

Steigende Anforderungen an Payment-Dienstleister

Von Mirko Hüllemann



Payment Service Provider – ob mit oder ohne Lizenz als Zahlungsinstitut – sehen sich heute mit wachsenden Anforderungen konfrontiert, so Mirko Hüllemann. Im Zuge von Sepa werden nach wie vor Konvertierungsservices gebraucht, da Verbraucher häufig ihre IBAN nicht präsent haben. Der Internationalisierung des E-Commerce muss der Dienstleister mit einer Angebotspalette entsprechen, die auch länderspezifische Zahlverfahren umfasst, gleichzeitig wächst die Nachfrage nach Lösungen für wiederkehrende Zahlungen. Das Angebot echter Mobile-Payment-Lösungen ist ebenfalls längst zur Pflicht geworden. Red.

Kunden erwarten von Onlineshops heute komfortable Bestellprozesse. Sie möchten den Kauf möglichst schnell und bequem abwickeln. Dafür muss auch der Bezahlvorgang reibungslos und einfach ablaufen. Will ein Shop seinen Kunden aber mehr als nur die Bezahlung per Vorkasse anbieten, steigt der Organisationsaufwand erheblich. Denn er muss – je nach Geschäftsmodell und Zahlungsmethode – zahlreiche rechtliche Auflagen erfüllen und Vorschriften einhalten. Um diesen Aufwand nicht selbst betreiben zu müssen, nutzen viele Onlinehändler einen Payment Service Provider (PSP), der die Zahlungen für sie abwickelt. Allerdings unterscheiden sich

diese Dienstleister teilweise deutlich im Umfang der Leistungen, die sie anbieten können und dürfen.

Das größte Leistungsspektrum können Dienstleister anbieten, die durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht als Zahlungsinstitute anerkannt sind. Diese Anerkennung geht mit strengen Auflagen für den Umgang mit Kundendaten, Kundengeldern und den Geschäftsprozessen zur Abwicklung der Kundengelder einher. Dabei soll vor allem gewährleistet werden, dass die abgewickelten Umsätze genauso gesichert werden wie bei Banken und Kreditinstituten und – anders als bei nicht anerkannten Payment Service Providern – auch bei Insolvenz geschützt sind.

Damit können Zahlungsinstitute erweiterte Dienstleistungen im Zusammenhang mit Geldtransfergeschäften anbieten, die einem PSP untersagt sind. Dazu zählen die Führung von Treuhand- und Zahlungskonten, die Abwicklung von Finanztransfergeschäften, wie sie etwa bei Marktplätzen üblich sind, und einige weitere komplexe Finanzdienstleistungen. Zahlungsinstitute werden regelmäßig von

der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht überprüft. Egal, ob PSP oder Zahlungsinstitut, es gibt bei der Auswahl des geeigneten Dienstleisters einiges zu beachten.

Länderspezifische Verfahren nicht vernachlässigen

Viele Kunden bevorzugen eine bestimmte Zahlungsart. Ob sie diese in einem Online-Shop nutzen können, hat großen Einfluss darauf, ob sie den Bestellprozess als komfortabel empfinden und somit auch darauf, ob es tatsächlich zum Kaufabschluss kommt. Bei der Auswahl eines Payment-Dienstleisters ist deshalb darauf zu achten, dass er ein großes Angebot an verschiedenen Bezahlarten zur Verfügung stellt und Händlern bei der Auswahl beratend zur Seite steht.

Denn aufgrund der zunehmenden Internationalisierung des E-Commerce sollten auch länderspezifische Verfahren bereitgestellt werden, da sich die Präferenzen der Kunden je nach Land deutlich unterscheiden. Hervorzuheben sind hier unter anderem Kreditkarten wie CUP, JCB oder E-Payment-Verfahren wie Yandex und Prezlewy24. Besonders einfach ist die Anbindung dann, wenn nicht für jedes Verfahren ein separater Vertrag geschlossen werden muss, sondern ein einziger Rahmenvertrag ausreicht. Ein zugelassenes Zahlungsinstitut kann in

Zum Autor

Mirko Hüllemann, Geschäftsführer, Heidelberger Payment GmbH, Heidelberg

diesem Zusammenhang weitere komfortable Banking-Services aus einer Hand bieten.

Mobile Payment ist Pflicht

E-Commerce ist schon lange nicht mehr auf stationäre PCs beschränkt, sondern erobert rasant Smartphones und Tablets. Onlinehändler sind gut beraten, ihren Kunden auch unterwegs den Check-out so einfach wie möglich zu machen. Deshalb sollte der Payment-Dienstleister in der Lage sein, die Darstellung der Check-out-Seiten durch responsives Design automatisch dem Ausgabemedium anzupassen. Damit erreichen Onlinehändler einen hohen Wiedererkennungswert der Check-out-Seite und können sie gleichzeitig für die Bedienung auf einem Mobilgerät optimieren.

Doch das Schlagwort Mobile Payment umfasst mehr: Der Payment-Dienstleister sollte auch echtes mobiles Bezahlen anbieten – also ein kontaktloses Verfahren, das über das Smartphone oder andere Devices initiiert wird. Möglich sind hier QR-Code-Payment oder Zahlungen über Mehrwertdienste des Mobilfunkbetreibers (zum Beispiel per SMS).

Stammkundenfunktion und Abo-Commerce

Abos sind insbesondere in den Bereichen Medien und Lebensmittel beliebt, weil sich Kunden damit Verbrauchsgüter bequem automatisch nach Hause liefern lassen können. Die effiziente Verwaltung von Abonnements stellt aber viele Onlinehändler vor komplexe Herausforderungen – angefangen bei den Zahlungsmitteln bis hin zur Steuerung der Abos. Payment-Dienstleister müssen daher Lösungen für wiederkehrende Zahlungen (Recurring Payments) anbieten. Außerdem sollte ein Update des Zahlungsstatus in Echtzeit möglich sein. Weiter ist es wünschenswert, dass die Abo-Funktion nicht nur für

Kreditkarten zur Verfügung steht, sondern auch beliebte Zahlverfahren wie Lastschrift oder Paypal „abofähig“ sind. Der Payment-Dienstleister sollte außerdem eine Stammkundenfunktion in seinem Leistungsportfolio führen, die es ermöglicht, dass der Kunde seine Zahlungsinformationen nur einmal eingeben muss. Bei Folgekäufen stehen sie automatisch zur Verfügung und der Bestellprozess kann schneller und bequemer abgeschlossen werden.

Sepa-Konvertierungsservice wird noch gebraucht

Auf jeden Fall sollte der ausgewählte Payment-Dienstleister die Abwicklung von Sepa-Zahlungen ermöglichen. Dafür sollte er alle bestehenden Formate (Cor1, Core und nationale Formate) unterstützen und einen Konvertierungsservice für Kontodaten bieten, sodass Kunden in der Übergangsphase zwischen beiden Verfahren frei wählen können. Denn viele Kunden haben ihre IBAN noch nicht verinnerlicht und bevorzugen es daher, wenn sie die vertrauten Kontoinformationen eingeben können und diese automatisch konvertiert werden.

Hier lohnt sich ein genauer Vergleich der Gebührenstruktur des Payment-Dienstleisters mit den von Banken angebotenen Konditionen. In diesem Punkt besteht gegebenenfalls Sparpotenzial bei der Verarbeitung von Zahlungsdateien, sofern der gewählte Payment-Dienstleister als Zahlungsinstitut zugelassen ist und diesen Service anbietet.

Immer mehr Konsumenten möchten verschiedene Informations- und Vertriebskanäle simultan nutzen, ganz so, als seien diese im Grunde gar nicht mehr voneinander getrennt. Um das zu leisten, müssen Händler den Wandel vom Multi- zum Omni-Channel vollziehen. Dem tragen einige Payment-Dienstleister und insbesondere Zahlungsinstitute bereits Rechnung, indem sie Zahlungsmittel wie Kredit- oder Debitkarte, Lastschrift, Vorkasse, Überweisung, Wallet Transfer und Payment-App miteinander verknüpfen. Ähnlich wie im Abo-Commerce und im internationalen Handel müssen sich die neuen Möglichkeiten zahlungstechnisch adäquat abbilden und abwickeln lassen, etwa indem Zahlungen am Point of Sale und im Onlineshop mithilfe derselben Payment-Software erfasst, durchgeführt und überwacht werden.

Bei einem bankenunabhängigen Dienstleister, den die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) als Zahlungsinstitut zertifiziert hat, haben Händler die Gewissheit, dass ihr Geld in guten Händen ist. Außerdem kann nur ein Zahlungsinstitut europaweit Treuhandkonten bei verschiedenen Banken einrichten und internationale Transaktionen abwickeln. Unabhängig von seiner Zulassung muss die Technologie des Payment-Dienstleisters auf jeden Fall nach dem weltweiten Datensicherheitsstandard Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS) zertifiziert sein. Damit genügen die Payment-Transaktionen den Sicherheitsansprüchen von Visa und Mastercard. Händler benötigen dann keine eigene PCI-Zertifizierung mehr. ■

Bitte merken Sie vor!



Bankkarten-Forum 2015

am 1. Oktober 2015

in der DZ BANK AG, Frankfurt am Main