

NETMANAGEMENT®

Whitepaper

Die Unterschiede zwischen Kartenakzeptanz und Alternativen Zahlungsmethoden (APMs)

Version 1.00
August 2025
deutsch

Einleitung

In einer zunehmend digitalen und globalisierten Welt verändern sich auch die Anforderungen an Zahlungsabwicklungen. Während Kreditkarten lange Zeit als Goldstandard im elektronischen Zahlungsverkehr galten, gewinnen alternative Zahlungsmethoden (APMs) zunehmend an Bedeutung. Die Entscheidung zwischen Kreditkartenzahlung und APMs ist jedoch nicht nur eine Frage der Kundenvorliebe, sondern beeinflusst auch Kostenstrukturen, Risikomanagement, Compliance-Anforderungen und technologische Komplexität auf Seiten der Händler und Acquirer.

Dieses Whitepaper beleuchtet die zentralen Unterschiede zwischen Kreditkartenakzeptanz und APMs in ausführlicher Form, bewertet die Auswirkungen auf alle Beteiligten und schließt mit einer differenzierten Betrachtung der jeweiligen Vor- und Nachteile.

Kostenstruktur und regulatorische Belastung bei Kreditkartenakzeptanz

Kreditkartenzahlungen unterliegen einem komplexen Netz an Anforderungen, Gebühren und Regelwerken, die insbesondere durch internationale Kartensysteme wie Visa, Mastercard oder American Express diktiert werden. Händler zahlen hier nicht nur sogenannte Interchange Fees (an die herausgebende Bank), sondern auch Scheme Fees (an die Kartengesellschaft) sowie Bearbeitungsgebühren an den Acquirer. Darüber hinaus sind technische Vorgaben wie PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) verpflichtend, deren Einhaltung nicht nur komplex, sondern auch kostspielig ist.

Diese Auflagen führen dazu, dass Kreditkartenzahlungen für den Acquirer – also das Unternehmen, das die Zahlungsabwicklung für den Händler durchführt – eine kostenintensive Dienstleistung darstellen. Diese Kosten werden in der Regel direkt oder indirekt an den Händler weitergegeben. Insbesondere für Händler mit niedrigen Margen oder hohem Transaktionsvolumen kann dies die Rentabilität signifikant beeinflussen.

Chargebacks: Ein asymmetrisches Risiko

Einer der größten operativen Risiken im Kreditkartengeschäft ist das sogenannte Chargeback-Verfahren. Hierbei kann der Karteninhaber innerhalb definierter Fristen eine bereits autorisierte Zahlung rückgängig machen, etwa bei vermuteten Betrug oder nicht erhaltener Ware. Die Folge: Der Händler trägt das Risiko, selbst wenn er ordnungsgemäß geliefert hat.

Im Gegensatz dazu sind bei vielen APMs – insbesondere bei bankbasierten Zahlarten wie Sofortüberweisung, iDEAL (NL), Twint (CH) oder Swish (SE) – Chargebacks entweder gar nicht vorgesehen oder auf sehr enge Ausnahmefälle beschränkt. Das reduziert das Rückbuchungsrisiko für den Händler erheblich und ermöglicht eine deutlich kalkulierbarere Liquiditätsplanung.

Wegfall teurer Risikobewertungssysteme

Da bei APMs das Rückbuchungsrisiko stark reduziert oder gar nicht existent ist, kann auf aufwendige Risikoanalysen und Bonitätsprüfungen verzichtet werden. Dies betrifft sowohl technische Scoring-Systeme als auch manuelle Prüfungen durch den Acquirer oder Payment Service Provider (PSP).

Insbesondere in risikosensitiven Branchen wie Online-Gaming, digitalen Abos oder Online-Dienstleistungen, wo Chargebacks häufiger vorkommen, können Händler durch die Nutzung von APMs signifikant Kosten und operative Komplexität einsparen.

Sicherheitsanforderungen und PCI-DSS

Ein wesentlicher Aspekt bei der Kreditkartenakzeptanz ist die Verpflichtung zur Einhaltung der PCI-DSS-Richtlinien. Diese globalen Sicherheitsstandards wurden entwickelt, um Kartendaten zu schützen und Betrug zu verhindern. Sie erfordern jedoch erhebliche Investitionen in Infrastruktur, Zertifizierungen, regelmäßige Audits und Mitarbeiterschulungen.

Bei APMs hingegen werden keine sensiblen Kartendaten verarbeitet. Viele Zahlarten wie z. B. PayPal, Twint, Wero, Bluecode oder Mobile Wallets basieren auf Tokenisierung oder direkter Authentifizierung über Banking-Apps oder Mobile-ID-Systeme. Der Wegfall von PCI-DSS-Anforderungen stellt somit eine signifikante Entlastung für Händler und Acquirer dar.

Schlankere Infrastruktur und geringere Betriebskosten

APMs sind in ihrer technischen und operativen Architektur deutlich schlanker als Kreditkartensysteme. Der gesamte Zahlungsfluss verläuft meist direkt zwischen dem Kundenkonto und dem Händlerkonto, häufig ohne Zwischenschaltung von Intermediären wie Kartenherausgebern, Acquirer-Banken oder internationalen Schemes.

Dies hat mehrere Vorteile:

- ✓ **Weniger Instanzen, weniger Gebühren:** Kosten, die sonst an verschiedene Stellen im Kartensystem fließen, entfallen bei APMs vollständig.
- ✓ **Einfache Integration:** Viele APMs lassen sich über APIs schnell und einfach in bestehende Shop-Systeme oder POS-Terminals integrieren.
- ✓ **Geringere operative Komplexität:** Weniger Stakeholder bedeuten auch weniger Abstimmungs- und Abrechnungsaufwand.

Lokale Präferenz und höhere Conversion

APMs sind in vielen Ländern die bevorzugte Zahlungsmethode der Kunden – nicht weil sie technologisch überlegen wären, sondern weil sie auf lokale Gewohnheiten, Bankenlandschaften und regulatorische Anforderungen zugeschnitten sind.

Beispiele:

- In Deutschland bevorzugen viele Konsumenten Zahlarten wie Sofort, SEPA Lastschrift oder Paypal.
- In Skandinavien dominieren Mobile-Lösungen wie Swish (Schweden) oder Vipps (Norwegen).
- In den Niederlanden ist iDEAL die mit Abstand meistgenutzte Zahlungsmethode.
- In der Schweiz wird meist Twint genutzt, dafür in Österreich eps und Bluecode.

Händler, die diese lokalen Präferenzen bedienen, auch außerhalb deren Heimatmärkten, profitieren von höheren Conversion-Raten, geringeren Abbruchquoten und einer stärkeren Kundenbindung.

Flexible Gebührenmodelle, insbesondere bei Bank-zu-Bank-Zahlungen

Ein weiterer Vorteil vieler APMs – vor allem solcher, die auf Bank-zu-Bank-Überweisungen basieren – ist die Möglichkeit, Gebühren unabhängig vom Transaktionsbetrag zu gestalten. Anders als bei Kreditkarten, bei denen prozentuale Gebühren anfallen, können bei APMs fixe Transaktionsgebühren vereinbart werden. Das ist insbesondere bei hohen Beträgen oder Kleinstbeträgen von großem Vorteil:

- **Große Warenkörbe:** Fixe Gebühren verringern die prozentuale Belastung.
- **Mikrotransaktionen:** APMs wie MobilePay, Twint oder Bluecode ermöglichen wirtschaftliche Transaktionen auch unterhalb von 1 €.

Weitere Vorteile von APMs

Neben den genannten Aspekten bieten APMs noch weitere strukturelle Vorteile:

- ✓ **Schnellere Liquiditätsverfügbarkeit:** Viele APMs bieten nahezu sofortige Gutschriften.
- ✓ **Innovationsfreude:** APM-Anbieter sind technologisch oft agiler und reagieren schneller auf Marktanforderungen.
- ✓ **Weniger regulatorischer Druck:** Durch Vermeidung internationaler Kartenregulierung (z. B. PSD2-Strong Customer Authentication) sind viele APMs einfacher zu managen.

Vorteile und Nachteile im Überblick

Kriterium	Kreditkartenzahlung	Alternative Zahlungsmethoden (APMs)
Kostenstruktur	Hoch, viele Beteiligte	Gering, einfache Architektur
Chargeback-Risiko	Hoch	Gering bis nicht vorhanden
Risikobewertung nötig	Ja, aufwendig	Meist nicht nötig
Sicherheitsanforderungen	PCI-DSS verpflichtend	Geringer Aufwand
Technische Integration	Komplex	Oft einfach via API
Gebührenmodell	Prozentual, transaktionsabhängig	Flexibel, oft fix pro Transaktion
Kundenzufriedenheit	Je nach Region mittelmäßig	Sehr hoch, lokal angepasst
Akzeptanz bei Kleinstbeträgen	Eingeschränkt wegen Mindestgebühren	Sehr gut geeignet
Liquiditätsverfügbarkeit	Verzögert	Schnell bis Instant
Innovationstempo	Langsam, reguliert	Schnell, flexibel

Fazit: Die Zukunft liegt in der Vielfalt – aber APMs gewinnen an Boden

Obwohl Kreditkarten nach wie vor eine wichtige Rolle im internationalen Zahlungsverkehr spielen, zeigen die oben genannten Punkte deutlich, dass APMs für viele Händler, Acquirer und Kunden eine effizientere, risikoärmere und kostengünstigere Alternative darstellen.

Gerade im E-Commerce, bei digitalen Geschäftsmodellen, über SoftPOS/SmartPOS oder im Mobile Payment bieten APMs erhebliche Vorteile – sowohl wirtschaftlich als auch hinsichtlich User Experience. Sie reduzieren die Komplexität, vermeiden teure Rückbuchungen, senken Compliance-Kosten und steigern die Conversion durch lokal zugeschnittene Angebote.

Empfehlung

Unternehmen, die ihr Zahlungsportfolio optimieren wollen, sollten APMs nicht nur als Ergänzung zur Kreditkarte, sondern als strategische Alternative verstehen. Besonders für kleine und mittelständische Händler mit geringen Margen oder internationalen Ambitionen bieten APMs einen klaren Wettbewerbsvorteil.