

# Het Duitse online betaalproces

#fsg

fingerspitzengefühl



# Inhoudsopgave

## 1. Introductie

Waarom dit white paper?

## 2. Duitse regels en verlangens

Wat is er anders voor je Duitse winkelwagen ten opzichte van je Nederlandse?

## 3. Cijfers

Wat zijn de meest gebruikte betaalmethoden door de Duitse consument?

## 4. Tips



# 1. Introductie

Als je gaat ondernemen in Duitsland krijg je te maken met de wensen van de Duitse consument en de strikte voorschriften die wettelijk zijn vastgelegd. Vooral rond de privacy tijdens het bestelproces zijn veel wetten en regels opgesteld om de consument te beschermen.

Het betaalproces is bij elke webshop een van de meest belangrijke onderdelen. Er zijn ontelbaar veel keuzes die je als webshopeigenaar moet nemen. Kies je de verkeerde dan kan je dat zo maar eens een aantal transacties kosten. Tijdens het betalen haakt namelijk ongeveer 50% van de potentiële consumenten af. Het is dus zaak het bestel- en betaalproces zo gemakkelijk en vertrouwd mogelijk te maken.

In dit white paper besteden we aandacht aan de Duitse wetten en plichten wat betreft het aanbieden van online betaalmethoden en het check-out proces. Vervolgens gaan we in op de verschillende betaalmethoden: wat zijn de meest populaire in Duitsland? Als laatste staan we stil bij het vertrouwen van de consument, hoe win je dit en hoe behoud je het? Je webshop kan er nog zo goed uitzien, maar heeft de consument geen vertrouwen in het betaalproces, dan haakt deze alsnog af. Kortom: in dit white paper worden alle ins en outs van het Duitse betaalproces aangehaald.



## 2. Duitse wetten en plichten

### Duitse wettelijke eisen tijdens het koopproces

Volgens de Duitse wet moet het check-out proces aan bepaalde voorwaarden voldoen. Deze zijn vooral gericht op het juist en tijdig informeren van de consument over zijn aanstaande aankoop.

Deze voorwaarden zijn:







- Het duidelijk communiceren van de uiteindelijke prijs; Inclusief btw en verzendkosten.
- Een verwijzing naar de algemene voorwaarden en het herroepingsrecht; De algemene voorwaarden moeten door middel van een check-box actief geaccepteerd worden.
- De mogelijkheid het bestelformulier aan te passen; Dit gaat vooral om de optie om alle details, waaronder de adresgegevens, in te zien en nogmaals aan te passen.
- Bevestigingsmail op tijd versturen; Deze moet direct na de transactie automatisch verzonden worden. Daarin moet alle informatie over de bestelling terug te vinden zijn.
- Algemene verkoopsvoorwaarden en het data privacy statement (Datenschutzerklärung) zijn gemakkelijk zichtbaar.

### De knopjes-wet

In de knopjes-wet (Button- Lösung<sup>1</sup>) wordt beschreven waar de aankoop-knop mag staan en welke termen voor deze knop wel en niet gebruikt mogen worden.

Waar je op moet letten:

- De definitieve aankoop-knop moet aan het einde van het betaalproces staan; Direct onder de wettelijk verplichte informatie (wat de koper koopt, de totale prijs, verzendkosten etc.)
- Onduidelijke, misleidende termen op de knop zijn niet toegestaan. Op de knop mag bijvoorbeeld niet 'aanmelden', 'bestellen' of 'bestelling insturen' staan. Wel toegestaan zijn: 'nu kopen' (jetzt kaufen), 'kopen' (kaufen), of 'kostenplichtig bestellen' (kostenpflichtig bestellen).

SCHRITT 1: LIEFERUNG	SCHRITT 2: ZAHLUNG	SCHRITT 3: RECHNUNG	BESTELLZUSAMMENFASSUNG	bearbeiten
Rechnungsanschrift ändern?			 <b>FLORIS VAN BOMMEL PUMPS</b> Farbe: Schwarz Größe: 39	€ 169,90
WÄHLEN SIE DIE ZAHLUNGSMETHODE <small>* Erforderlich</small>			ZWISCHENSUMME	€ 169,90
<input type="radio"/>  <input type="radio"/>  <input type="radio"/>  <input type="radio"/>  <input type="radio"/> 			INKL. MWST.	€ 27,13
<input type="checkbox"/> Ich habe die Geschäftsbedingungen gelesen und akzeptiert			VERSAND HERMES	€ 0,00
<input type="button" value="jetzt kaufen →"/>			<b>GESAMTWERT DER BESTELLUNG</b>	<b>€ 169,90</b>
			MWST.	€ 27,13
			LIEFERADRESSE	bearbeiten



## De checkbox

Het is in Duitsland verplicht een nog niet aangevinkte 'algemene voorwaarden' checkbox bij de bestelmogelijkheid op de check-out pagina te plaatsen. De consument moet bewust akkoord gaan met de algemene voorwaarden.

## Het winkelwagentje

Tijdens het betaalproces is het belangrijk dat het winkelwagentje er overzichtelijk uitziet. Een goed georganiseerd winkelwagentje laat in ieder geval de volgende gegevens duidelijk zien:

- Artikel, kleur, maat, aantal artikelen, totaalprijs;  
Ook wat de prijs per product is, is hierbij in één oogopslag te zien.
- Eventuele extra kosten, zoals verzendkosten;
- Een korte verwijzing of link naar de pagina met de persoonsgegevens van de consument;  
Een 'terug' knop die verwijst naar de pagina met deze informatie volstaat ook. Het is hier mogelijk voor de consument zijn of haar persoonlijke gegevens in te zien en deze eventueel te corrigeren.
- Een verwijzing naar het herroepingsrecht.

### Checkout

Schon registriert? [Einloggen](#)

- 1 Adresse**

Anrede  Frau  Herr

Name\*  Vorname  Zusatz  Nachname

E-mailadresse\*

Telefonnummer\*

Firma (optional)

Geburtsdatum  DD  MM  JJJJ

Benutzerkonto erstellen
- 2 Art der Lieferung**

FitForMe - DHL Paket 0,00 €
- 3 Zahlungsinformationen**

**Kreditkarte** - Sichere und einfache Zahlung  
Keine weitere Bestätigung erforderlich.

PayPal

**SEPA** - Bezahlen mit SEPA-Lastschrift  
Der Shop wird die Gesamtsumme automatisch mit Ihrem Konto verrechnen.
- 4 Übersicht Bestellung**

Produktname	Preis		Zwischensumme
WLS Optimum	52,15 €	1	52,15 €
		Zwischensumme	52,15 €
		Versandkosten (DHL Paket)	0,00 €
		<b>Gesamtsumme zzgl. Steuern</b>	<b>48,74 €</b>
		Steuern	3,41 €
		<b>Gesamtsumme inkl. Steuern</b>	<b>52,15 €</b>

Kommentar

Ich habe meine Bestellung überprüft und bestätige, dass alle Informationen korrekt sind

[> Bestellung aufgeben](#)

  
- Lieferungsinformation**

Anrede  Frau  Herr

Name\*  Vorname  Zusatz  Nachname

Telefonnummer\*

Firma (optional)

Land\*  Deutschland

Adresse\*  Straßennamen  Hausnr.  Adres:  
 Postleitzahl  Ort

An eine andere Adresse liefern



Een goed betaalproces ziet er zo uit:



## 3. Cijfers

In 2016 telt de omzet van de Duitse B2C e-commerce een waarde van € 53 miljard, wat Duitsland één van de grootste e-commerce markten in de Europese Unie maakt<sup>2</sup>. Deze transacties worden door middel van veel soorten betaalmethoden volbracht. De volgende worden in Duitsland het meest gebruikt<sup>3</sup>:

### P2P

Duitsland telt 81,1 miljoen inwoners, hiervan zijn bijna 51,6 miljoen actieve online consumenten<sup>4</sup>. De meest geliefde betaalmethode van de Duitse consument is P2P, zoals PayPal.

### PayPal

Eén van 's werelds meest bekende betaalmethoden, PayPal, kent bijna 184 miljoen actieve gebruikers, waarvan 16 miljoen<sup>5</sup> afkomstig uit Duitsland. Doordat de consument een geverifieerd account heeft bij PayPal, staat PayPal garant voor de betaling. Als webwinkel hoef je je geen zorgen te maken of en wanneer de betaling plaatsvindt.

Met beschikbaarheid in 202 landen en ondersteuning van maar liefst 25 munteenheden, is PayPal wereldwijd toegankelijk. Het aanbieden van PayPal als betaalmogelijkheid in je webshop is een teken van vertrouwen naar de consument. Doordat PayPal als betaalmethode gratis is voor de consument en hij zijn privacygevoelige informatie slechts aan PayPal stuurt, vergroot het de kans op conversie.

### Kauf auf Rechnung

Na P2P is Kauf auf Rechnung de meest populaire betaalmethode. Dit houdt in dat consumenten pas betalen als de producten geleverd zijn. Bedrijven die deze methode aanbieden zijn bijvoorbeeld Afterpay, Klarna, BILLPay en PayByBill.

Het achteraf betalen van een bestelling heeft als voordeel dat het het koopproces in de webshop vereenvoudigt. Ruim 60% van de consumenten haakt af tijdens het afrekenen bij een webwinkel. Hoe minder obstakels de consument tegenkomt tijdens het betaalproces, des te hoger is de conversie.

### Check

Wanneer de consument er tijdens het bestelproces voor kiest om op factuur te betalen, bestaat de mogelijkheid om als webwinkel een kredietcheck van de consument te doen. Deze check wordt gedaan na het invullen van de persoonsgegevens. Het is toegestaan om als webwinkel een consument te weigeren als deze volgens de check niet aan de eisen voldoet. Hierbij is het belangrijk dat dergelijke situaties goed staan omschreven in de algemene voorwaarden. Bij twijfel over het weigeren van consumenten, mag er volgens de wet altijd om een aanbetaling van 50% worden gevraagd.

### Andere populaire betaalmethoden

Er zijn nog tientallen andere veelgebruikte betaalmethoden in Duitsland. Naast een P2P-optie en Kauf Auf Rechnung is het goed om nog een aantal van onderstaande opties te overwegen voor je Duitse webshop.

Belangrijke opties zijn:

### Creditcard

Ruim de helft van de Duitse online consumenten heeft een creditcard. De meest gebruikte creditcard-providers in Duitsland zijn MasterCard, Visa en American Express.



## Prepaid

Paysafecard en MoneyToPay zijn twee bedrijven die werken met prepaid betalen. De gebruiker heeft een kaart met een unieke code. Hier staat in eerste instantie geen geld op en er is ook geen rekeningnummer aan gekoppeld. De gebruiker laadt de kaart op wanneer deze weer nodig is. De code op de kaart van Paysafecard wordt ingevuld bij het check-out-proces van de webwinkel. MoneyToPay werkt qua betaalproces precies hetzelfde als een creditcard en is onderdeel van de MasterCard- en Visa-licentie.

## Direct transfer

Met meer dan 19 miljoen transacties per maand is iDeal in Nederland de meest populaire betaalmethode. Een variant op iDeal is SOFORT Banking, beschikbaar in heel Europa. Ook bij SOFORT Banking wordt de consument naar zijn of haar bekende bankomgeving geleid. Dit voelt vertrouwd aan, waardoor de stap tot het doen van een aankoop aantrekkelijker is. Deze betaalmethode is direct en definitief, waardoor de webwinkelier geen risico loopt.

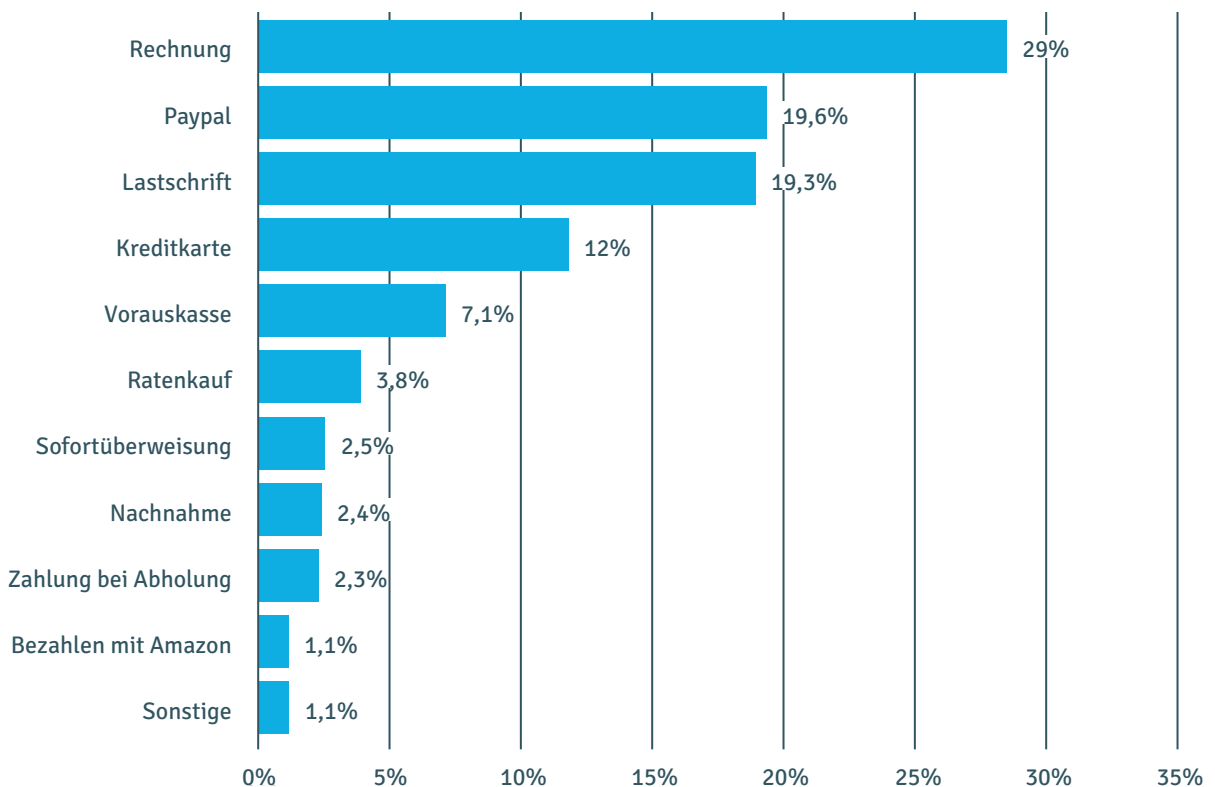
## Overige betaalmethoden

Andere methoden die gebruikt worden in Duitsland zijn: China UnionPay, BillsAFE, Yandex.Money, MultiSafe-Pay, SEPA Direct Debit en ELV.

## Zekerheid

Er zijn regelmatig verhalen te lezen over internetfraude en geldontvreemding in de e-commerce. De consument maakt zich dus terecht zorgen om het doen van een online transactie. Het is dan ook niet vreemd dat de Duitse consument liever zelf de betaling regelt door middel van een factuur, dan dit over te laten aan een betaalverwerkingsbedrijf. Daarnaast bied je met Kauf auf Rechnung zekerheid aan doordat de consument meer keuzemogelijkheden heeft, zonder het idee te hebben hier risico mee te lopen. Het aanbieden van deze vrijheid tijdens het online winkelen, leidt weer tot een hogere conversie.

Marktaandeel van de meest gebruikte online betaalmethoden in Duitsland in 2015



Statista 2015





## 4. Tips

### Intuïtief en makkelijk

Iedere stap tijdens het afrekenen moet een logische opvolging van de vorige zijn. Het is belangrijk dat de consument niet voor verrassingen komt te staan, zeker niet bij het betaalproces.

#### Hoe doe je dat?

- Een webwinkelkeurmerk kan het betaalproces controleren. Deze gaat na of het proces compleet en duidelijk is;
- Vermijd verrassingen. Voeg geen extra (verzend)kosten toe tijdens de laatste stap van het proces, wees van begin af aan duidelijk over bijkomende kosten bij de bestelling;
- Vraag niet naar informatie die niet essentieel is bij de aankoop. Maak bijvoorbeeld het opgeven van de geboortedatum optioneel;
- Zorg ervoor dat niet tweemaal dezelfde informatie ingevoerd hoeft te worden;
- Doe niet aan cross- en/of upselling tijdens het afrekenen;
- Houd de pagina overzichtelijk;
- Pas op voor onduidelijke namen op knoppen. De koper wordt onzeker als het niet duidelijk is wat er gaat gebeuren.

### Account aanmaken

Het is aantrekkelijk om de consument te vragen zich te registreren op het moment dat er een product gekocht gaat worden. Maar wil hij dit ook? De belangrijkste reden voor een consument om zich te registreren, is om het plaatsen van een volgende bestelling makkelijker te maken. Veel consumenten weten bij de eerste aankoop echter nog niet of er wel een volgende komt. Geef ze daarom de optie te kiezen tussen bestellen als gast of het aanmaken van een account.

Uiteraard kun je bij die keuze wel duidelijk de voordelen van het aanmaken van een account aangeven, zoals extra korting of de mogelijkheid tot one click purchase. Duidelijk moet in ieder geval zijn dat de consument ook zonder account het product kan bestellen.

The screenshot shows a checkout page for 'xtwo'. At the top, there is a progress bar with the following steps: 'Wie möchten Sie zur Kasse gehen?' (selected), 'Rechnungsadresse', 'Lieferadresse', 'Versandart', and 'Zahlungsinformation'. The main heading is 'Wie möchten Sie zur Kasse gehen?'. There are two main sections: 'Als Gast zur Kasse oder registrieren' and 'Anmelden'. Under 'Als Gast zur Kasse oder registrieren', there are two radio buttons: 'Als Gast zur Kasse gehen' (selected) and 'Registrieren'. Below this, there is a sub-section 'Registrieren und Zeit sparen!' with a description: 'Schneller und einfacher Bestellvorgang. Einfacher Zugriff auf Ihre bisherigen Bestellungen und deren Status'. A 'FORSETZEN >' button is located at the bottom of this section. The 'Anmelden' section has the text: 'Bereits registriert? Leider können Sie sich nicht registrieren mit die Daten von der alten Seite. Bitte melden Sie sich hier an:'. It includes two input fields: 'E-Mail-Adresse \*' and 'Passwort \*'. Below the password field is a 'Passwort vergessen?' link and an 'ANMELDEN >' button.



## Online veiligheid

Het uitstralen van veiligheid en vertrouwen als webshop is van groot belang bij het behouden van de consument.

### Vertrouwen

Internetbankieren is, in vergelijking met een persoonlijke transactie, een zeer abstracte manier van afrekenen. Het is daardoor ook niet eenvoudig om als nieuwe webshop de consument te overtuigen van je integriteit en zijn vertrouwen te winnen.

Enkele tips om de betrouwbaarheid van de webshop te waarborgen:

- Ondersteun bekende betaalmethoden;  
Door bekende betaalmogelijkheden te ondersteunen, maak je het betaalproces niet alleen gemakkelijker, het is ook een punt van herkenning voor de consument.
- Sluit de webshop aan bij een keurmerk;  
In Duitsland is Trusted Shops het meest bekende en relevante keurmerk om bij aangesloten te zijn.
- Deel de beoordelingen van eerdere consumenten;  
Deel hierbij zowel positieve als negatieve beoordelingen. Het belangrijkste is dat er voorgangers zijn geweest die eerder verleende services kunnen bevestigen.
- Zorg voor een goed bereikbare klantenservice;  
Door een overzichtelijke en bereikbare klantenservice te bieden, wordt de consument uitgenodigd contact te zoeken.

### SSL

SSL staat voor Secure Sockets Layer en is een beveiligingssysteem dat zorgt voor een veilige verbinding tussen de browser en de webshop. Als webshop is het aan te raden een SSL-verbinding te installeren om zo de veiligheid tijdens het betalen te waarborgen. Het systeem versleutelt informatie en verzekert hierdoor een veilige transactie tussen beide partijen.

Daarbij is het in Duitsland officieel alleen toegestaan contactdetails zoals telefoonnummers en dergelijke te versturen als de e-mail versleuteld is.

### Nazorg

Het is eenvoudiger om bestaande consumenten tevreden te houden, dan om nieuwe te vinden. Zorg er dus voor dat je de bestaande consument koestert. Houd ze op de hoogte van hun aankoop en aanstaande levering. Zorg ervoor dat de bevestigingsmail op tijd wordt verstuurd en vermeld daarbij nogmaals de gegevens van de klantenservice. Mocht de consument nog met vragen zitten, is het op deze manier eenvoudig de webshop te bereiken.



# Bronnen

- 1: Die Bundesregierung. (2014). Geschützt mit der Button-Lösung. Geraadpleegd op 25 oktober 2016, van <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2014/09/2014-09-05-button-loesung-schuetzt-.html>
- 2: Statista. (2016). Umsatz durch E-Commerce (B2C) in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2015 sowie eine Prognose für 2016 (in Milliarden Euro). Geraadpleegd op 25 oktober 2016, van <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3979/umfrage/e-commerce-umsatz-in-deutschland-seit-1999/>
- 3: Hoefsloot Schmeink, E. (2016). Duitse online shoppers zijn geen avontuurlijke betalers. Geraadpleegd op 25 oktober 2016, van <http://www.emerice.nl/achtergrond/duitse-shoppers-geen-avontuurlijke-betalers>
- 4: Stolk, R. (2016). Fingertip – Duitse consument geeft in 2016 € 1351 uit. Geraadpleegd op 25 oktober 2016, van <http://fs-gefuehl.com/blog/2016/07/12/gemiddelde-uitgaven-duitse-online-consument/>
- 5: Groot, R. (2015). Online betaalmethoden in Duitsland – PayPal. Geraadpleegd op 25 oktober 2016, van <http://fs-gefuehl.com/blog/2015/10/09/online-betaalmethoden-in-duitsland/>
- 6: Statista. (2016). Marktanteile von ausgewählten Zahlungsverfahren beim Online-Handel in Deutschland im Jahr 2015. Geraadpleegd op 25 oktober 2016, van <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/224827/umfrage/marktanteile-von-zahlungsverfahren-beim-online-handel/>

