

Häufige Fragen über Amazon Pay



Fragenübersicht:

- Welche Informationen sammelt Amazon Pay während der Kaufabwicklung?
- Wird Amazon Pay mein Produktangebot und meine Marke verwässern?
- Amazon hat Verbrauchern viel zu bieten. Aber was genau haben Händler davon?
- Was ist die Preisstruktur von Amazon Pay? Amazon Pay ist zu teuer.
- Wann ist der richtige Zeitpunkt für die Integration einer Zahlungslösung?
- Ich biete jetzt schon sehr viele Zahlungsoptionen an. Warum sollte ich Amazon Pay hinzunehmen?
- Wie komplex ist der Integrationsprozess von Amazon Pay?
- Ist Amazon Pay weltweit verfügbar?
- Müssen Verbraucher einen weiteren Anmeldeprozess durchlaufen, um Amazon Pay zu aktivieren?
- Wann erfolgt die Zahlungsüberweisung? Gibt es Fälle, in denen Sie Gelder einbehalten?

Frage // Welche Informationen sammelt Amazon Pay während der Kaufabwicklung?

Antwort:

- **Amazon Pay erfasst nur den endgültigen Zahlungsbetrag oder den gesamten Bestellwert** (einschließlich Datum und Uhrzeit), da diese Daten für die Abwicklung der Transaktion erforderlich sind. Wenn wir Kundenzahlungen verarbeiten, erfasst die Website-API von Amazon Pay keine Produktdetails oder Werte von Einzelartikeln.

Frage // Wird Amazon Pay mein Produktangebot und meine Marke verwässern?

Antwort:

- **Reputation.** Indem Sie Amazon Pay auf Ihrer Website anbieten, profitieren Sie von der Verbindung zu einer der vertrauenswürdigsten Marken der Branche, die in einer Nielsen/Harris Poll-Umfrage aus dem Jahr 2018 als Nummer 1 im Bereich Reputation eingestuft wurde.¹
- **Vertrauenswürdigkeit.** 78 % der Verbraucher geben an, dass Vertrauen bei der Wahl des Einkaufsorts sehr oder extrem wichtig ist.² Darüber hinaus haben 19 % der Befragungsteilnehmer im Jahr 2017 eine oder mehrere Bestellungen abgebrochen, weil sie der Website nicht ihre Kreditkarteninformationen anvertrauen wollten.³
- **Markenschutz.** Amazon hilft Händlern dabei, ihre Marke mit Dienstleistungen wie der [Amazon-Markenregistrierung](#) zu schützen. Wir geben Händlern Werkzeuge an die Hand, mit denen sie ihre Marke vor möglichen Verletzungen des geistigen Eigentums effektiv schützen können.

¹ Nielsen, Harris Poll. 2018.

² Umfrage PYMNTS.com, 2015.

³ Baymard Institute, 2017.

- **Händler-Beispiel.** „Da wir ein recht junges Unternehmen sind, werden wir über die Marken bewertet, mit denen wir zusammenarbeiten. Von daher ist es für uns eindeutig ein Marketingvorteil, mit einer vertrauenswürdigen Marke wie Amazon assoziiert zu werden.“ – *Mike Janes, Marketingleiter, Vacatia*
- **Händler-Beispiel.** Als Gogo nach einer Möglichkeit suchte, um zusätzliche Zahlungsoptionen anzubieten, erschien der große Kundenstamm von Amazon mit Millionen aktiver Benutzerkonten besonders attraktiv. Diese große Reichweite und das damit einhergehende Vertrauen der Verbraucher in die Marke Amazon machte Amazon Pay zur richtigen Lösung für einen einfacheren Checkout.

Frage // Amazon hat Verbrauchern viel zu bieten. Aber was genau haben Händler davon?

Antwort:

- **Zusammen erfolgreich.** Die Hälfte der weltweit über Amazon verkauften Artikel stammt von Verkäufern, die ihre Produkte über den Amazon Marketplace anbieten.⁴ Daher besteht ein wichtiger Teil des Geschäfts von Amazon darin, andere Unternehmen zu unterstützen.
- **Versand von Milliarden von Drittanbieter-Artikeln.** 2017 wurden mehrere Milliarden Artikel mit [Versand durch Amazon \(FBA\)](#) im Namen kleiner und mittelständischer Unternehmen versendet, die weltweit bei Amazon verkaufen.⁵
- **Kooperation mit Amazon Pay und Alexa** Bieten Sie Ihren Kunden eine neue, bequeme Art des Einkaufens, indem Sie Amazon Pay für Alexa Skills in Ihr Einkaufserlebnis integrieren.
- **Wettbewerbsfähig bleiben.** Viele Unternehmen suchen kontinuierlich nach neuen Wegen, um sowohl ihre Verkaufsstrategien als auch ihre Zielgruppen auf- und auszubauen. Amazon bietet eine Reihe von Lösungen, mit denen sich Unternehmen einen effektiven Wettbewerbsvorteil sichern können. Sachkundige Händler wissen: Zu einer erfolgreichen Omni-Channel-Strategie gehört ein kontextabhängiger Verkauf und die Präsentation von Produkten an den Orten, an denen Verbraucher ihre Zeit verbringen. Viele Käufer beginnen ihre Suche auf Amazon.de⁶. Über den [Amazon Marketplace](#) können auch Sie Ihre Umsätze steigern und neue Kunden gewinnen, indem Sie Ihre Produkte auf Amazon.de verkaufen.
- **Erweiterung Ihrer Reichweite.** Durch die Integration von Amazon Pay in Ihr Verkaufserlebnis können Sie aktiv Ihr Geschäft ausbauen, indem Sie mehrere hundert Millionen Nutzer mit Amazon-Konten ansprechen, die außerhalb der Amazon-Websites einkaufen. Mit Programmen wie Curator können Sie Amazon Advertising effektiv nutzen, um Kunden mit hochrelevanten Anzeigen Ihrer Marke anzusprechen.

Frage // Was ist die Preisstruktur von Amazon Pay? Amazon Pay ist zu teuer.

Antwort:

- **Verschiedene Preismodelle.** Digitale Wallets haben in manchen Fällen variierende Preismodelle. Amazon Pay verfügt über eine übersichtliche Gebührenstruktur, so dass es keine versteckten Gebühren oder Überraschungen gibt. Die gesamten Bearbeitungskosten anderweitiger Zahlungsmethoden von Händlern können im Endeffekt ein höheres Netto-Nutzungsentgelt (Kartengebühren, Konto-, grenzüberschreitende Gebühren usw.) umfassen als der transparente Tarif von Amazon Pay. [Weitere Informationen](#)
- **Händler-Beispiele – Steigerung der Konversionsrate.** Einige Händler, mit denen wir zusammenarbeiten, konnten ihre Konversionsraten erhöhen, wodurch auch das Umsatzwachstum erheblich beeinflusst wurde. So stellte die amerikanische Luxus-Lifestyle-Marke [Shinola](#) in den ersten drei Monaten nach der Einführung von Amazon Pay fest, dass 19 % mehr mobile Nutzer und 5 % mehr Desktop-Nutzer die begonnenen Online-

⁴ Investor Relations, April 2018

⁵ Investor Relations, Februar 2018.

⁶ Amazon: The Big E-Commerce Marketing Opportunity for Brands (Amazon als riesige Vermarktungsmöglichkeit im E-Commerce). Kenshoo, 2017.

Einkäufe tatsächlich abschlossen. Analog dazu verzeichnete das Videospielunternehmen [Xsolla](#) mit Amazon Pay eine 19 % höhere Konversionsrate im Vergleich zu einigen seiner anderen führenden Zahlungsoptionen.⁷

- **Händler-Beispiele – durchschnittlicher Bestellwert.** Amazon Pay kann auch zur Erhöhung des durchschnittlichen Bestellwerts beitragen. So verzeichnete beispielsweise das Mobilfunkunternehmen [Ting](#) einen um 30 % höheren durchschnittlichen Bestellwert unter Kunden, die mit Amazon Pay bezahlten. [AuthenticWatches.com](#) konnte seinen durchschnittlichen Bestellwert seit dem Hinzufügen von Amazon Pay um 33 % steigern.⁸

Frage // Wann ist der richtige Zeitpunkt für die Integration einer Zahlungslösung?

Antwort:

- **Verpasste Chancen.** Es wäre ein Fehler, sich die Vorteile von Amazon Pay entgehen zu lassen. Amazon Pay kann den Checkout optimieren und die Anzahl der zum Kaufabschluss benötigten Schritte reduzieren. Dies wiederum führt zu weniger Warenkorbabbrüchen, höheren Konversionsraten und der Möglichkeit, Ihre ambitioniertesten Ziele zu erreichen.
- **Wahrnehmung saisonaler Chancen.** Das schnelle und einfache Checkout-Erlebnis mit Amazon Pay ist besonders wichtig für Händler, die saisonale Spitzen im Auftragsvolumen verzeichnen. Jedes Unternehmen, das beispielsweise über die Feiertage auf volumenstarke Bestellungen angewiesen ist, kann erheblich von dem bequemen Checkout-Prozess mit Amazon Pay profitieren.
- **Händler-Beispiel – die Feiertage.** Ein hervorragendes Beispiel ist das Unternehmen [The Entertainer](#), dem TheToyShop.com gehört. 70 % der mobilen Käufer von The Entertainer sind saisonal aktive Kunden, die während der Winterfeiertage einkaufen. Amazon Pay hat dem Unternehmen geholfen, große Traffic-Spitzen mit einem um 40 % schnelleren Checkout zu bewältigen. Dies führte zu einer um 14 % höheren Konversionsrate als bei Kreditkarten und einem Umsatzwachstum von 10 % im Jahresvergleich.⁹
- **Einkaufen per Sprache als neue Umsatzchance.** Mit der Einführung von Sprachlösungen für verschiedene Anwendungsfälle im Einzelhandel sieht sich der E-Commerce nun einer ganz neuen Herausforderung gegenüber. Vor diesem Hintergrund unterstützt Amazon Pay Unternehmen dabei, sich effektiv an die Erwartungen der vernetzten Käufer von heute anzupassen. Amazon Pay möchte den Menschen helfen, ihr ganz persönliches Shopping-Abenteuer weltweit ausleben zu können. Um dies zu erreichen, stellen wir die wegweisenden Innovationen von Amazon auch Drittanbietern zur Verfügung. Ein perfektes Beispiel hierfür ist die kürzliche Einführung von Amazon Pay für Alexa Skills in Deutschland, das Händlern ermöglicht, Waren und Dienstleistungen über die einfache Sprachlösung von Amazon zu verkaufen. Das Einkaufen per Sprache wird immer mehr zum Mainstream. Innovative Marken erkennen dies und arbeiten mit Hochdruck an ihrer Präsenz auf diesem Kanal. Durch die Integration von Voice-Commerce können innovative Händler heute schon die Kundenfreundlichkeit auf die nächste Stufe heben. Damit lassen sich die Erwartungen der Kunden in einem Zeitalter übertreffen, in dem personalisierte und nahtlose Erlebnisse den Unterschied ausmachen.
- **Händler-Beispiel – Voice-Commerce.** [Virgin Trains](#) war der erste Reiseveranstalter der Welt, der Tickets über [Amazon Alexa](#) anbot – Einzeltickets können damit ganz einfach per Sprachaufforderung gekauft werden. Die innovative Zusammenarbeit ermöglicht es Reisenden mit Virgin Trains, ihre Pendelfahrten mit einer einfachen sprachbasierten Transaktion über unterstützte Echo-Geräte zu planen – die Zahlung erfolgt dabei über [Amazon Pay](#). Der Launch folgt der Präsentation des Virgin Trains Skill für Amazon Alexa im November letzten Jahres. Kunden wird damit ermöglicht, sich per Frage an Alexa über die Zugverbindungen von Virgin Trains zu informieren.¹⁰

⁷ Individuelle Ergebnisse können abweichen.

⁸ Individuelle Ergebnisse können abweichen.

⁹ Individuelle Ergebnisse können abweichen.

¹⁰ Individuelle Ergebnisse können abweichen.

Frage // Ich habe bereits zu viele Zahlungsoptionen. Warum sollte ich Amazon Pay hinzunehmen?

Antwort:

- **Nicht genügend Zahlungsmethoden.** Laut einem Bericht zur Checkout-Optimierung des Baymard Institute verlassen 8 % der Kunden einen Online-Shop, weil ihre bevorzugten Zahlungsmethoden nicht angeboten wurden.
- **Zu viele Zahlungsmethoden sind nicht das Problem.** Oft geht es nicht darum, wie viele Optionen man anbietet, sondern ob man auch die richtigen Optionen anbietet. Wichtig ist, dass Sie den Leuten das Einkaufen und Bezahlen in Ihrem Shop so einfach wie möglich machen. Mit Amazon Pay ermöglichen Sie mehreren hundert Millionen Amazon-Kunden, mit den bereits in ihren Konten hinterlegten Angaben (Versand- und Zahlungsdaten) zu bezahlen.
- **Händler-Beispiel – Zahlungsoptionen.** Das Videospieleunternehmen Xsolla bietet über 700 Zahlungsmethoden an. Damit macht das Unternehmen es Spieleentwicklern leicht, sich die passenden Zahlungsmethoden auszusuchen, die sie Spielern in verschiedenen Märkten auf der ganzen Welt anbieten möchten. Im Zuge der Erweiterung seines Angebots hat das Unternehmen im Herbst 2015 Amazon Pay zu seinen Zahlungsoptionen hinzugefügt. Mit Amazon Pay hilft Xsolla Spieleentwicklern, ihre durchschnittliche Auftragsgröße und ihre Konversionsrate zu erhöhen, indem sie Zugang zu den weltweit über 300 Millionen aktiven Amazon-Kundenkonten erhalten.¹¹

Frage // Wie komplex ist der Integrationsprozess von Amazon Pay?

Antwort:

- **Einfache Integration in Warenkorblösungen.** Wenn Sie bereits mit einem großen Warenkorblösungsanbieter zusammenarbeiten, können Sie Amazon Pay problemlos in Ihre E-Commerce-Erfahrung integrieren – ohne großen Zeitaufwand für Ihr Unternehmen. Abhängig von Ihrem Anbieter müssen Sie möglicherweise nur die Zahlungslösung in Ihrem Adminbereich aktivieren.
- **Unterstützung bei der Integration.**
 - Neben einer umfangreichen Dokumentation stehen Ihnen erfahrene Integrationsentwickler und Lösungsarchitekten zur Verfügung, die Sie bei der Integration von Amazon Pay unterstützen.
 - Wir führen auch vorbereitende Gespräche durch, um Ihnen bei der Bestimmung der für die Integration benötigten Technologien zu helfen.
 - Wir wollen den Implementierungsprozess bequem und einfach gestalten, damit Ihre Kunden schnell in den Genuss der Vorteile von Amazon Pay kommen.
- **Händler-Beispiel.** „Wir wissen aus Erfahrung, dass sich der Integrationsprozess oft schwierig gestaltet. Es war sehr leicht für uns, Amazon Pay in unseren Verkaufsprozess zu integrieren. Und mit dem Support hat sich Amazon wirklich selbst übertroffen.“ – Ash ElDifrawi, Chief Commercial Officer bei Gogo

Frage // Ist Amazon Pay weltweit verfügbar?

Antwort:

- **Die Amazon-Identität.** Egal, wo sich Kunden befinden, ihre Zugangsdaten und ihre Amazon Pay- Identität begleiten sie bei ihrem persönlichen Shopping-Abenteuer um die ganze Welt.

¹¹Individuelle Ergebnisse können abweichen.

- **Globale Reichweite.** Amazon Pay ist in vielen Teilen der Welt verfügbar, darunter in den USA, dem Vereinigten Königreich und in weiten Teilen Europas. Im Jahr 2017 haben Millionen von Kunden in über 170 Ländern Amazon Pay für ihre Einkäufe genutzt.
- **Käufer-Vorteile durch die Fremdwährungsfunktion.** Amazon Pay bietet eine Fremdwährungsfunktion, um Ihren Kunden das Einkaufen zusätzlich zu erleichtern.
 - **So funktioniert die Fremdwährungsfunktion.** Amazon Pay konvertiert die Zahlung des Käufers automatisch in Ihre Basiswährung und überweist den Betrag auf das von Ihnen angegebene Bankkonto. Keine Überraschungen für Ihre Käufer – ihnen wird der Betrag in Rechnung gestellt, der ihnen angezeigt wird. Dadurch werden Rückerstattungen und Rückbuchungen reduziert.
 - **Unterstützte Währungen für EU-Händler.** Wir unterstützen die folgenden zwölf Währungen: australische Dollar (AUD), britische Pfund (GBP), dänische Kronen (DKK), Euro (EUR), japanische Yen (JPY), Hongkong-Dollar (HKD), Neuseeland-Dollar (NZD), norwegische Kronen (NOK), südafrikanische Rand (ZAR), schwedische Kronen (SEK), Schweizer Franken (CHF) und US-Dollar (USD). Die Fremdwährungsfunktion wird von Amazon Services Europe SARL angeboten und ist für Händler mit Sitz im Vereinigten Königreich, Österreich, Belgien, Zypern, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Ungarn, Irland, Italien, Luxemburg, den Niederlanden, Portugal, Spanien, Schweden und der Schweiz verfügbar.
- **Händler-Vorteile durch die Fremdwährungsfunktion.**
 - **Ein Konto.** In der EU entfällt durch die Fremdwährungsfunktion die Notwendigkeit, juristische Einheiten oder Bankkonten im Ausland einzurichten oder mehrere Währungen manuell zu verwalten. Es gibt nur ein Amazon Pay- und ein EU-Bankkonto in der gesamten SEPA-Region.
 - **Reduzierung der Betriebskosten.** Sie müssen nicht lokal investieren, um neue Länder zu testen.
 - **Schnellere Expansion.** Ermöglicht eine schnellere Expansion in neue Länder und ein unkompliziertes Käuferlebnis für Ihre Kunden auf der ganzen Welt.
- **Händler-Beispiel.** Viele Marken haben uns bereits bestätigt, dass ihnen Amazon Pay bei der internationalen Expansion hilft. So konnte beispielsweise das Videospieleunternehmen [Xsolla](#) mit Amazon Pay seinen globalen Umsatz ausbauen. Ebenso unterstützt Amazon Pay die Washington Post im Zuge der Einführung neuer Marken und Erschließung neuer Märkte bei der Erweiterung seiner Kundenreichweite.¹²

Frage // Müssen Verbraucher einen weiteren Anmeldeprozess durchlaufen, um Amazon Pay zu aktivieren?

Antwort:

- **Es ist keine zusätzliche Anmeldung erforderlich.** Als Kunde bei Amazon hat man den Vorteil, Amazon Pay ohne zusätzliche Anmeldungsschritte nutzen zu können. Mit Amazon Pay können Kunden die Zahlungsmethoden nutzen, die sie bereits auf Amazon.de verwenden. So können sie bequem und schnell für Waren und Dienstleistungen auf Websites von Drittanbietern bezahlen, auf denen Amazon Pay akzeptiert wird. Sie können sichere Einkäufe bei externen Online-Shops (d. h. nicht von Amazon) tätigen, die Amazon Pay akzeptieren, ohne ihre Zahlungsinformationen erneut eingeben zu müssen.
- **Erstmalige Nutzung.** Sofern Kunden bereits über ein Konto auf Amazon.de verfügen, wird Amazon Pay automatisch bei der ersten Zahlung auf einer Drittanbieter-Website mit Amazon Pay-Zahlungsoption aktiviert. Dabei kann eine der gültigen Kreditkarten verwendet werden, die mit dem Konto des Kunden auf Amazon.de verknüpft sind.
- **Händler-Beispiel.** „Mit Amazon Pay müssen Sie sich nicht mehr an Ihre Kreditkartendaten, an Versandadressen oder an den Wohnort Ihrer Schwester erinnern – all das ist im Adressbuch vermerkt. Unsere Kunden können einfach klicken und zur Kasse gehen. Genau das ist es, was uns diese außergewöhnlichen Ergebnisse beschert.“ – *Dan Hartley, Global Head of Digital Commerce bei AllSaints*

¹² Individuelle Ergebnisse können abweichen.

Frage // Wann erfolgt die Zahlungsüberweisung? Gibt es Fälle, in denen Sie Gelder einbehalten?

Antwort:

- **Einrichtung des Auszahlungsplans.** Sie können Ihre Auszahlungen so einrichten, dass Sie sie täglich erhalten.
 - **Rückstellungsrichtlinie.** In einigen Fällen behält Amazon Pay ein Mindestguthaben auf Ihrem Konto ein. Damit werden Zahlungsverpflichtungen, die nach der Lieferung entstehen können (z. B. Rückerstattungen, Rückbuchungen oder A-bis-Z-Garantieansprüche) abgesichert. Dieses Mindestguthaben bezeichnen wir als Rücklage. [Weitere Informationen](#)
-