

ANLEITUNG ZUR GEWINNOPTIMIERUNG

Wie viel Geld verlierst du beim Bezahlen - ohne es zu merken?

FINDE ES IN 15 MINUTEN HERAUS

UNBEMERKTES POTENTIAL

Du hast wahrscheinlich kein Umsatzproblem. Du hast ein Problem, das schwerer zu erkennen ist. In diesem Workbook zeigen wir dir anhand unserer Erkenntnisse aus der Praxis, welche Relevanz dein Bezahlprozess für dein Geschäft hat und welche Einflüsse darauf wirken.

NICHT NUR EIN KOSTENFAKTOR

Viele sehen Bezahlung primär als Kostenfaktor, da jede Zahlungsabwicklung Gebühren verursacht. Doch das ist nur die halbe Wahrheit. Ein optimiertes Payment-Setup bietet eine Vielzahl von Wachstumschancen und sichert dir einen Vorteil gegenüber deinen Marktbegleitern.

Du hast kein Umsatzproblem

Wenn du ein Unternehmen führst, hast du jeden Tag genug Themen auf dem Tisch:

- *Du denkst über Marketing nach*
- *Über neue Kunden*
- *Über Produkte*
- *Über Preise*
- *Über Mitarbeiter*
- *Über Prozesse*

Es gibt immer etwas zu verbessern, ein Bereich läuft dabei jedoch oft einfach im Hintergrund:

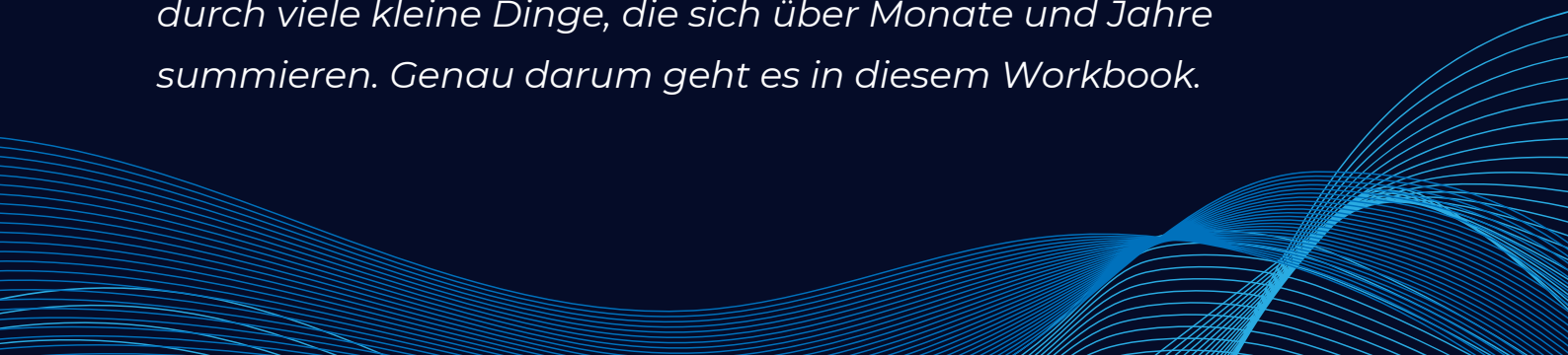
Payment

Nicht, weil er unwichtig ist. Sondern weil er selten laut wird.

Viele Unternehmer sehen ihren Umsatz, aber sie sehen nicht:

- *Was Payment für sie wirklich kostet*
- *Wo Geld verloren geht*
- *Wann Geld tatsächlich ankommt*

Der gefährlichste Verlust ist der, den du nicht bemerkst. Nicht dramatisch sichtbar. Nicht durch einen großen Fehler. Sondern durch viele kleine Dinge, die sich über Monate und Jahre summieren. Genau darum geht es in diesem Workbook.



ÜBER DEN AUTOR



Hi, ich bin Nicolas Kadner.

Seit über 10 Jahren beschäftige ich mich täglich mit einem Thema, das in vielen Unternehmen im Hintergrund läuft – und trotzdem direkten Einfluss auf Umsatz, Kosten und Abläufe hat:

Payment.

In meiner Zeit als Angestellter, unter anderem bei Unternehmen wie Tengelmann E-Stores, Netto Digital und babymarkt.de, habe ich Payment-Systeme aus nächster Nähe erlebt. Nicht nur technisch, sondern vor allem im operativen Alltag.

Systeme funktionieren, aber sie sind selten optimal. Nicht weil jemand Fehler macht, sondern weil Payment im Tagesgeschäft einfach mitläuft.

Mein Fokus ist erstmal nicht die Technik, sondern die Frage:

Wo verlierst du heute Geld, ohne es zu merken?

Das Ergebnis nach einem klaren Blick aufs Payment



Roland Zacharias

CFO Hess Natur-Textilien GmbH & Co. KG

Situation: Intransparente Gebührenstrukturen, fehlende Zeit & Ressourcen

Ergebnis: ca. 47% Einsparung bei Kartentransaktionen in 6 Filialen

Bastian Siebers

CEO flaconi GmbH

Situation: Wunsch nach Klarheit im Nachnahme Prozess in Ost-Europa

Ergebnis: Klare Marktübersicht, strategische Entscheidungsgrundlage



Stefan Lehr

Geschäftsführer SSL GmbH

Situation: Zeit- & Organisationsdruck bei Veranstaltung, technische Einrichtung

Ergebnis: Stressfreie Einrichtung, flexible Zahlungsoptionen, die im hektischen Tagesgeschäft einfach funktionieren

Nick Ruhnke

Vetriebsservice Stadtwerke Heilbronn GmbH

Situation: Komplexe Strukturen & intransparente Gebührenstrukturen

Ergebnis: 5 stelliges Kostenersparnis und zukunftssichere Technik in Parkhäusern und Bädern



Jedes Geschäft hat diesen einen Moment...

Der Moment, in dem aus Interesse tatsächlich Umsatz wird. Der Kunde ist überzeugt und die Entscheidung ist gefallen, und dann sagt er:

“Ich möchte bezahlen”

Das passiert überall:

- im Restaurant
- im Online-Shop
- im Laden
- im Parkhaus
- bei Rechnungen
- bei Abos

Der Kunde hat sich entschieden. Der Umsatz ist praktisch schon da.

Und genau in diesem Moment passiert der letzte Schritt: **Die Zahlung**

Wenn dieser Schritt reibungslos funktioniert, fällt er kaum auf. Wenn er Probleme macht, merkt es jeder.

Viele Unternehmer betrachten Payment wie Strom oder Internet. Es soll einfach funktionieren. Doch Payment ist viel näher am Umsatz als viele denken.

Denn der Bezahlmoment ist der letzte Schritt im gesamten Verkaufsprozess. Wenn dieser Moment scheitert, entsteht kein Umsatz.

Wenn der Kunde nicht bezahlen kann, endet der Prozess dort. Deshalb ist Payment kein Nebenthema. **Es ist ein Umsatzmoment.**

Eine Situation, die du vielleicht kennst...

Vier Personen sitzen in einem Restaurant.

Der Abend war gut, das Essen auch.

Der Kellner bringt die Rechnung.

Einer sagt: „Können wir getrennt zahlen?“

Der Kellner nickt und rechnet die einzelnen Positionen im Kopf zusammen, dann geht die Rechnung zunächst nicht auf.

Eine Person merkt plötzlich: „Ich habe gar nicht genug Bargeld dabei.“

Der Kellner bittet die Gäste zur Theke, da der WLAN Empfang schlecht ist und daher dort das Terminal steht. Eine Karte funktioniert nicht sofort. Jemand möchte mit dem Smartphone zahlen, das geht nicht.

Die Situation wird unangenehm. Was eigentlich ein entspannter Abschluss sein sollte, wird plötzlich kompliziert.

Der Kellner wird nervös. Die Gäste werden unruhig.

Solche Situationen gibt es nicht nur in Restaurants. Sie passieren überall dort, wo Menschen bezahlen.

- Ein Kunde im Online-Shop klickt auf „jetzt kaufen“ und die Zahlung wird abgelehnt
- Ein Kunde im Geschäft wünscht sich eine Finanzierung und verlässt, aufgrund des fehlenden Angebots, still das Geschäft
- Ein Händler verschickt Ware und bekommt später eine Rückbuchung

Es sind selten große Katastrophen. Meist sind es einfach viele kleine Momente, in denen Payment nicht wirklich rund läuft.

Du merkst es nicht sofort, aber es kostet dich Geld...

Die meisten Unternehmen verlieren kein Geld durch einen großen, offensichtlichen Fehler.

Sondern durch viele kleine Dinge, die im Hintergrund laufen.

Zum Beispiel:

- Gebühren sind höher als nötig
- Wichtige Zahlungsmethoden fehlen
- Zahlungen werden unnötig abgelehnt
- Prozesse sind fehleranfällig
- Auszahlungen dauern zu lange
- Rückbuchungen durch Betrug entstehen
- Gebühren laufen automatisch durch – ohne echte Kontrolle

Jeder einzelne Punkt wirkt harmlos, aber zusammen summiert sich das.

Monat für Monat. Jahr für Jahr.

Und plötzlich geht es nicht mehr um Kleingeld, sondern um richtig viel Marge, die einfach verschwindet.

Payment ist kein technisches Detail, Payment entscheidet über Umsatz.

Im ersten Schritt geht es erstmal nicht um Technik, sondern darum zu verstehen: **Wo du Geld verlierst**

Ein kleines Prozent kann viel Geld sein

Viele Menschen unterschätzen Prozentwerte, ein fiktives Beispiel:

Was 0,5% Unterschied wirklich bedeutet

Lass uns konkret rechnen. Ein halbes Prozent klingt wenig, aber in vielen Szenarien ist das der Netto-Gewinn aus einem Zusatzumsatz.

Jahresumsatz	2.000.000 €
Gebühren	2,3%
Kosten pro Jahr	46.000 €

Jahresumsatz	2.000.000 €
Gebühren	1,8%
Kosten pro Jahr	36.000 €

Neuer Status Quo

Durch die Neuverhandlung von Altverträgen, die Nutzung von Großkunden-Konditionen oder das intelligente Routing teurer Zahlarten senkst du die Durchschnittskosten.

Deine Einsparung

Das sind **10.000 € pro Jahr mehr Liquidität**. Wie viel Mehrumsatz müsstest du generieren, um **10.000 €** reinen Gewinn zu erzielen?

Einsparung p.a. **10.000 €**

Der größte Denkfehler beim Thema Bezahlen

Viele Unternehmer denken beim Thema Wachstum zuerst an mehr Umsatz.

- Mehr Kunden.
- Mehr Marketing.
- Mehr Reichweite.

Das ist logisch und in vielen Fällen auch richtig.

Aber es ist nicht immer der schnellste Weg zu mehr Gewinn.
Denn mehr Umsatz bedeutet oft auch:

- mehr Kosten
- mehr Aufwand
- mehr Komplexität

Ein Bereich wird dabei oft übersehen: **Das, was bereits im Unternehmen vorhanden ist.**

Jeder Euro, der heute durch dein System fließt, kann: effizient verarbeitet werden oder unnötig Reibung erzeugen.

Der zweite Weg wird selten priorisiert, dabei ist er oft schneller, einfacher und sicherer.

Du musst nicht nur mehr verdienen, sondern solltest auch darauf achten weniger zu verlieren.

Und genau hier liegt die Stärke eines sauberen Payment-Setups.



Das unsichtbare Payment-Leck

Du merkst es nicht sofort. Aber es kostet dich jeden Tag Geld. Stell dir dein Geschäft wie einen Trichter vor – einen sogenannten Kauf-Funnel. Ganz oben, an der breitesten Stelle, kommen die potenziellen Kunden hinein. Je mehr Ressourcen du in Marketing investierst, desto mehr Menschen erreichst du und leitest sie in deinen Trichter. Das Ziel ist klar: Die Kunden sollen vom ersten Kontakt bis zum erfolgreichen Kauf geführt werden. Doch was passiert, wenn dieser Trichter am Ende ein Leck hat?

Marketing

Du erreichst potenzielle Kunden durch Marketingmaßnahmen wie zum Beispiel Social Media, Suchmaschinenoptimierung, Google Ads oder Newsletter-Kampagnen.

Entsprechend investierst du dein Budget sowie deine Zeit, um über die Marketingkanäle Neu- und Bestandskunden anzusprechen.

Kaufabsicht

Die Kunden besuchen dein Geschäft, deine Webseite oder deinen Online Shop und überlegen, ob sie den Kauf abschließen möchten.

Viele weitere Faktoren fließen in den Entscheidungsprozess ein.

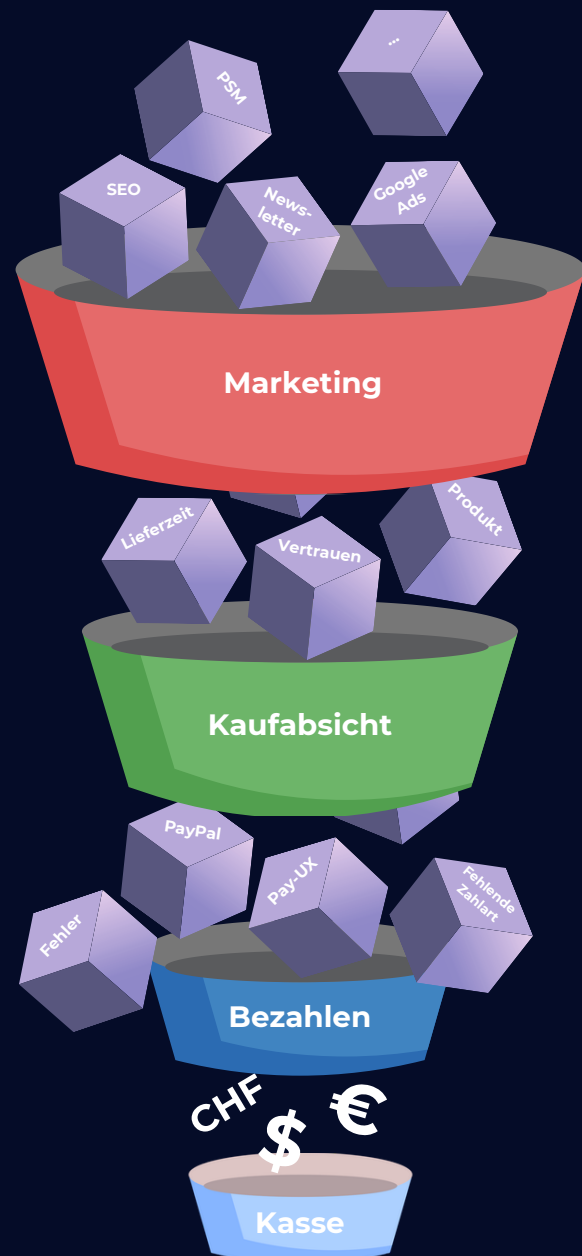
Bezahlen

Der Kunde hat die Kaufentscheidung getroffen, dennoch kann es jetzt zu einem Kaufabbruch oder einer schlechten Erfahrung kommen.

Die Gründe können dabei sehr vielfältig sein.

Abschluss

Der Kauf wurde abgeschlossen. Der gefährlichste Verlust ist der, den du beim Abschluss nicht siehst. Welche Zahlungen sind gescheitert? Wie viel Gebühren gehen ab? Wo geht Umsatz verloren?



Learning: Payment beeinflusst deine Marketing Effizienz!

Ein ineffizienter Zahlungsprozess wirkt wie ein Loch am Ende deines Trichters. Egal, wie viele Kunden du durch Marketing in den Funnel lockst – wenn sie am Ende nicht kaufen, ist dein Marketingbudget ineffizient investiert. Womöglich kommen Kunden nicht mehr wieder.

Warum das Thema Bezahlen häufig liegen bleibt

Viele Unternehmer wissen, dass sie sich dieses Thema eigentlich einmal genauer anschauen sollten. Sie tun es nur nicht.

Nicht, weil es unwichtig ist, sondern weil es im Alltag kaum auffällt. Payment läuft. Es gibt keinen klaren Anlass, sich damit zu beschäftigen.

Im Gegensatz zu anderen Themen meldet es sich nicht von selbst:

- Ein Kunde beschwert sich
- Ein Mitarbeiter fällt aus
- Ein Prozess funktioniert nicht

Das bekommt sofort Aufmerksamkeit. Payment nicht. Es läuft im Hintergrund.

Unauffällig. Still. „Gut genug“.

Und genau dieses „gut genug“ ist gefährlich. Denn es sorgt dafür, dass viele kleine Dinge nie hinterfragt werden:

- Gebühren, die einfach akzeptiert werden
- Abläufe, die unnötig kompliziert sind
- Zahlungen, die nicht sauber durchgehen
- Zeitverzögerungen, die zur Normalität werden

Jeder einzelne Punkt wirkt unkritisch, aber zusammen entsteht ein System, das jeden Monat Geld kostet – ohne dass es wirklich auffällt. Viele merken erst spät: Es ist nicht kaputt, aber es ist auch nicht gut

Und genau deshalb bleibt das Thema liegen. Nicht, weil es unwichtig ist. Sondern weil es zu leise ist.

Was sich typischerweise verändert

An dieser Stelle entsteht oft ein falsches Bild. Viele denken: „Das klingt nach einem großen Projekt.“

Neue Systeme, lange Umstellungen, technische Komplexität.
In der Praxis ist das selten der Fall.

Im ersten Schritt geht es nicht darum, etwas zu verändern, sondern zu verstehen, was heute wirklich passiert. Denn solange nicht klar ist, wie dein Setup funktioniert, wo Kosten entstehen und wo Reibung liegt, macht Veränderung wenig Sinn.

Viele Unternehmen stellen genau hier fest: Ein Großteil ist bereits vorhanden, aber nicht optimal genutzt.

Deshalb geht es am Anfang nicht um Neubau, sondern um Klarheit. Was danach folgt, sind selten große Umstellungen, sondern mehrere kleinere Anpassungen mit spürbarer Wirkung.

Der erste Effekt ist fast immer derselbe: Transparenz

Plötzlich wird sichtbar, wie sich Kosten zusammensetzen, wo Gebühren entstehen und welche Abläufe Einfluss haben. Dinge, die vorher einfach akzeptiert wurden, werden greifbar.

Darauf aufbauend werden Prozesse klarer und einfacher im Alltag.
Am Ende entsteht etwas, das viele sofort spüren:

- mehr Ruhe
- mehr Kontrolle

Das ist nicht spektakulär, aber genau das macht den Unterschied.

Warum Klarheit der erste Schritt ist

Der natürliche Impuls ist, direkt nach Lösungen zu suchen.

Das ist verständlich.

Doch im Payment liegt der größte Hebel oft nicht in der Lösung. Sondern im Verständnis.

Solange nicht klar ist,

- wo genau Kosten entstehen
- welche Prozesse nicht sauber laufen
- wo Umsatz verloren geht

bleibt jede Entscheidung unsicher.

Viele Unternehmen arbeiten jahrelang mit einem System, das „funktioniert“. Ohne zu wissen, ob es gut ist.

Und genau das ist der Punkt: Funktionieren bedeutet nicht optimal.

Klarheit verändert genau das.

Plötzlich wird sichtbar:

- was gut läuft
- was nicht
- wo sich Handeln lohnt
- wo nicht

Das führt nicht sofort zu Aktion, aber zu besseren Entscheidungen. Und genau daraus entsteht Veränderung.

Quick Check: 7 Dinge, die du heute testen kannst

Schaue dir deine letzten Abrechnungen an und beantworte spontan:

Transparenz Check

- 1 Kannst du spontan sagen, was dich Payment jedes Jahr insgesamt kostet?

Prozess Check

- 2 Fühlt sich dein Bezahlprozess durchgehend einfach an?
Gibt es Stellen, an denen es unnötig kompliziert wird?

Erfolgsquoten Check

- 3 Hast du einen Überblick darüber, wie viele Zahlungen nicht erfolgreich abgeschlossen werden?

Flexibilitäts Check

- 4 Können deine Kunden so bezahlen, wie sie es erwarten?
Wie können deine Kunden bezahlen?

Zeit Check

- 5 Weißt du genau, wann Geld bei dir eingeht? Bist du mit dem Zeitraum zufrieden?

Vertrags Check

- 6 Wann hast du zuletzt dein Payment aktiv überprüft?

Wettbewerbs Check

- 7 Ist dein Bezahlprozess mindestens so einfach wie bei deinen Marktbegleitern?

Wie viel Geld verlierst du aktuell beim Bezahlen?

Die ehrliche Antwort ist: Die meisten Unternehmer wissen es nicht.

Nicht, weil sie sich nicht dafür interessieren.
Sondern weil es im Alltag schwer greifbar ist.

- Gebühren werden automatisch abgebogen.
- Zahlungen laufen im Hintergrund.
- Prozesse sind verteilt.

Es fehlt der **Überblick**.

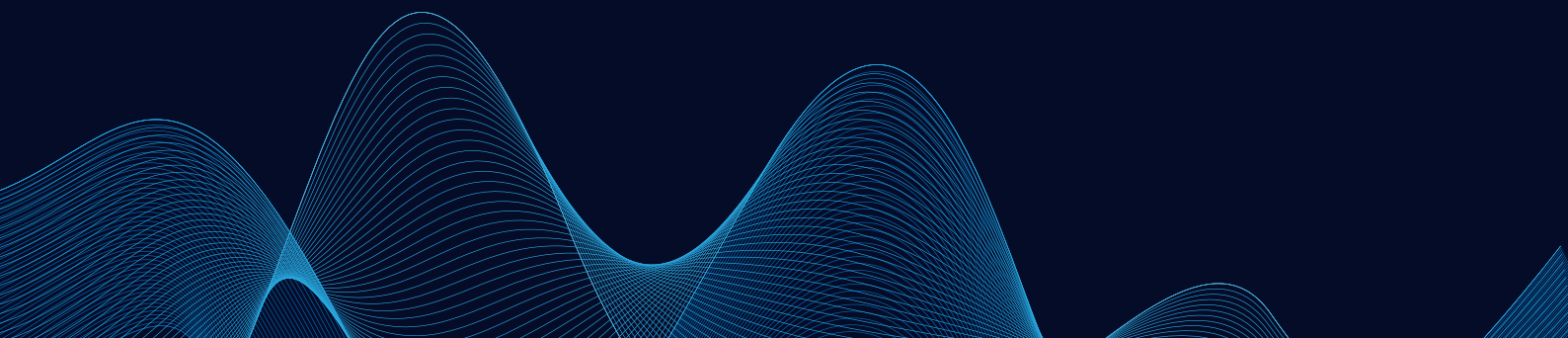
Genau deshalb macht es Sinn, einmal strukturiert draufzuschauen.

Im Payment Check geht es nicht um eine schnelle Lösung.
Sondern um **Klarheit**.

Du bekommst Antworten auf Fragen wie:

- Was kostet dich dein aktuelles Setup wirklich?
- Wo entstehen unnötige Kosten?
- Wo gibt es Reibung im Prozess?
- Wo liegt konkretes Potenzial?

Am Ende steht keine Theorie.
Sondern eine klare, fundierte Einschätzung.
Und genau das ist der Unterschied.



Wenn du bis hier **gelesen** hast

Dann hast du dich wahrscheinlich an mehreren Stellen wiedererkannt. Vielleicht nicht in allen, aber in einzelnen Punkten.

Und genau das ist entscheidend.

Oft reicht schon dieser Moment, um zu merken:

- Das Thema läuft bei uns mit
- Aber wir haben es nie wirklich hinterfragt

Und genau hier entsteht der nächste Schritt.
Nicht aus Druck.

Sondern aus **Klarheit**. 



Vielen Dank, dass du dir Zeit genommen hast, um dieses Workbook zu lesen.

Ich hoffe, dass es dir dabei hilft, dein Geschäft noch erfolgreicher zu gestalten.

Alles Gute und bis bald,
Nicolas

Hast du noch Fragen? 

