

Inhaltsübersicht

- A) Relevanz der Zahlungsmöglichkeiten für den Online-Handel
- B) Umsetzung der Angabe zu Zahlungsmöglichkeiten im Online-Shop
 - I) Inhaltliche Umsetzung der Zahlungsmöglichkeiten
 - II) Gestalterische Umsetzung der Zahlungsmöglichkeiten
 - III) Zeitpunkt der Information über Zahlungsmöglichkeiten im Vorfeld
- C) Auswahl der möglichen Zahlungsmittel
 - I) Vorleistung ja oder nein
 - II) Klassische Zahlungsarten
 - 1) Zahlung auf Rechnung
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - 2) Nachnahme
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - 3) Überweisung
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - 4) Lastschriftverfahren
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - d) Elektronische Lastschrift
 - 5) Kreditkartenzahlung
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - III) Online-spezifische Zahlungsmittel
 - 1) PayPal
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - 2) WEB.Cent
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - 3) Firstgate Click&Buy
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile
 - c) Nachteile
 - 4) T-Pay
 - a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen
 - b) Vorteile



- c) [Nachteile](#)
- 5) [Treuhändersystem „iclear“ \(Kinteki\)](#)
 - a) [Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen](#)
 - b) [Vorteile](#)
 - c) [Nachteile](#)
- D) [Absicherungsmöglichkeiten im Online-Handel](#)
 - I) [Risikomanagement](#)
 - 1) [Plausibilitätsprüfung](#)
 - 2) [Bonitätsprüfung](#)
 - II) [Sicherheits- und Verschlüsselungssysteme für den Online-Shop](#)
- E) [Forderungsmanagement bei Zahlungsausfall](#)
 - I) [Mahnwesen](#)
 - II) [Kosten der Rechtsverfolgung](#)
 - III) [Verjährung](#)

Abmahnsicher durch Angaben der eingeräumten Bezahlungsmöglichkeiten im Online-Shop

A) Relevanz der Zahlungsmöglichkeiten für den Online-Handel

Das Angebot von Protected Shops stellt eine einfache, kostengünstige und unkomplizierte Möglichkeit zur Erfüllung sämtlicher Belehrungs- und Informationspflichten im Online-Handel dar. Dazu gehört auch die Pflicht zur Information über die Zahlungsarten.

Zu den umfangreichen Pflichtinformationen, die der Online-Händler seinen Kunden anzugeben hat, gehört auch die Angabe über die Zahlungsarten, die der Händler seinen Kunden zur Verfügung stellt.

Der Händler hat dem Kunden also mitzuteilen, welche Zahlungsarten er akzeptiert. Daneben muss er die zur Erfüllung der Zahlungspflicht erforderlichen Angaben machen. Bietet er die Möglichkeit der Überweisung an, muss er beispielsweise seine Kontonummer und die Bankverbindung angeben. Der Kunde muss in der Lage sein, die Rechnung auch tatsächlich zu bezahlen.

Erfüllt er die Informationspflichten nicht oder fehlerhaft, besteht die Gefahr einer kostenpflichtigen Abmahnung durch Verbraucherschutzorganisationen und vor allem durch Konkurrenten. Diese werden bestrebt sein, fehlerhaften oder fehlenden Pflichtinformationen im Internet aufzuspüren und anwaltlich dagegen vorzugehen. Auf die Erfüllung der Angabepflicht sollte daher jeder Händler großen Wert legen.

Möchte er sicher gehen, dass diese und die weiteren Angaben, die er zu machen hat, rechts- und vor allem abmahnsicher sind, kann er das Angebot von **Protected Shops** nutzen.

B) Umsetzung der Angabe zu Zahlungsmöglichkeiten im Online-Shop

I) Inhaltliche Umsetzung der Zahlungsmöglichkeiten

Anzugeben sind die eingeräumten Zahlungsarten, die zur Durchführung erforderlichen Daten – Kontonummer, Bankverbindung des Händlers –, Beschränkungen für bestimmte Zahlungsarten sowie Zeitpunkt der Fälligkeit der Zahlung.

Der Online-Händler kann frei entscheiden, welche der vielen Zahlungsarten er seinen Kunden zur Verfügung stellt. Er ist nicht gezwungen ganz bestimmte Zahlungsarten zu akzeptieren. Auf der Shop-Seite hat er dann anzugeben, welche Zahlungsarten er zur Vertragsabwicklung anbietet. Um eine Bezahlung auch tatsächlich zu ermöglichen, muss er darüber hinaus auch alle Daten angeben, die der Kunde braucht, um seine Rechnung zu begleichen (bei Zahlung durch Überweisung muss er deshalb seine Kontodaten angeben). Sind für die Zahlungsabwicklung Daten vom Kunden erforderlich, muss er ihn informieren, welche Angaben er zur Abwicklung benötigt (bei Zahlung durch Kreditkarte muss also angegeben werden, welche Daten der Kunde zur Verfügung zu stellen hat, das sind meist Kartennummer und Verfallsdatum).

Macht der Händler Zahlungsarten von bestimmten Voraussetzungen abhängig, muss er diese nennen. Er kann beispielsweise eine Zahlung mittels Überweisung davon abhängig machen, dass

bereits frühere Käufe mit dem Kunden erfolgreich abgewickelt wurden. Er kann auch Gebühren für eine Zahlungsart verlangen.

Die Voraussetzungen kann der Händler frei bestimmen. Er muss nur darüber informieren.

Anzugeben ist der Zeitpunkt der Zahlung, also ihre „Fälligkeit“. Darunter fällt auch die Angabe, wann der Händler selbst Geld vom Konto oder der Kreditkarte des Kunden einzieht.

Möglich ist es die Zahlung vom Erhalt der Ware abhängig zu machen oder vom Versand durch den Händler („Nach Erhalt der Ware haben Sie 14 Tage Zeit den Rechnungsbetrag zu begleichen.“, „Das von Ihnen angegebene Konto wird erst nach Versand der Ware belastet.“). Nach Ansicht des Gesetzgebers ist es für den Verbraucher kaufentscheidend zu wissen, wann er den Kaufpreis bezahlen muss. Kann er die Ware vorher testen und ausprobieren oder muss er in Vorleistung gehen ohne die Ware gesehen zu haben.

II) Gestalterische Umsetzung der Zahlungsmöglichkeiten

Informationen können auf einer Unterseite abgelegt werden, die von jeder anderen Seite des Online-Shops maximal zwei Klicks entfernt ist.

Auf welche gestalterische Art die Angabe zu erfolgen hat, legt das Gesetz nicht fest. Es verpflichtet nur die Angabe in klarer und verständlicher Form zu machen. Maßstab für die Klarheit der Informationen ist dabei das verwendete Fernkommunikationsmittel, im Online-Handel also die Gepflogenheiten des Internet.

Zur Pflichterfüllung können die Informationen auf einer Unterseite innerhalb des Online-Auftritts abgelegt werden. Diese Unterseite muss dann von allen anderen Unterseiten des Shops aus erreichbar sein. Dazu kann eine Verlinkung verwendet werden. Die Seite muss allerdings mit maximal zwei Klicks von jeder anderen Seite des Online-Shops aus erreichbar sein. Mehr als zwei Klicks schließen eine klare und verständliche Wahrnehmbarkeit durch den Kunden aus.

Ist Deutsch die Vertragssprache und gilt für den Vertrag deutsches Recht, sind die Informationen ebenfalls in Deutsch abzufassen.

Der Händler muss lediglich die Möglichkeit der Kenntnisnahme durch den Verbraucher gewährleisten, nicht, dass dieser auch tatsächlich Kenntnis nimmt.

III) Zeitpunkt der Information über Zahlungsmöglichkeiten im Vorfeld

Die Information muss vor Vertragsschluss erfolgen.

Der Händler hat seine Kunden „rechtzeitig vor Abgabe ihrer Vertragserklärung“ die Informationen zur Verfügung zu stellen. D.h. sie darf nicht erst nach Absendung der Bestellung durch den Käufer erfolgen. Er soll über die angebotenen Zahlungsmöglichkeiten im Vorfeld informiert werden, damit er entscheiden kann, ob er einen Vertrag zu diesen Bedingungen überhaupt schließen will.

C) Auswahl der möglichen Zahlungsmittel

Bevor er die oben genannten Angaben machen kann, muss sich der Online-Händler zunächst entscheiden, welche Zahlungsmöglichkeiten er seinen Kunden überhaupt einräumen will. Neben den klassischen auch außerhalb des Internet-Shoppings möglichen Zahlungsarten, gibt es verstärkt solche, die speziell auf den Online-Handel zugeschnitten sind und für diesen entwickelt wurden. Alle Möglichkeiten haben Vor- und Nachteile, die der Händler gegeneinander abwägen muss.

Auf Grund der gesetzlich verankerten Vertragsfreiheit, kann der Händler allein entscheiden, welche Zahlungsmöglichkeiten er zur Verfügung stellt. Er ist nicht verpflichtet, seinen Kunden bestimmte Zahlungsarten anzubieten. Es ist allerdings bei der Auswahl der zugelassenen Zahlungsarten sinnvoll, auch die Bedürfnisse des Kunden im Auge zu behalten. Denn auch so kann die Attraktivität des eigenen Online-Shops gesteigert werden.

I) Vorleistung ja oder nein

Jeder Händler muss sich zunächst fragen, ob er bereit ist seine Ware vor Zahlungseingang zu verschicken oder ob er diesen abwarten will. Geht er selbst in „Vorleistung“, verschickt er also die Ware ohne bereits die Gegenleistung in Form des Kaufpreises erhalten zu haben, riskiert er, dass er weder den Kaufpreis noch seine Ware zurück erhält. Wartet er hingegen ab, bis der Kunde den Kaufpreis gezahlt hat, besteht die Gefahr, dass sein Absatz sinkt. Denn Käufer präferieren einen Shop, bei dem sie die Ware erst angucken und testen können, bevor sie bezahlen müssen. Die Kaufentscheidung fällt ihnen dann leichter. Entsprechend schwer fällt sie, wenn sie diese Möglichkeit nicht haben.

Hat er sich für eine der Varianten entschieden (selbst in Vorleistung zu gehen oder erst den Zahlungseingang abzuwarten), muss er sich auf konkreten Zahlungsarten festlegen, die er seinen Kunden zur Verfügung stellt. Die Möglichkeiten sind vielfältig.

Neben den klassischen Bezahlssystemen wie Zahlung auf Rechnung, Überweisung, Kreditkartenzahlung, Lastschriftverfahren und Nachnahme entstehen auch immer mehr Systeme, die den Anforderungen des Internethandels gerecht werden wollen. Beispiele dafür sind die Einrichtung virtueller Konten (PayPal, WEB.Cent) oder virtuelle Abrechnungssysteme (Firstgate Click & Buy, T-Pay). Aber auch Treuhänderische Systeme sind mittlerweile im Internet möglich (iclear). Welche Zahlungsarten für den Händler am attraktivsten sind, hängt von den damit verbundene Kosten und Risiken ab.

II) Klassische Zahlungsarten

1) Zahlung auf Rechnung

Zahlung auf Rechnung als kundenfreundlichste Zahlungsart, bei der eine Zahlung allerdings statistisch am häufigsten ausbleibt.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

Diese Alternative stellt nicht wirklich eine Art der Zahlung dar sondern legt vielmehr deren Zeitpunkt fest. Bei Zahlung auf Rechnung geht der Händler in Vorleistung und verschickt die Ware vor der Kaufpreiszahlung durch den Käufer. Wie dieser die Rechnung begleicht, bleibt hingegen ihm überlassen. Am gängigsten ist die Überweisung des Rechnungsbetrages. Aber auch andere Zahlungsarten sind möglich. So könnte der Käufer auch beim Händler persönlich erscheinen um den Betrag bar zu übergeben.

b) Vorteile

Die Zahlung auf Rechnung stellt die kundenfreundlichste Zahlungsvariante dar. Denn dieser kann bevor er zahlt die Ware zunächst prüfen. Daneben kann er (sofern ihm die Wahl vom Händler überlassen wurde) selbst entscheiden, wie er die Rechnung begleichen möchte.

c) Nachteile

Der Vorteil des Käufers ist gleichzeitig der Nachteil des Händlers. Denn dieser geht in Vorleistung und trägt das Risiko, dass der Kunde nicht zahlt (entweder weil er nicht kann oder weil er nicht will). Gleichzeitig muss er sich seine Ware zurückholen, wenn er seine Verluste so gering wie möglich halten will. Das Risiko (=Bonitätsrisiko) kann durch Informationen von Auskunftseien über den Kunden oder über eigene Erfahrungswerte gesenkt werden.

Daneben kann der Händler es auch dadurch senken, dass er diese Art der Zahlung nur denjenigen Kunden einräumt, die ihre Zahlungswilligkeit und -fähigkeit durch frühere Käufe bereits unter Beweis gestellt haben.

Die Zahlung auf Rechnung führt die Statistik über den Zahlungsausfall an, ist also die für den Händler das unsicherste Zahlungsmittel.

2) Nachnahme

Nachnahme als sicheres Zahlungsmittel für den Händler, das auch bei Käufern noch beliebt ist. Es ist allerdings mit zusätzlichen Kosten verbunden. Ein Bonitätsrisiko ist nur in Höhe dieser Zusatzkosten, ein Betrugsrisiko ist überhaupt nicht gegeben.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

Wegen der Distanz zwischen den Vertragsparteien ist eine Barzahlung, wie sie normalerweise im Ladengeschäft erfolgt, im Online-Handel grundsätzlich ausgeschlossen. Eine Alternative dazu bietet aber die Nachnahme. Dabei verpflichtet der Händler das Transportunternehmen bei Übergabe des Warenpakets den Rechnungsbetrag vom Käufer entgegen zu nehmen.

b) Vorteile

Mit Übergabe des Pakets sichert sich der Händler also gleich den Kaufpreis. Die Nachnahme ist deshalb ein sehr sicheres Zahlungsmittel. Es ist auch bei vielen Käufern noch sehr beliebt. Vor allem bedarf es keiner weiteren Voraussetzungen, wie das Führen eines Girokontos. Bei dieser Zahlungsart ist das Risiko, dass der Käufer nicht zahlt, auch nur minimal. Denn wenn das Transportunternehmen

die Ware übergibt, verlangt es gleichzeitig den Rechnungsbetrag. Wenn der Käufer nicht angetroffen wird oder er die Annahme verweigert, bleibt zwar die Kaufpreiszahlung aus, der Händler erhält aber auch umgehend seine Ware zurück. Er erleidet also keinen Verlust. Deshalb kommt es auch nicht auf die Identität des Käufers an. Derjenige, der an der Lieferadresse angetroffen wird und den Kaufpreis zahlt, erhält die Ware. Ein Betrug (beispielsweise durch Nutzung einer gestohlenen Kreditkarte) ist deshalb ausgeschlossen.

c) Nachteile

Nachteilig sind die zusätzlichen Liefergebühren, die das Transportunternehmen für eine Nachnahme verlangt. Diese kann der Händler zwar dem Kunden auferlegen. Wird der Käufer aber nicht angetroffen oder verweigert er die Annahme, muss der Händler sie gegenüber dem Transportunternehmen begleichen. Er kann sie vom Käufer als Schadenersatz aber zurück verlangen. Ein Zahlungsausfallrisiko (Bonitätsrisiko) besteht dann nur bezüglich der erhöhten Lieferkosten. Sie liegen meist zwischen 4 und 8 EUR, sind im Vergleich zum Warenwert daher möglicherweise nur geringwertig.

3) Überweisung

Überweisung stellt simple Zahlungsart dar, bei der keine weiteren Kosten entstehen. Der Händler trägt aber das Bonitäts- und Betrugsrisiko.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

Die Überweisung stellt eine der unkomplizierten Zahlungssysteme dar. An ihr sind 3 Parteien beteiligt. Der Käufer, dessen Bank sowie der Händler. Der Käufer weist seine Bank an, den Rechnungsbetrag auf dem Konto des Händlers gutzuschreiben und gleichzeitig das eigene Konto in dieser Höhe zu belasten.

Erforderlich ist dafür also, dass sowohl der Käufer als auch der Händler über ein Girokonto verfügen.

b) Vorteile

Neben der einfachen Abwicklung entstehen auch neben etwaiger Kontoführungsgebühren bei der Überweisung keine weiteren Kosten. Da der Händler eine Überweisung vor oder nach Warenversendung verlangen kann, ist sie im Handel wohl das gängigste Zahlungsmittel.

c) Nachteile

Der Händler trägt das Bonitätsrisiko des Käufers. Ist das Konto also nicht gedeckt, bleibt eine Zahlung aus. Das Risiko wird allerdings erst dann relevant, wenn die Ware vor Zahlungseingang versendet wird, der Händler also vorleistet. Daneben muss der Käufer die Zahlung veranlassen. Tut er es nicht, ergeben sich für den Händler dieselben Probleme wie beim Kauf auf Rechnung. Hat er die Ware bereits versendet, besteht die Gefahr, dass er weder diese zurück noch den Kaufpreis erhält.

In jedem Fall hat er allerdings das Betrugsrisiko zu tragen. Stellt sich heraus, dass nicht der Kontoinhaber sondern ein Betrüger die Überweisung getätigt hat, wird die Zahlung über die Bank rückabgewickelt. Der Händler verliert dann meist sowohl das Geld als auch die Ware.

4) Lastschriftverfahren

Das Lastschriftverfahren ist für den Händler attraktiv, da dieser selbst die Zahlung in Gang setzen kann. Durch Verzicht auf die Unterschrift der Einzugsermächtigung des Käufers kann sie auch im Online-Handel getätigt werden. Der Händler trägt aber sowohl das Bonitäts- als auch das Betrugsrisiko.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

Gegenüber der Überweisung ist das Lastschriftverfahren nicht mehr ganz so einfach. Denn an diesem Verfahren sind bereits 4 Parteien beteiligt, neben dem Käufer und dem Händler nämlich auch die jeweiligen Banken. Die Bank des Händlers ist dabei die „Inkassostelle“ und die Bank des Käufers die „Zahlstelle“.

Der Käufer erteilt im Lastschriftverfahren dem Händler eine Einzugsermächtigung. Das eine solche vorliegt, vermerkt der Händler seinerseits auf der bei seiner Bank, der Inkassostelle, eingereichten Lastschrift. Diese vertraut ohne entsprechende Prüfung auf den Vermerk und leitet die Lastschrift an die Zahlstelle, also die Bank des Käufers weiter. Wenn das Konto in der Höhe des Rechnungsbetrages gedeckt ist, wird das Konto des Käufers entsprechend belastet und der Betrag dem Konto des Händlers gutgeschrieben.

Die Einzugsermächtigung ist allerdings keine Genehmigung für den Händler auf das Konto des Käufers zuzugreifen. Das bedeutet, dass die Belastung ohne Genehmigung des Käufers erfolgt. Denn nicht dieser selbst hat die Zahlstelle angewiesen, sein Konto zu belasten, sondern die Inkassostelle. Deshalb kann der Käufer der Abbuchung auch innerhalb von 6 Wochen widersprechen um Missbrauch zu verhindern.

Grundvoraussetzung für diese Bezahlart ist, dass sowohl Käufer als auch Händler über ein Girokonto verfügen. Daneben muss der Händler mit seiner Bank eine „Inkassovereinbarung“ geschlossen haben. Diese wird bei ausreichender Bonität und Zuverlässigkeit des Händlers meist gewährt. Daneben muss der Kunde dem Händler seine Kontonummer und die Bankverbindung mitteilen. Dadurch entsteht immer das Risiko, dass diese sensiblen Daten von Dritten abgefangen und missbräuchlich verwendet werden.

b) Vorteile

Vorteil der Lastschrift ist, dass die Zahlungsinitiative vom Händler ausgeht. Durch Anweisung seiner Bank setzt er selbst die Zahlung in Gang und ist nicht auf eine Handlung des Käufers angewiesen. Außerdem ist das Verfahren für den Händler einfach durchzuführen. Er muss lediglich die Lastschrift

ausfüllen und bei der Inkassostelle einreichen. Neben den Kontoführungsgebühren entstehen keine weiteren Kosten.

Darüber hinaus kann sich der Händler durch pünktlichen Zahlungseingang auch Zinsvorteile sichern. Da er selbst die Zahlung in Gang setzt, kann er durch einheitliche und gleichzeitige Bearbeitung mehrerer Lastschriften in der Buchhaltung auch den Verwaltungsaufwand reduzieren.

c) Nachteile

Der größte Nachteil der Lastschrift ist die 6wöchige Widerspruchsfrist des Käufers. Da die Zahlstelle nicht prüft, ob der Widerspruch berechtigt ist, kann es zu Zahlungsausfällen kommen. Selbst dann, wenn der Käufer die Ware erhalten hat und sie auch behalten will.

Wegen der langen Widerspruchsfrist ist auch das Vorkasseverlangen des Händlers nur bedingt hilfreich.

Daneben trägt der Händler sowohl das Bonitäts-(Zahlungsunfähigkeit des Käufers) als auch das Betrugsrisiko (Käufer ist nicht Kontoinhaber).

Auch innerhalb des Lastschriftverfahrens ist das statistische Ausfallrisiko sehr hoch.

d) Elektronische Lastschrift

Ein weiterer Nachteil der Lastschrift ist, dass die Einwilligung schriftlich erfolgen muss. Im online-Handel ist sie daher eigentlich gar nicht möglich. Denn eine Einzugsermächtigung über E-Mail oder Web-Formular ist unwirksam. Erforderlich wäre eine elektronische Signatur. Diese hat sich aber gerade im elektronischen Geschäftsverkehr nicht durchsetzen können.

Im Online-Handel ist man deshalb dazu übergegangen, auf die Unterschrift vollständig zu verzichten. Der Käufer gibt lediglich seine Konto- und Bankdaten an und erteilt (nicht schriftlich) die Einzugsermächtigung. Da die beteiligten Banken auch außerhalb der elektronischen Lastschrift nicht prüfen, ob die Einzugsermächtigung wirksam erteilt wurde, entstehen bei der weiteren Abwicklung im Vergleich zum normalen Lastschriftverfahren keine Unterschiede.

5) Kreditkartenzahlung

Kreditkartenzahlung stellt für den Händler eine vergleichsweise sichere gleichzeitig aber auch sehr teure Zahlungsart dar.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

Die Abwicklung von Kreditkartenzahlungen ist im Verhältnis zu den vorgenannten Zahlungsmöglichkeiten weitaus komplizierter. Auch hier sind 4 Parteien am Zahlungsvorgang beteiligt. Der Käufer, dessen Hausbank (=Emittent), ein Acquiring-Unternehmen (= Vermittler; dieses entspricht nicht dem kartenausgebenden Unternehmen wie VISA oder MasterCard; es handelt sich



vielmehr um ein zwischen diesem und dem potenziellen Kartenbesitzern vermittelndes Unternehmen.) und der Händler selbst.

Durch die Kreditkartenzahlung bestimmt der Käufer die Höhe des Betrages, die von seinem Konto abgebucht werden soll. Die Abbuchung erfolgt durch die Bank des Käufers. Diese gleicht die Summe gegenüber dem Acquiring-Unternehmen aus. Dieses wiederum zahlt den Betrag an den Händler. Zwischen Händler und Vermittler besteht ein sog. „Akzeptanzvertrag“, der den Händler berechtigt aber auch verpflichtet, die entsprechende Kreditkarte zu akzeptieren.

Die Zahlung erfolgt technisch dadurch, dass der Käufer seine Kartendaten gegenüber dem Händler angibt (Kartennummer und „Verfallsdatum“ der Karte). Daraufhin nimmt der Vermittler (also das Acquiring-Unternehmen) eine Plausibilitätsprüfung vor. D.h., es überprüft, ob die Karte mit der angegebenen Kartennummer und dem Verfallsdatum überhaupt existieren kann. Fällt diese Prüfung positiv aus und wird der Grenzbetrag, der zwischen dem Vermittler und dem Händler vereinbart wurde, nicht überschritten, wird eine Genehmigungsnummer für den Zahlungsvorgang erteilt. Diese führt bei der Abrechnung zwischen Acquiring-Unternehmen und Händler zur Gutschrift des Rechnungsbetrages.

b) Vorteile

Vorteil des Verfahrens ist, dass nach einer Entscheidung des Bundesgerichtshofes (BGH) in diesem 4-Personen-Verhältnis das Acquiring-Unternehmen das Betrugsrisiko zu tragen hat. Wird also beispielsweise mit einer gestohlenen Kreditkarte bezahlt und verlangt der rechtmäßige Kartenbesitzer später die Summe zurück, muss das Acquiring-Unternehmen diesen Betrag ausgleichen. Den an ihn ausgezahlten Kaufpreis darf der Händler behalten.

Daneben übernimmt das Acquiring-Unternehmen bereits eine Plausibilitätsprüfung. Das Betrugsrisiko wird dadurch nochmals vermindert.

Das Bonitätsrisiko trägt ebenfalls das Acquiring-Unternehmen.

c) Nachteile

Der Nachteil ist allerdings, dass der Händler verpflichtet ist, für jede Transaktion an den Vermittler eine umsatzabhängige Gebühr zu bezahlen (sog. „Disagio“). Diese Gebühr darf er auch nicht auf den Käufer abwälzen. Da der Disagio sehr hoch ausfallen kann, ist diese Zahlungsart für den Händler sehr kostspielig.

Hinzu kommt, dass seit der BGH-Entscheidung die Acquiring-Unternehmen dazu übergegangen sind, das Betrugsrisiko zumindest teilweise auf die Händler zu übertragen. Denn sie haben ihre Verträge dahingehend angepasst, dass sie dem Händler erhöhte Gebühren in Rechnung stellen, wenn dieser nicht bereit ist, das Betrugsrisiko zu übernehmen. Aber selbst wenn er sich zur Übernahme bereit erklärt, ist das Disagio weiterhin vergleichsweise hoch.

Übernimmt der Händler das Betrugsrisiko für den Preis verminderter Gebühren, verbleibt ihm nur noch der Vorteil der Plausibilitätsprüfung durch das Acquiring-Unternehmen.

III) Online-spezifische Zahlungsmittel

Durch den verstärkten Warenhandel über das Internet, sind verschiedene Online-Bezahlsysteme entwickelt worden. Diese lassen sich in Prepaid-, Pay-Now- und Pay-Later-Systeme untergliedern. Daneben haben sich auch Treuhändersysteme entwickelt. Viele von diesen Systemen konnten sich allerdings nicht durchsetzen, da nur wenige verstärkt verwendet werden.

1) PayPal

PayPal stellt sowohl für den Käufer als auch für den Händler ein kostengünstiges und sicheres Bezahlungssystem dar. Der Händler ist nur in sehr eingeschränktem Umfang mit Bonitäts- und Betrugsrisiko belastet. Die vom Händler zu zahlenden Gebühren liegen deutlich unter dem Disagio von Acquiring-Unternehmen.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

Am weitesten verbreitet ist wohl das Bezahlungssystem von PayPal was von eBay aufgekauft wurde. Es beruht auf den konventionellen Zahlungsinstrumenten, da es mit Überweisungs-, Lastschrift- und Kreditzahlungen kombiniert wird.

Erforderlich ist sowohl eine E-Mail-Adresse als auch ein PayPal-Konto auf Käufer- wie auf Händlerseite. Bei der Registrierung bei PayPal gibt der Käufer seine sensiblen Konto- oder Kreditkarteninformationen an. Diese werden bei der Abwicklung von Zahlungen dann allerdings nicht an den Händler weiter gegeben. Das vermindert das Risiko, dass die Daten ausgespäht werden und weckt beim Käufer zusätzlich Vertrauen. Hinzu kommt, dass PayPal den Käufern einen Schutz in der Form einräumt, dass bei fehlender oder fehlerhafter Warenlieferung der Kaufpreis (bis zu 500,-€) garantiert erstattet wird. Für den Käufer ist PayPal daher besonders sicher und deshalb beliebt. Bietet ein Händler diese Zahlungsart an, macht er sein Angebot gegenüber potenziellen Kunden attraktiver.

Die Bezahlung selbst kann auf verschiedenen Wegen erfolgen. Entweder lädt der Käufer sein PayPal-Konto mit Guthaben auf. Der Kaufpreis wird dann von diesem Guthaben abgebogen. Es liegt dann ein Prepaid-Verfahren vor.

Der Betrag kann aber auch über eine Lastschrift oder Kreditkarte abgewickelt werden (Pay-Now-System). PayPal übernimmt dann die Gutschrift eingehender Zahlungen und führt die Überweisungen aus.

b) Vorteile

Die Vorteile von PayPal sind vielfältig. Zum einen handelt es sich um ein gerade für den Käufer sehr attraktives Bezahlungssystem. Wird dieses vom Händler angeboten, kann das die Kaufentscheidung positiv beeinflussen. Hinzu kommt, dass zumindest die Kontoeröffnung kostenlos ist. Zahlungen erfolgen in wenigen Sekunden, was die gesamte Vertragsabwicklung beschleunigt. Daneben kann der Händler Kreditkartenzahlung anbieten ohne ein Disagio an die Acquiring-Unternehmen zahlen zu müssen.



Die Missbrauchsquote ist zurzeit sehr gering, weshalb das Betrugsrisiko für den Händler kaum relevant ist. Daneben übernimmt PayPal auch verschiedene Ausfallrisiken. Dem Händler wird innerhalb des Lastschriftverfahrens das Risiko der Rücklastschrift, der Kontounterdeckung sowie des Kontomissbrauchs abgenommen. Innerhalb der Kreditkartenzahlung entfällt das Risiko bei Rückbuchungen von innerdeutschen Kreditkartenzahlungen. Dazu muss der Händler allerdings die Versandbelege für Waren über 25,- € aufbewahren, die Lieferung muss an die bei PayPal hinterlegte Käuferadresse und innerhalb von 7 Tagen erfolgen.

PayPal übernimmt also teilweise das Bonitäts- und auch das Missbrauchsrisiko.

c) Nachteile

Nachteilig ist demgegenüber, dass für jeden Zahlungseingang auf einem Geschäftskonto an PayPal eine umsatzabhängige Gebühr zu entrichten ist. Der Prozentsatz liegt allerdings deutlich unter dem Disagio von Acquiring-Unternehmen. Daneben gelten dieselben Bedingungen wie in den verwendeten Zahlungssystemen auch. Insbesondere besteht auch bei PayPal die Möglichkeit des Widerspruchs einer Lastschrift.

2) WEB.Cent

WEB.Cent stellt ein Bezahlssystem mit geringem Zahlungsausfallrisiko dar, welches allerdings nicht weit verbreitet ist.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

WEB.Cent ist ein Bezahl- und Bonussystem von WEB.de. Es handelt sich um ein reines Prepaid-System bei welchem sowohl Käufer als auch Händler registriert sein müssen. Der Käufer kann sein Konto dabei mittels Kreditkarte-, Lastschrift-, Überweisung oder Bareinzahlung aufladen und über diesen Betrag innerhalb des Online-Handels verfügen. Der Betrag wird von dem Konto abgebucht und dem Konto des Händlers gutgeschrieben.

b) Vorteile

Durch das Prepaid-System ist das Bonitätsrisiko für den Händler stark reduziert.

c) Nachteile

Das System hat sich bisher nicht durchgesetzt und ist deshalb nicht weit verbreitet. Der Händler wird daneben daher wohl auch andere Bezahlmöglichkeiten zur Verfügung stellen müssen.

3) Firstgate Click&Buy

Die Nutzung von Firstgate bietet den Vorteil, dass ein umfangreiches Risikomanagement durchgeführt wird. Die entsprechenden Risiken trägt aber weiterhin der Händler und ist daneben mit hohen Kosten belastete.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

Bei Firstgate Click&Buy handelt es sich um ein Pay-Later-System, bei dem eine Registrierung sowohl des Händlers als auch des Käufers erforderlich ist. Für den Käufer ist die Registrierung kostenlos. Zudem kann er entscheiden, ob der Kaufpreis über eine Kreditkartenzahlung oder Lastschrift erfolgen soll.

Der Händler kann bei der Registrierung zwischen zwei verschiedenen Accounts (Basis und Premium) wählen. Der Basis-Account bietet die Möglichkeit Beträge zwischen 0,10 € und 10,-€ abzuwickeln, was in nur wenigen Fällen für einen Händler ausreichend sein dürfte. Der Premium-Account bietet uneingeschränkte Abrechnungsmöglichkeiten und für den Händler daher meist die einzige Alternative. Die Registrierung kostet den Händler 49,- €. Daneben werden Gebühren bzw. umsatzabhängige Provisionen fällig. Diese sind Account-abhängig.

Setzt der Käufer das Bezahlssystem durch Anklicken des entsprechenden Buttons auf der Händler-Seite in Gang, übermittelt Firstgate die Kontodaten des Händlers sowie die Forderungshöhe an die Bank des Käufers (bei Wahl des Lastschriftverfahrens) oder das Acquiring-Unternehmen (bei gewählter Kreditkartenzahlung) und zieht die Forderung ein. Der Betrag wird dann dem Händlerkonto gutgeschrieben. Die Abrechnung erfolgt monatlich.

b) Vorteile

Für den Händler bietet Firstgate den Vorteil, dass ein umfangreiches Risikomanagement durchgeführt wird. Neben Bonitätsprüfungen erfolgen Adress- und E-Mail-Verifizierungen. Dadurch werden sowohl das Bonitäts- als auch das Betrugsrisiko für den Händler gesenkt.

Daneben ist das Ausspähen von Daten kaum möglich. Denn der Käufer hinterlegt nur einmalig seine Konto- bzw. Kreditkartendaten bei Firstgate. Diese werden dann nicht weiter an den Händler übermittelt, können auf dem „Weg“ also auch nicht abgefangen werden.

c) Nachteile

Nachteilig sind die hohen Gebühren die durch die Verwendung für den Händler anfallen. Neben den Registrierungskosten hat er auch Gebühren oder umsatzabhängige Provisionen zu zahlen. Auch die Übernahmen von Risiken erfolgt durch Firstgate nicht. Es werden lediglich Prüfungen und Verifizierungen vorgenommen.

Das System ist außerdem nicht weit verbreitet.

4) T-Pay

Bei T-Pay handelt es sich um ein teures und nur wenig verbreitetes Bezahlssystem. Der Händler kann allerdings sowohl das Bonitäts- als auch das Betrugsrisiko senken, da T-Pay umfangreiche Prüfungen und Verifikationen vornimmt.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen



T-Pay ist ein Online-Bezahlsystem der Telekom. Für Telekom-Kunden erfolgt eine Abrechnung über die Telefonrechnung. Allerdings ist es nicht erforderlich, Kunde zu sein. Es besteht auch die Möglichkeit sich außerhalb weiterer Verträge für das Bezahlungssystem zu registrieren. Eine Abrechnung über die Telefonrechnung ist dann allerdings nicht möglich.

Sowohl Händler als auch Käufer müssen registriert sein, damit eine Zahlungsabwicklung erfolgen kann. Für den Käufer ist sie kostenlos. Er muss seine Daten auch in diesem System nur einmalig angeben, weshalb sie nicht so leicht abgefangen werden können. Daneben muss er sich für ein Abrechnungssystem entscheiden (Lastschrift oder Kreditkartenzahlung), sofern er nicht Telekom-Kunde ist.

Der Händler hat eine einmalige Einrichtungsgebühr von 119,-€ und umsatzabhängige monatliche Gebühren von mindestens 10,-€ zu zahlen.

Wird ein Zahlungsvorgang ausgelöst, übermittelt T-Pay die Einzugsermächtigung des Käufers an dessen Bank oder das Acquiring-Unternehmen und zieht den angegebenen Betrag ein. Dieser wird dann dem Konto des Händlers gutgeschrieben.

b) Vorteile

Vorteilhaft an dem System ist das umfangreiche Authentifizierungs- und Plausibilitätsprüfsystem, das T-Pay übernimmt. Das Bonitäts- und Betrugsrisiko wird für den Händler dadurch verringert. Eine Übernahme erfolgt allerdings nicht.

c) Nachteile

Nachteilig sind die hohen Gebühren für den Händler und die geringe Verbreitung des Bezahlungssystems. Daneben trägt er die Risiken, die mit der vom Kunden gewählten Zahlungsart (Lastschrift oder Kreditkartenzahlung) verbunden sind.

5) Treuhändersystem „iclear“ (Kinteki)

iclear ist eine Treuhänderstelle, die beiden Vertragsparteien Sicherheit ihrer Leistung ermöglicht. Für den Händler übernimmt sie das Zahlungsausfallrisiko. Die Nutzung für den Händler allerdings sehr kostspielig.

a) Zahlungsabwicklung und Voraussetzungen

„iclear“ ist eine Online-Treuhänderstelle, die zwischen Käufer und Händler vermittelt und für einen geregelten und sicheren Ablauf der Zahlung sorgt. Der Händler erhält sein Geld, wenn dem Käufer die Ware gefällt und er sie behalten möchte. Sendet er hingegen die Ware zurück, sorgt iclear dafür, dass der Käufer sein Geld zurück erhält.

Erforderlich ist zunächst, dass beide Parteien bei iclear registriert sind. Der Händler schließt mit iclear einen Partnervertrag. Dieser muss schriftlich abgeschlossen werden. Die unterschriebene Vertragsurkunde muss also entweder per Fax oder per Post an den Treuhänder zurück geschickt werden. Ein Abschluss online ist ausgeschlossen. Innerhalb des Partnervertrages kann der Händler

zwischen verschiedenen Paketvarianten wählen. Dabei fallen zum einen Lizenzgebühren in Höhe von 99,-€ bis 699,- € sowie umsatzabhängige Provisionen zwischen 3,5 % und 2,9 % an.

Soll über iclear eine Zahlung abgewickelt werden, muss der Käufer zunächst sein Konto mit dem Rechnungsbetrag aufladen. Bei Abschluss des Kaufvertrages wird der Händler dann informiert, dass das Geld bereit liegt. Eine Auszahlung erfolgt allerdings erst, wenn der Kunde iclear mitteilt, dass die Ware angekommen ist und er sie behalten will. Daneben erfolgt eine Auszahlung nach Ablauf der für Fernabsatzverträge gesetzlich vorgesehenen Widerrufsfrist.

b) Vorteile

Durch das Treuhändersystem wird das Vertrauen der Kunden in eine reibungslose und sichere Vertragsabwicklung gesteigert, was ein kaufentscheidendes Argument sein kann. Daneben übernimmt iclear das Zahlungsausfallrisiko des Händlers. Ihm gegenüber wird eine 100%-ige Zahlungszusage erklärt.

c) Nachteile

Die hohen Kosten des Systems und die geringe Verbreitung sind allerdings ein großes Manko.

D) Absicherungsmöglichkeiten im Online-Handel

Jede Zahlungsart birgt Risiken für den Händler, die er meist nicht vollständig ausschließen kann. Wird das Risiko nicht von einer anderen Partei in der Zahlungsabwicklung übernommen, sollte der Händler versuchen, die Risiken zu minimieren.

I) Risikomanagement

Für den Händler bestehen beim Online-Shopping ein Bonitäts- und ein Betrugsrisiko. Da der Käufer die erhaltene Ware nicht sofort nach Erhalt beim Händler bar bezahlt, kann es immer vorkommen, dass der Kunde die Rechnung nicht begleicht, oder dass das angegebene Konto nicht in der Höhe des Rechnungsbetrages gedeckt ist. Ergebnis ist immer, dass der Händler sein Geld nicht bekommt. Geht er zudem in Vorleistung, muss er sich zusätzlich darum bemühen, dass er seine Ware zurückerhält. Das kann langwierig und kostspielig werden, insbesondere, wenn er gerichtlich gegen den Käufer vorgehen muss.

Da sich die Vertragsparteien auch nie begegnen, besteht daneben die Gefahr, dass der Käufer nicht der ist, für den er sich ausgibt. Insbesondere, dass er nicht Inhaber des angegebenen Kontos oder der Kreditkarte ist, die er zur Zahlung nutzt. Dann erhält der Händler zwar möglicherweise zunächst sein Geld, muss aber damit rechnen, dass der tatsächlich Konto- oder Karteninhaber dieses zurück verlangt. Da er dann meist über die Identität des Käufers getäuscht wurde, erhält er meist auch seine Ware nicht zurück. Er weiß schließlich nicht, gegen wen er vorgehen muss.

Um diese Risiken zu minimieren - vollständig ausschließen kann man sie wohl nie - kann der Händler Informationen über seine Kunden einholen und die angegebenen Daten überprüfen.

1) Plausibilitätsprüfung



Zunächst könnte er Adress- und Kontodaten sowie die E-Mail-Adresse und die Telefonnummer auf ihre Plausibilität hin überprüfen. Kann die angegebene Adresse real existieren? Ist ein Konto mit der angegebenen Nummer möglich und kann die Bankleitzahl dazu passen? Sind die Angaben richtig geschrieben?

Dadurch lassen sich Tippfehler beseitigen und eine verfälschte Adresse korrigieren. Daneben können aber auch offensichtlich nicht ernst gemeinte Bestellungen ausgefiltert werden („Herr Mustermann, Teststraße 123“).

2) Bonitätsprüfung

Für den Händler dürfte eine Bonitätsprüfung allerdings wichtiger sein. Eine solche kann er aber nur in beschränktem Umfang selbst durchführen. Kennt er den Kunden, hat er bereits Erfahrung mit ihm gemacht und kann dessen Zahlungswilligkeit und -fähigkeit beurteilen. Bei Neukunden fehlen Erfahrungswerte. Er könnte eine Schufa-Auskunft vom Käufer verlangen um sich abzusichern. Eine solche Vorgehensweise ist aber nicht nur kompliziert sondern wird den Kunden auch vom Kauf abhalten. Denn gerade diese Informationen wird er nicht gerne preisgeben wollen.

Wirtschaftsauskunfteien können empirische Daten mit einbeziehen. Dadurch lässt sich beispielsweise die Kaufkraft eines Wohngebietes bestimmen. Diese Auskunfteien erstellen daneben auch Risikoanalysen, die Aussagen über die Zahlungsfähigkeit des Kunden sowie die Wahrscheinlichkeit von Betrugsversuchen treffen. Der Händler hat allerdings jede einzelne Anfrage zu bezahlen.

Daneben können Kundendaten mit sog „Negativlisten“ abgeglichen werden. Dort werden Erfahrungen von anderen über einen Käufer gesammelt und gelistet, beispielsweise von Inkassounternehmen.

In diesem Bereich spielt aber das Datenschutzrecht eine große Rolle. Der Kunde muss der Weitergabe seiner Daten an Dritte, also einen anderen als den Händler, zustimmen. Damit er das kann, muss er über die Weitergabe informiert werden. Es ist aber davon auszugehen, dass kein Kunde in einer solchen Liste geführt werden möchte, weshalb eine Einwilligung unwahrscheinlich ist.

Je nach Ergebnis von Plausibilitäts- und Bonitätsprüfung kann der Händler dann entscheiden, ob er bei einem Käufer in Vorleistung gehen möchte oder die Ware erst nach Erhalt des Rechnungsbetrages versendet.

II) Sicherheits- und Verschlüsselungssysteme für den Online-Shop

Ist der Käufer gezwungen sensible Konto- oder Kreditkartendaten an den Händler zu übermitteln, wird er Wert darauf legen, dass diese verschlüsselt werden. Unbefugten soll der Zugriff darauf verehrt bleiben. Eine Standardverschlüsselung stellt der Secure Sockets Layer (SSL-Verschlüsselung) von Netscape dar.

Fehlt es an einem Verschlüsselungssystem auf der Shop-Seite, könnte der Kunde vom Kauf absehen. Denn er wird das Ausspähen und den Missbrauch seiner Konto- bzw. Kreditkartendaten nicht

riskieren wollen. Um den eigene Shop für Kunden attraktiv zu gestalten, sollte ein Verschlüsselungssystem daher vorhanden sein.

Bei der Zahlung mittels Kreditkarte können speziell für diese entwickelte Systeme verwendet werden. Beispiele sind „Verified by VISA“ oder „UCAF“, das bei Verwendung von MasterCard genutzt werden kann.

E) Forderungsmanagement bei Zahlungsausfall

Bleibt eine Zahlung trotz aller Bemühungen im Vorfeld aus, ist schnelles und effektives Handeln seitens des Online-Händlers erforderlich. Dadurch besteht die Möglichkeit, Verluste und Kosten niedrig zu halten.

I) Mahnwesen

Um eine schnelle Zahlung zu gewährleisten ist zunächst eine rechtzeitige Rechnungsstellung ratsam. Üblich ist es die Rechnung zusammen mit der Ware zu verschicken und den Käufer zur Zahlung innerhalb einer Frist aufzufordern. Das ist natürlich nur erforderlich, sofern die Bezahlung vom Käufer ausgehen muss. Erfolgt die Zahlung über Lastschrift, Kreditkarte oder ein anderes Bezahlsystem, das ein Handeln des Käufers nicht erfordert, muss kontrolliert werden, ob die Zahlung pünktlich eingeht.

Bleibt diese aus, hat der Händler verschiedene Reaktionsmöglichkeiten. Er kann zunächst eine Zahlungserinnerung versenden. Kennt der Händler den Kunden, ist eine solche Vorgehensweise ratsam, wenn anzunehmen ist, dass der Käufer die Zahlung schlicht vergesse hat. Ist die Zahlungsunwilligkeit hingegen bekannt, kann bereits eine sog „erste Mahnung“ verschickt werden. Diese setzt den Käufer in „Verzug“, was verschiedenen Vorteile für den Händler hat. Die Kosten (Anwaltsgebühren, Portokosten etc.), die bei dieser ersten Mahnung entstehen, muss der Händler (= Gläubiger) selbst tragen. Er kann sie nicht vom Käufer (= Schuldner) zurückverlangen.

Die Mahnung muss verdeutlichen, um welche Rechnung es geht und muss den Schuldner auffordern, den Rechnungsbetrag zu begleichen. Dazu kann erneut eine Frist gesetzt werden. Erforderlich ist sie allerdings nicht. Ebenso wenig muss das Schreiben das Wort „Mahnung“ enthalten. Es muss dem Schuldner nur klar seine Pflichten und die Konsequenzen verdeutlichen.

Zahlt der Kunde trotz erster Mahnung nicht, kann der Händler ein zweites Mal mahnen oder ein Mahnverfahren einleiten. Um ein Mahnverfahren einzuleiten, muss er bei dem örtlich zuständigen Mahngericht einen Mahnbescheid beantragen. Die örtliche Zuständigkeit richtet sich nach dem Wohnsitz des Käufers.

Der Händler kann auch einen Anwalt oder ein Inkassounternehmen mit der weiteren Bearbeitung beauftragen. Die Kosten dafür kann er vom Schuldner zurückverlangen.

Leitet der Händler ein gerichtliches Mahnverfahren ein, kommt es entweder zur Zahlung durch den Schuldner oder zu einem „Einspruch“. Erfolgt ein solcher, weil der Käufer meint, den Rechnungsbetrag nicht oder nicht in voller Höhe begleichen zu müssen, kommt es zu einer



gerichtlichen Auseinandersetzung. Beläuft sich der Rechnungsbetrag auf eine Summe über 5.000,- € ist das Landgericht zuständig. Spätestens dann muss der Händler einen Anwalt beauftragen. Denn er darf den Rechtsstreit alleine nicht mehr führen.

II) Kosten der Rechtsverfolgung

Da der Käufer mit der „ersten Mahnung“ in Verzug kommt, kann der Händler ab diesem Zeitpunkt die Kosten von ihm ersetzt verlangen, die ihm durch die „Geldeintreibung“ entstehen. Das sind die Kosten der „zweiten Mahnung“ (Porto etc.), anfallende Anwalts- oder Inkassokosten, Kosten des Mahnverfahrens (leitet der Händler ein solches ein, muss er Gerichtsgebühren im Voraus einzahlen) und Gerichtskosten. Daneben kann er seine Forderung ab der ersten Mahnung verzinsen (mit 5 Prozentpunkten über dem aktuellen Basiszinssatz). Auch diese muss der Schuldner zahlen.

III) Verjährung

Zahlt der Käufer nicht, muss der Händler tätig werden, damit er seine Forderung nicht durch Zeitablauf verliert. Denn nach 3 Jahren ist sein Anspruch auf Zahlung des Kaufpreises verjährt. Er kann ihn dann vom Käufer nicht mehr einfordern. Auch gerichtlich nicht. Leitet er aber ein Mahnverfahren ein, wird diese Verjährung „gehemmt“. Die 3jährige Frist läuft ab diesem Zeitpunkt also nicht weiter. Eine Zahlung kann der Händler dann auch noch nach mehr als 3 Jahren verlangen.