

# SAP-INTEGRATION



So vermeiden Sie  
Zahlungsausfälle im  
B2B-Webshop

# Impressum

Whitepaper

"SAP-Integration: So vermeiden Sie Zahlungsausfälle im B2B-Shop"

## © / Copyright: 2021 ECOPLAN E-Commerce GmbH

Alle Inhalte, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben der ECOPLAN E-Commerce GmbH vorbehalten.

Bildrechte:

© ijeab/stock.adobe.com

© Blue Planet Studio/stock.adobe.com

© tashatuvango/stock.adobe.com

## Konzept / Inhalt

ECOPLAN E-Commerce GmbH

Justus-Liebig-Straße 6

D-36093 Fulda-Künzell

Telefon: +49 661 9650-0

Fax.: +49 661 9650-99

E-Mail: [info@ecoplan.com](mailto:info@ecoplan.com)

Internet: [www.ecoplan.com](http://www.ecoplan.com)

## Vertretungsberechtigte Geschäftsführer:

Dipl. Informatiker Marc Ring

Dipl. Betriebswirt Martin Rommel

Registergericht: Amtsgericht Fulda

Registernummer: HRB 6004

## Gender-Hinweis:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Whitepaper die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet also keine Wertung, sondern hat lediglich redaktionelle Gründe.

## B2B-ZAHLART NUMMER EINS: „KAUF AUF RECHNUNG“

---

Der Rechnungskauf ist in Deutschland sowie in vielen anderen europäischen Ländern im B2B-Bereich der Normalfall. So werden Kunden im Vorfeld einer Geschäftsbeziehung mit Hilfe von entsprechenden Dienstleistern auf ihre Solvenz geprüft und bis zu einem definierten Betrag als kreditwürdig eingestuft. Danach erfolgt die Anlage als Debitor in SAP und schon kann der neue Kunde bis zum definierten Betrag Waren

bestellen und seine Rechnungen im Rahmen der vereinbarten Zahlungsbedingungen begleichen.

Dieser Prozess setzt natürlich ein funktionierendes Mahnwesen voraus. Bei Zahlungsverzug erfolgt eine Liefersperre bei dem betroffenen Kunden. All diese Prozesse sind in vielen Betrieben bewährt. So arbeitet die Finanzabteilung Hand in Hand mit dem Vertrieb in einer Balance zwischen größtmöglichem Umsatz und minimalem Zahlungsausfallrisiko.

## IM WEBSHOP BESTEHT DIE GEFAHR VON ZAHLUNGS AUSFÄLLEN

---

Immer mehr Betriebe digitalisieren ihren Vertrieb durch E-Commerce-Plattformen. Wie kann hier der beschriebene Prozess abgebildet werden? Verstärkt wird das Problem durch die Möglichkeiten, über den Webshop neue Kunden zu gewinnen. Besucht ein potenzieller Kunde den Shop und findet die Produkte, die er sucht, möchte er

auch sofort bestellen können. Müssen kaufwillige Interessenten vor einer Bestellung bzw. Belieferung zunächst geprüft und freigegeben werden, besteht die Gefahr, dass diese an einen Wettbewerber verloren gehen, weil dieser einen Sofortkauf ermöglicht. Der Versand von Waren auf Rechnung an unbekannte Kunden birgt aber ebenfalls ein hohes Risiko.

## VORSICHT: ONLINE-VORKASSE-ZAHLUNGSARTEN BERGEN ZAHLREICHE HERAUSFORDERUNGEN



Herausforderung für B2B-Shops:  
Kreditkartenzahlung

Die Lösung dieses Problems erscheint einfach. Online-Zahlarten im Voraus (wie z. B. Kreditkarte, PayPal, SEPA) kennt man aus den eigenen Erfahrungen im privaten Web-Shopping. Was im B2C-Bereich einfach erscheint, stellt B2B-Betriebe aber vor große Herausforderungen. Wie Sie diese meistern können erfahren Sie im Folgenden.

## DIE VERSANDKOSTEN-HERAUSFORDERUNG

Bei einem Online-Zahlvorgang in einem Shopsystem muss der Kunde vor Abschluss der Bestellung zunächst den finalen Endbetrag über das Online-Payment-System bezahlen. Dafür ist es aber notwendig, den finalen Preis zu kennen. Hier wird es im B2B-Bereich schnell kompliziert. Alle Komponenten der Zahlungssumme (inklusive Steuern und

Versandkosten) müssen also vor dem Absenden der Bestellung bekannt sein. Gerade bei den Versandkosten ist es üblich zunächst eine Spedition um eine Preiskalkulation zu bitten, wenn man Gewicht, Umfang und Lieferadresse kennt. Bei sperrigen oder schweren Produkten ist der Umfang aber selten automatisiert kalkulierbar.

**Lösung:** Hier ist eine Berechnung der Versandkosten auf Basis von Staffeln vorzuziehen. Die Staffeln können nach Gewicht und Entfernung auch im Warenkorb ermittelt werden.

## DIE SACHE MIT DEN RUNDUNGSDIFFERENZEN

Stammkunden erwarten, dass die ermittelten Zahlungsbeträge für Bestellungen im Onlineshop nicht anders kalkuliert werden als über andere Bestellwege. Daher verwendet man in einem B2B-Shop immer die Preiskalkulation aus SAP. Neue Erstbesteller im Shop haben aber in SAP kein Preisschema hinterlegt und lassen sich zunächst nicht kalkulieren. Hier könnte man in Versuchung kommen, den Shop mit Listenpreisen selbst kalkulieren zu lassen.

Leider ist es dabei eher unwahrscheinlich, dass der Shop die Rechenoperationen mit Multiplizieren, Addieren und Rundungen genauso durchführt wie das SAP-System. Es entstehen zwangsläufig Rundungsdifferenzen. Die online bezahlte Bestellung hat dann einen abweichenden Zahlungseingang als der im SAP-System kalkulierte Auftrag. Auch wenn die Abweichung nur wenige Cent beträgt, ist das für die Finanzbuchhaltung ein ernstes Problem.

**Lösung:** Hinterlegen Sie auch für unbekannte Neukunden ein Preisschema in SAP und übergeben Sie den Auftrag über einen CPD-Kunden (Conto pro Diverse).

## DAS VORKASSE-DILEMMA

Alternativ zum Online-Payment bietet sich die Zahlart „Vorkasse“ an, um keinen Zahlungsausfall zu riskieren. Die Konsequenz daraus ist jedoch: Bestellt ein Kunde per Vorkasse, muss vorm Warenversandt erst der Geldeingang abgewartet werden. Zwar wird so das Risiko eines Zahlungsausfalls minimiert.

Allerdings hat der Lieferant mit dem Bestellvorgang auch ein Lieferversprechen abgegeben und sollte die Ware für den Kunden reservieren. Auch sollte sichergestellt werden, dass niemand sonst auf die reservierte Ware zugreifen kann. Fraglich ist hier, wie lange man auf den Zahlungseingang warten möchte.

**Lösung:** Diese Prozesse sollten berücksichtigt und am besten in SAP abgebildet werden. So können Sie das Mahnwesen anbinden und die Ware nach einer angemessenen Frist wieder automatisiert freigeben.

## DIE BUDGETGRENZEN-KOMPLIKATIONEN

Auch Stammkunden haben i.d.R. ein festgelegtes Bestell-Limit. Dieses regelt in welcher maximalen Höhe der Kunde mit den vereinbarten Zahlungsbedingungen bestellen kann. Auch dadurch begrenzen Lieferanten das Risiko eines Zahlungsausfalls.

Bei einer manuellen Prüfung durch den Vertriebsinnendienst wird das noch vorhandene Budget geprüft und der Kunde ggf. über eine Überschreitung informiert. Ist dies der Fall, so ist es üblich, dem Kunden mitzuteilen, dass die Bestellung nach

Vorkasse ausgeliefert wird. Im Warenkorb eines B2B-Shops ist eine solche manuelle Prüfung nicht möglich.



Prüfung des Budget-Limits

**Lösung:** In einem B2B-Shop sollte das aktuell noch vorhandene Budget des Kunden für die Bezahlart „auf Rechnung“ oder „SEPA-Mandat“ bekannt sein und sich automatisiert mit dem SAP-System abgleichen. Auch ein Unterlaufen durch mehrere Teilbestellungen sollte der Shop verhindern. Ist das Bestellvolumen im Warenkorb höher als das verbliebene Bestelllimit, sollte der Shop automatisch die alternativen Online-Payments, wie bspw. Kreditkarte oder PayPal, anbieten. Der Kunde kann also trotzdem bestellen und muss den Vorgang nicht abrechnen.

## ÄRGER MIT DEN WÄHRUNGEN

---

In SAP wird jedem Debitor eine Währung zugewiesen, mit der er fakturiert wird. Die Abrechnung erfolgt also immer in der „Kundenwährung“. Ein modernes E-Commerce-System sollte beim Umgang mit Währungen entsprechend flexibel sein, um jedem Kunden die Preise und den

Check Out entsprechend seiner Währung anbieten zu können. Interessant wird das Thema aber dann, wenn man im Shop auch unbekannte Neukunden bedienen möchte. Hier hat man noch keine Kundenwährung und muss bei der Anzeige von Listenpreisen eine passende Logik im Shop anbieten.

**Lösung:** Je nach abzubildender Währungslogik sollte der Shop einen Währungswechsel auf Basis von Wechselkursen oder den Wechsel zu einem anderen Land und damit zu einer alternativen Preisliste ermöglichen.

Sie möchten erfahren, wie Sie schnell und kostengünstig einen SAP-integrierten Webshop realisieren können? Informieren Sie sich [hier](#).

Sie möchten mehr über  
SAP-Integration erfahren?

Informieren Sie sich auf unserer  
Website [www.ecoplan.com](http://www.ecoplan.com)!

Zur Webseite



Sprechen Sie mit dem Autor:

Marc Ring  
CEO & Senior System Architect  
[marc.ring@ecoplan.de](mailto:marc.ring@ecoplan.de)  
+49 661 9650-52