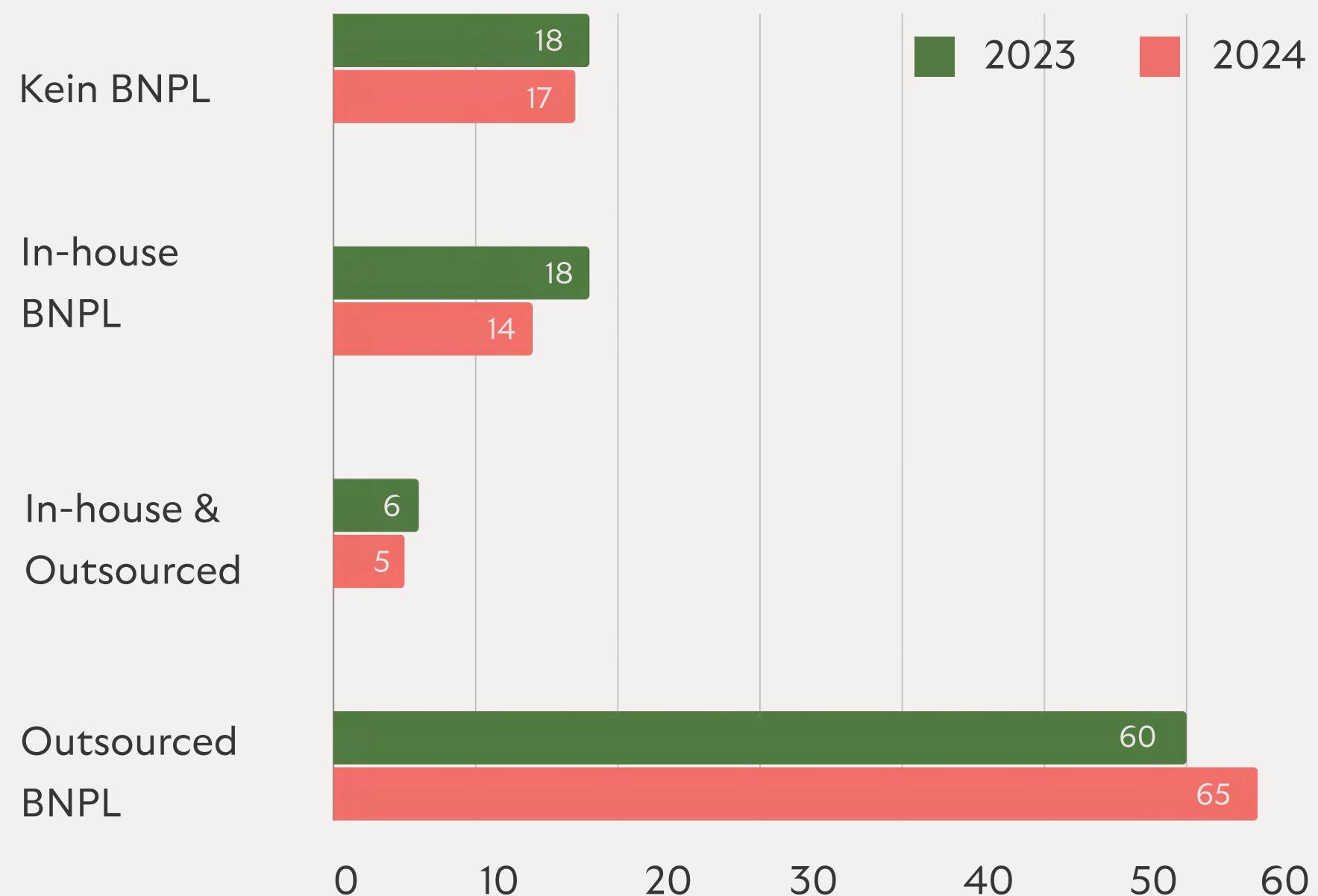
Strengere Vorschriften für Kundendaten haben Auswirkungen auf das personalisierte Marketing.

Steigende Kosten für in-house BNPL

Händlereigene BNPL-Lösungen sind aufgrund des wirtschaftlichen und regulatorischen Drucks kostspielig.



BNPL-Adaption der 300 umsatzstärksten Händler in DE & NL



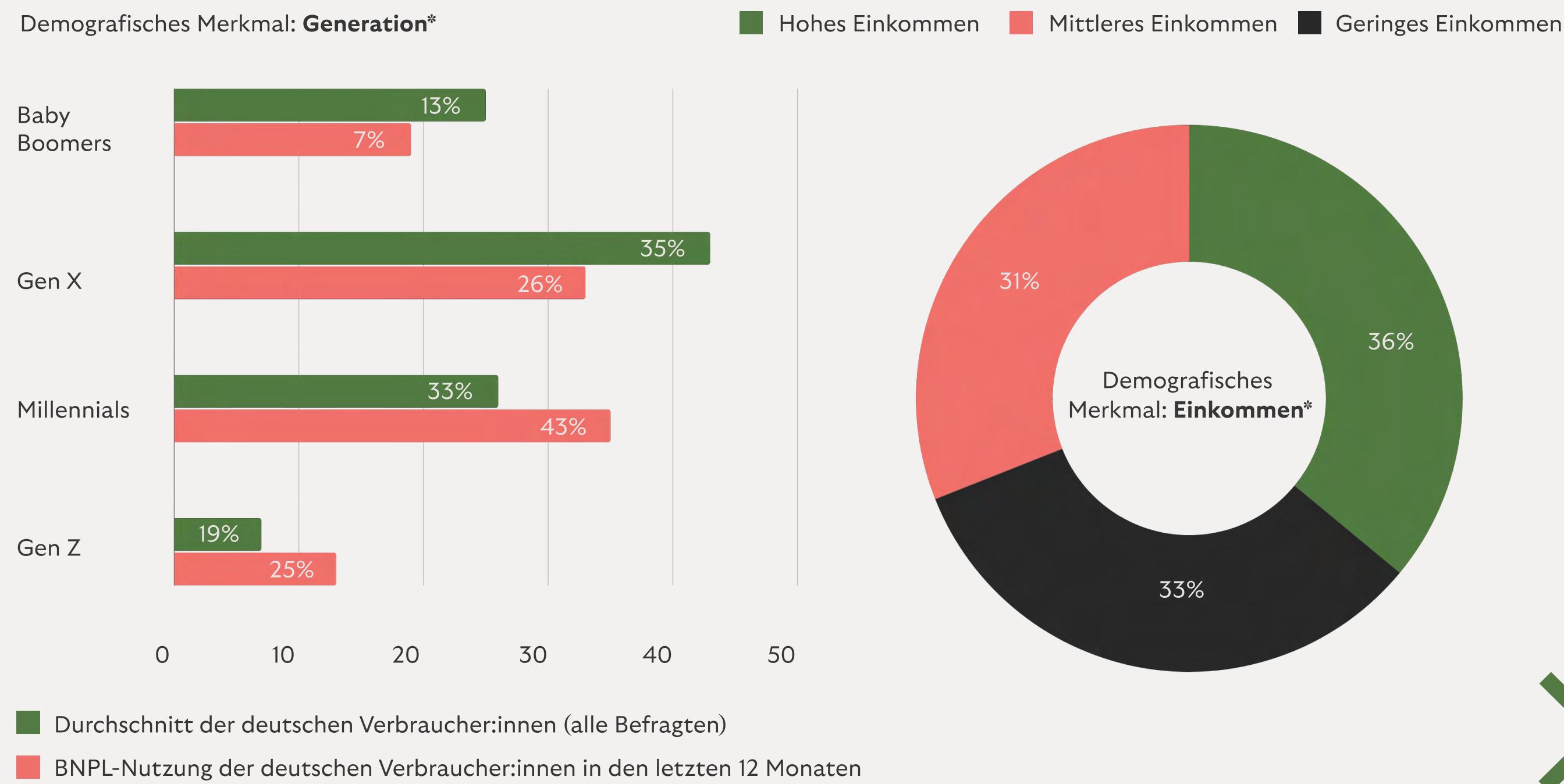
Wie unsere Untersuchung zeigt, geht der Trend bei den 300 größten Händlern zum Outsourcing von BNPL-Lösungen, was auf einen Wandel zu mehr Effizienz und Kostensenkung hindeutet.



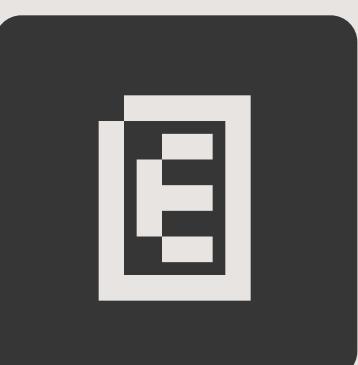
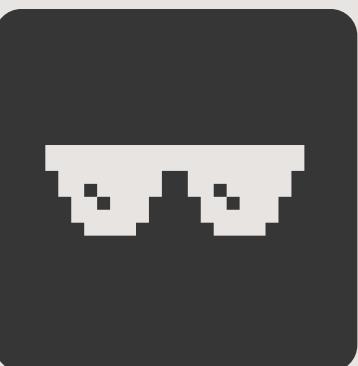
Darum setzen Verbraucher:innen zunehmend auf BNPL

Kund:innen bevorzugen BNPL

Aktuelle Studien zeigen die wachsende Attraktivität von BNPL-Lösungen bei den Verbraucher:innen.



*Quelle: Statista Consumer Report "Target audience: Buy now, pay later users in Germany"



Häufige Nutzung

Über 56 Prozent der Verbraucher:innen in Deutschland und den Niederlanden gaben an, BNPL im Jahr 2023 häufiger genutzt zu haben.

Flexibilität ist der Schlüssel

70 Prozent der Verbraucher:innen bevorzugen Händler, die BNPL anbieten. Mit BNPL können sie größere Käufe tätigen und ihr Budget besser verwalten. Auch die einfache Nutzung ist ausschlaggebend.

Millennials und Gen Z

Die größte BNPL-Nutzergruppe, wobei 75 Prozent zwischen 18 und 35 Jahre alt sind.

Generationsbezogene Trends

Die Generation Z und die Millennials nutzen BNPL hauptsächlich für Kleidung und Elektronik, während Boomer es für Möbel und Elektronik bevorzugen.

Einkommensspektrum

BNPL ist in allen Einkommensschichten beliebt, mit einem bemerkenswerten Anstieg bei Verbraucher:innen mit mittlerem und hohem Einkommen.



Darum wählen Verbraucher:innen BNPL

Besseres Finanzmanagement

63 Prozent nutzen BNPL, um Budgets und Cashflow zu verwalten.

Vermeidung von Kreditkartenschulden

62 Prozent nutzen BNPL, um Kreditkartenzinsen zu vermeiden und zinslose Optionen zu nutzen.

Direkter Zugang zu Produkten

Der Wunsch nach schneller Verfügbarkeit von Produkten motiviert 55 Prozent der Verbraucher:innen dazu, BNPL zu nutzen.

Händler nutzen BNPL zur Wachstumsförderung

Die Daten sind eindeutig: Händler, die BNPL nutzen, haben folgende Vorteile:

Hohe Akzeptanzraten

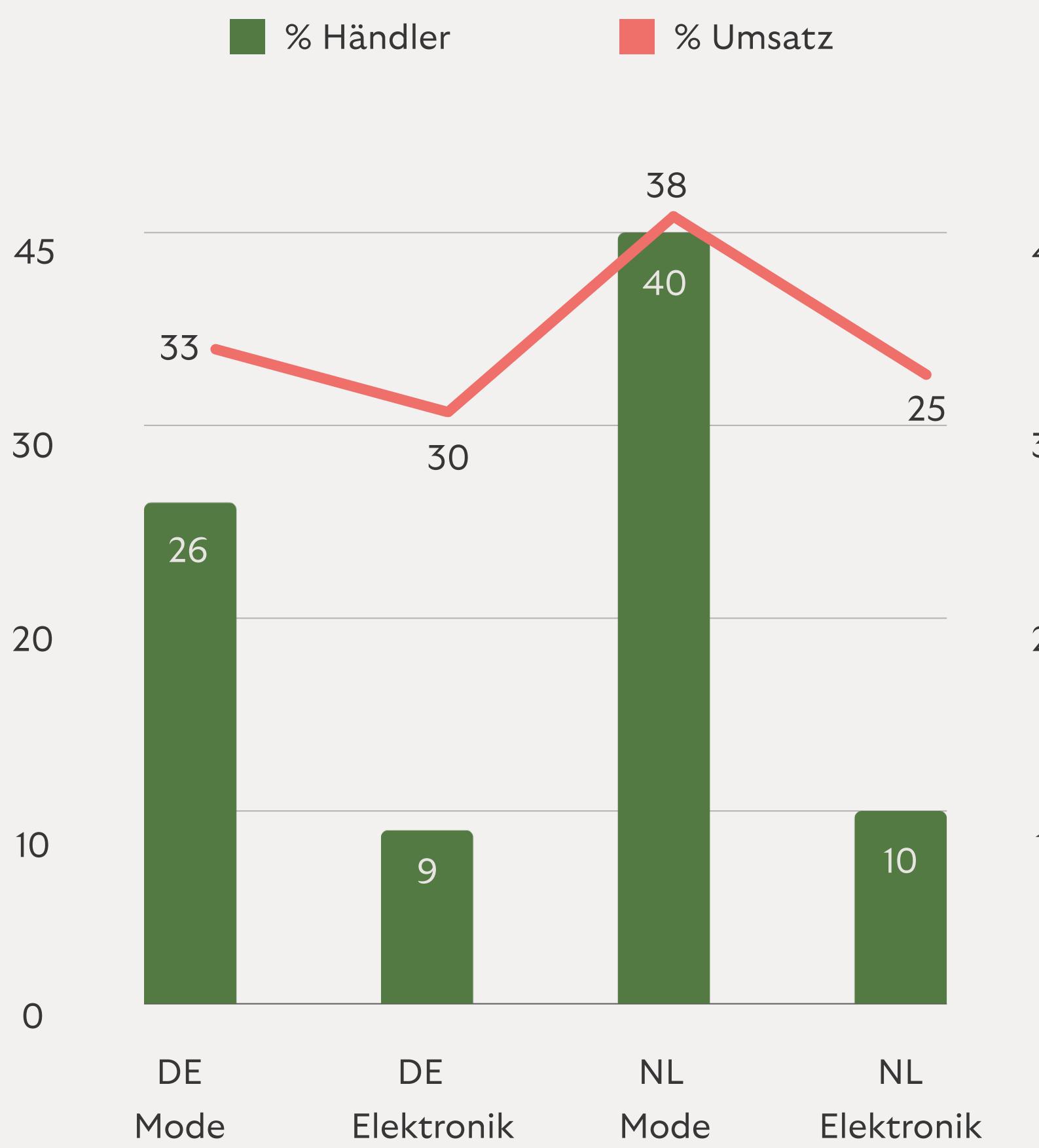
Von den 300 größten deutschen E-Commerce-Shops bieten inzwischen 89 Prozent BNPL-Optionen an. In den Niederlanden liegt diese Zahl bei 78 Prozent.

Höherer durchschnittlicher Bestellwert (AOV)

46 Prozent der Händler berichten von höheren AOVs mit BNPL, da sich die Kund:innen sicherer fühlen, größere Einkäufe zu tätigen.

Bessere Checkout-Konversion

57 Prozent der Händler stellen fest, dass weniger Warenkörbe abgebrochen werden, wenn BNPL-Optionen verfügbar sind.



Mode und Bekleidung

Spitzenreiter bei der Einführung von BNPL: 89,9 Prozent der Modehändler bieten BNPL an.

Elektronik und Wohnen & Lifestyle

Diese Sektoren verzeichnen ebenfalls eine starke Zunahme von BNPL, da die Verbraucher:innen bei der Bezahlung von größeren Anschaffungen flexibel sein wollen.

In Deutschland gehören 26 Prozent der Händler dem Modesektor an, der 33 Prozent des E-Commerce-Umsatzes des Landes erwirtschaftet. Im Vergleich dazu entfallen auf die Elektronikbranche mit nur 9 Prozent der Händler 30 Prozent der Einnahmen.

Bereit für das Jahr 2025

Die wichtigsten Trends und
Strategien im Zahlungsverkehr

Machen Sie sich bereit für 2025!
Prüfen Sie Ihre Zahlungsoptionen,
damit Ihr Unternehmen für
Wachstumschancen gerüstet ist.
Mit dieser Checkliste können Sie
Maßnahmen ergreifen, die eine
nahtlose, wettbewerbsfähige und
kundenfreundliche Erfahrung
gewährleisten.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben
und den sich ändernden
Verbraucherpräferenzen gerecht
zu werden, können Händler die
folgenden Strategien umsetzen.

1. Bieten Sie mehrere Zahlungsmethoden für ein individuelles Checkout-Erlebnis an

BNPL-Lösungen passen sich dem Wunsch der Verbraucher:innen nach mehr Flexibilität an und bieten personalisierte Zahlungsoptionen. Händler können eine breitere Kundenbasis ansprechen, indem sie mehrere BNPL-Optionen anbieten.

Verschiedene BNPL-Anbieter nutzen

Der Anteil der deutschen Top-Händler, die mehrere BNPL-Optionen anbieten, ist von 1,7 Prozent im Jahr 2021 auf 16,3 Prozent im Jahr 2024 gestiegen, was die wachsende Nachfrage nach verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten verdeutlicht. Die Ausweitung der BNPL-Möglichkeiten entspricht den Präferenzen der Kund:innen und fördert die Zufriedenheit und Folgekäufe.

Kundenvertrauen und -zufriedenheit mit BNPL von Drittanbietern stärken

- **Hohe Wiederholungsrate:** 85 Prozent der BNPL-Nutzer:innen würden den Dienst wahrscheinlich wieder in Anspruch nehmen, was für eine hohe Zufriedenheit und Loyalität spricht.
- **Ethische und transparente Praktiken:** 62 Prozent der Kund:innen bevorzugen Unternehmen mit klaren, verantwortungsvollen Kreditvergabepraktiken, was das Vertrauen in die Marke und die Loyalität stärkt.

Flexible Zahlungspläne anbieten

- **Flex:** Mit Riverty Flex können Kund:innen monatliche Raten und Laufzeiten anpassen und die Gesamtzinsen direkt in der Riverty App einsehen.
- **Monatsrechnung:** Die Monatsrechnung von Riverty fasst mehrere Käufe eines Monats zusammen, sodass Kund:innen ihre Zahlung einfacher verwalten können.

2. Investieren Sie in die nahtlose Integration mit Zahlungsdienstleistern (PSPs)

Eine effiziente Integration mit PSPs ist unerlässlich, um die Checkout-Prozesse zu optimieren und einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten.

- **Einfache Integration**

Wählen Sie PSPs, die sich problemlos in bestehende Systeme integrieren lassen, um die Einrichtung zu vereinfachen.

- **Einheitliche Plattformen**

Nutzen Sie Lösungen mit einer einzigen Schnittstelle, um mehrere Zahlungsmethoden effizient zu verwalten.

3. Vereinfachen Sie den Checkout-Prozess, um die Conversion zu steigern

Ein reibungsloser Checkout-Prozess reduziert die Zahl der abgebrochenen Einkäufe und verbessert das Kundenerlebnis, insbesondere für mobile Kund:innen.

- **Prozesse vereinfachen**

Reduzieren Sie die Anzahl der Schritte und nutzen Sie Auto-Fill, um Kund:innen zu halten.

- **Für Mobile optimieren**

Da etwa 70 Prozent der Kund:innen per Smartphone einkaufen, sollten Sie die Ladezeiten verkürzen, um Ihren Checkout-Prozess zu optimieren.



Über Rivery

Seit 2006 hat Rivery, das innovative Fintech von Bertelsmann, mehr als **6.000** Einzelhändlern aus den Bereichen Beauty, Mode, Elektronik und Heimwerkerbedarf bei der Abwicklung von Zahlungen unterstützt. Monatlich vertrauen uns **5,5 Millionen** Verbraucher:innen in ganz Europa. Wir kümmern uns um alles, von der Rechnungsstellung bis zum Forderungsmanagement, damit Sie sich auf das Wachstum Ihres Unternehmens konzentrieren können.

[Mehr über Rivery](#)