Checkout-Check: Kaufabbrüche und Zahlungsmix

Wo Kunden im Checkout aussteigen, was dagegen hilft und welche Zahlungsarten sich wirklich rechnen.

WOFÜR
Systematische Prüfung des Checkouts in vier Bereichen und Bewertung des Zahlungsmix nach Nutzung und Kosten.

FÜR WEN
E-Commerce-Verantwortliche, gemeinsam mit Entwicklung oder Agentur, Buchhaltung und Kundenservice.

UMFANG
22 Prüfpunkte · 3 Arbeitsblätter · Maßnahmenplan

Shop	Geprüft von	Datum

So arbeiten Sie mit der Unterlage

1. **Selbst bestellen:** Den Checkout auf einem Smartphone und am Desktop einmal vollständig durchlaufen – als Gast, mit der am häufigsten genutzten Zahlungsart.
2. **Messen:** Arbeitsblatt 1 mit den Zahlen aus der Shop-Auswertung füllen. Ohne diese Daten bleibt Optimierung ein Ratespiel.
3. **Prüfen und bewerten:** Die Prüfpunkte mit Ja oder Nein beantworten. Jedes Nein ist ein möglicher Hebel.
4. **Entscheiden:** Die wichtigsten Hebel in den Maßnahmenplan übernehmen – wenige, dafür mit Termin.

ARBEITSBLATT 1 Wo Kunden aussteigen

Zeitraum von mindestens vier Wochen wählen. Schritte an den eigenen Checkout anpassen. Die Stelle mit dem größten Verlust zuerst prüfen – getrennt nach Gerät.

Schritt	Besuche Desktop	Weiter in %	Besuche Mobil	Weiter in %	Auffälligkeit
Warenkorb					
Anmeldung / Gastbestellung					
Adresse					
Versandart					
Zahlungsart					
Prüfen und Bestellen					
Bestätigungsseite (Kauf)					

1 Informationen früh zeigen

Wer früh weiß, was es kostet und wie bezahlt werden kann, startet den Checkout mit mehr Sicherheit.

FRAGE	BEREICH	JA	NEIN	MASSNAHME
Die angebotenen Zahlungsarten sind schon auf der Produktseite oder im Warenkorb sichtbar.	Information	☐	☐	.....
Versandkosten stehen fest, bevor der Checkout beginnt – auch für das Ausland.	Information	☐	☐	.....
Die Lieferzeit ist je Produkt und im Warenkorb klar angegeben.	Information	☐	☐	.....
Im letzten Schritt tauchen keine neuen Kosten oder Gebühren auf.	Information	☐	☐	.....
Gutscheinfeld und Mindestbestellwerte sind verständlich erklärt.	Information	☐	☐	.....

2 Den Weg kurz halten

Jeder eingesparte Schritt zählt, besonders auf dem Smartphone.

FRAGE	BEREICH	JA	NEIN	MASSNAHME
Eine Bestellung als Gast ist möglich – ohne Zwang zur Registrierung.	Weg	☐	☐	.....
Formulare fragen nur ab, was für Lieferung und Rechnung nötig ist.	Weg	☐	☐	.....
Adressprüfung und Autovervollständigung unterstützen die Eingabe.	Weg	☐	☐	.....
Der Checkout funktioniert auf dem Smartphone ohne Zoomen und ohne lange Formulare.	Weg	☐	☐	.....
Eingabefehler werden sofort und verständlich am betroffenen Feld angezeigt.	Weg	☐	☐	.....
Der Warenkorb bleibt erhalten, wenn Kunden zwischendurch abbrechen.	Weg	☐	☐	.....

3 Vertrauen schaffen

Unbekannter Shop, unklare Rückgabe, fehlender Kontakt: Zweifel kosten den Abschluss.

FRAGE	BEREICH	JA	NEIN	MASSNAHME
Rückgabe, Lieferung und Kontakt sind im Checkout mit einem Klick erreichbar.	Vertrauen	☐	☐	.....
Bekannte Zahlungslogos sind sichtbar.	Vertrauen	☐	☐	.....
Bewertungen und Gütesiegel werden gezeigt, wo vorhanden.	Vertrauen	☐	☐	.....

Die für die Zielgruppe üblichen Zahlungsarten sind vorhanden (Arbeitsblatt 2).	Vertrauen	☐	☐	
Die Bestellübersicht zeigt Produkte, Preise, Versand und Gesamtbetrag vollständig.	Vertrauen	☐	☐	

4 Technik und Messung

Zahlungsabbrüche, Zeitüberschreitungen und Browserprobleme fallen nur auf, wenn jemand hinsieht.

FRAGE	BEREICH	JA	NEIN	MASSNAHME
Es gibt eine Auswertung, an welchem Schritt Kunden aussteigen (Arbeitsblatt 1).	Technik	☐	☐	
Die Auswertung unterscheidet nach Gerät.	Technik	☐	☐	
Gescheiterte Zahlungen werden je Zahlungsart erfasst.	Technik	☐	☐	
Der Checkout ist in den gängigen Browsern und auf gängigen Smartphones getestet.	Technik	☐	☐	
Ladezeiten im Checkout werden gemessen.	Technik	☐	☐	
Kosten und Ausfallquoten jeder Zahlungsart sind bekannt (Arbeitsblatt 2).	Technik	☐	☐	

ARBEITSBLATT 2 Zahlungsmix: Nutzung und Kosten

Eine Zahlungsart, die Abbrüche verhindert, kann ihre Gebühren schnell einspielen. Eine teure Zahlungsart, die kaum genutzt wird, kostet nur. Deshalb beides eintragen: Anteil an den Bestellungen und Kosten je Bestellung. Jährlich wiederholen.

Zahlungsart	Ange-boten?	Anteil an Bestellungen	Kosten je Bestellung Gebühr + Fixkosten	Ausfälle / Rück-buchungen	Gescheiterte Zahlungen	Urteil halten / stärken / prüfen
PayPal						
Kauf auf Rechnung						
Lastschrift						
Kreditkarte						
Wallets (Apple Pay, Google Pay)						
Vorkasse / Überweisung						
Ratenkauf						

Günstige Zahlungsarten sichtbar platzieren, ohne beliebte Optionen zu verstecken: So lassen sich Kosten senken, ohne Kunden zu verlieren.

ARBEITSBLATT 3 Maßnahmenplan

Die Hebel mit der größten erwarteten Wirkung zuerst. Nach der Umsetzung Arbeitsblatt 1 mit demselben Zeitraum wiederholen.

Maßnahme	Betrifft Schritt	Erwartete Wirkung	Aufwand	Wer	Bis wann	Wirkung gemessen

Diese Unterlage gehört zum Beitrag „Kaufabbrüche im Checkout: Was Zahlungsarten wirklich kosten“ auf brand-interactive.com/insights/kaufabbrueche-im-checkout. Sie ist eine allgemeine Arbeitshilfe und ersetzt keine Prüfung des Einzelfalls. Stand: November 2026.