

Burgkunstadt, 17. September 2020

Innovatives Serviceangebot

„BAUR Comfort Pay“ macht den Rechnungskauf komfortabler

BAUR ist einer der ersten Online-Händler in Deutschland, der den Rechnungs- und Ratenkauf für seine Kund*innen mit einem Extraservice vereinfacht. So können seit Einführung des Services offene Zahlungen mit nur wenigen Klicks und ohne Umwege beglichen werden. Damit wird der umständliche Weg über das externe Online-Banking hinfällig.

Laut Studien ist der Bezahlvorgang für Online-Shopper eines der wichtigsten Kriterien, das über Zufriedenheit oder Frust entscheidet. Der Online-Händler BAUR schafft mit seinem Serviceangebot „BAUR Comfort Pay“ für seine Kund*innen nunmehr die komfortable Möglichkeit, Ratenzahlungen und den sogenannten Kauf auf Rechnung direkt und ohne Umwege zu begleichen. Verfügbar ist „BAUR Comfort Pay“ kurz vor Fälligkeit der offenen Rechnungen. Dazu versendet das Unternehmen eine E-Mail mit einem personalisierten Link, der eine direkte Zahlung ohne Umwege ermöglicht. Die BAUR-Kund*innen entscheiden dabei, ob sie ihre offene Rechnung mit den Online-Bezahldiensten PayPal oder paydirekt begleichen möchten. „Mit dieser Möglichkeit ersparen wir das mühsame Zusammenrechnen der zu zahlenden Beträge und den umständlichen Weg, eine zusätzliche Website oder App für das Online-Banking zu öffnen oder gar einen Papier-Überweisungsträger auszufüllen. Mit wenigen Klicks ist die Bestellung bezahlt.“, erklärt Cornelia Müller, Senior Customer Experience Managerin bei BAUR. Auch im Online-Kundenkonto auf baur.de ist das Serviceangebot verfügbar und in Zukunft soll es auch für Anzahlungen genutzt werden.

„Wir bieten unseren Kund*innen schon seit vielen Jahren zahlreiche Bezahlvarianten. Jetzt haben wir den beliebten, aber aufwändigeren Raten- und Rechnungskauf deutlich vereinfacht. Mit dieser innovativen Option geht natürlich der entscheidende Vorteil des Rechnungskaufs nicht verloren: Wie gewohnt wird die Rechnung erst nach Erhalt der Ware fällig“, so Patrick Boos, Vorsitzender der BAUR-Geschäftsführung. Er ergänzt: „Im Übrigen sind wir einer der ersten deutschen Händler, der mit diesem innovativem Zusatzservice den Raten- und Rechnungskauf komfortabler gestaltet hat. So wird Online-Shopping noch einfacher und entspannter!“

„BAUR Comfort Pay“-Nutzung verdoppelt sich

Bei den Kund*innen kommt die Serviceleistung derweil gut an: Die Akzeptanz stieg seit Einführung im Herbst 2019 rasant an: Im Vergleich zu den ersten beiden Monaten nehmen heute mehr als doppelt so viele Käufer*innen das Angebot an. Damit liegt die Anzahl der damit bezahlten Raten- und Rechnungskäufe inzwischen in fünfstelliger Höhe.

Auch bei seinem auf Schuhe und Fashion fokussierten Spezial-Shop imwalking.de hat BAUR die Neuerung eingeführt. Entwickelt und umgesetzt hat das oberfränkische Unternehmen „BAUR Comfort Pay“ zusammen mit seiner E-Commerce-Dienstleistungstochter empiricom. Ein übergreifendes Team, bestehend aus Mitarbeiter*innen aus dem Finanzbereich, dem Customer Experience Management und empiricom, arbeiteten rund sechs Monate an dieser Innovation.

Ein Blick in die Vergangenheit belegt, dass bereits Unternehmensgründer Friedrich Baur viel Wert auf kundenfreundliche Zahlarten legte. So gilt er als Erfinder der Raten-Zahlung im Handel, bei der der Rechnungsbetrag in Teilen über mehrere Monate beglichen wird. Immer den Wünschen seiner Kundschaft entsprechend passte das Unternehmen die Zahlarten-Auswahl an: Seit 2010 können Kund*innen auch via PayPal, Sofortüberweisung und seit 2018 via paydirekt bezahlen. Auf die wenig beliebte und unkomfortable Zahlart Nachnahme verzichtet das Unternehmen stattdessen.

Pressemitteilung online

baur-gruppe.com

Über BAUR

Das 1925 von Friedrich Baur im oberfränkischen Burgkunstadt gegründete Unternehmen zählt zu den Pionieren im Versandhandel. Der traditionsreiche Katalog-Versender hat sich in den vergangenen 20 Jahren erfolgreich zu einem dynamischen Online-Händler gewandelt. Klare Kunden- und Serviceorientierung, hohe Qualitätsansprüche sowie ein stets aktuelles Angebot in den Sortimentsschwerpunkten Mode, Schuhe und Möbel zählen zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren. BAUR konzentriert sich vor allem auf Kundinnen im Alter von 40 bis 55 Jahren. Dabei setzt BAUR nicht nur auf bekannte Marken, sondern bietet auch eine attraktive Auswahl selbstkreierter Modekollektionen unter dem Dach der Eigenmarke Aniston by BAUR. Gestützt wird der Online-Marktauftritt – er steht für mehr als 90 Prozent des Geschäftsvolumens – von Katalogen, die sich jahreszeitlichen oder besonderen modischen Themen widmen. Seit 1997 gehört BAUR zur weltweit agierenden Otto Group.

www.baur.de

Medienkontakt

BAUR-Gruppe Unternehmenskommunikation
Stefan Gagel · PR-Referent Unternehmenskommunikation
T 09572 91 3024 · M 0175 5734288

stefan.gagel@baur-gruppe.com