

Deutsche Card Services: Kein Patchwork im Payment

Von Jürgen Herold



Nicht überall ist schiere Größe ein Erfolgsfaktor. Im Zahlungsverkehr, wo Skaleneffekte Leistungsfähigkeit und Preis bestimmten, spielt sie aber durchaus eine nennenswerte Rolle. Mit der Deutsche Card Services, in der die Pago E-Transactions aufgegangen ist, will die Deutsche Bank ihren Größenvorteil ausspielen und bezeichnet sich dabei als einzigen global agierenden Clearing-Anbieter mit Toppositionen in den drei wichtigsten Währungen der Welt. Das Merchant Acquiring wird dabei als Abrundung des Cash Managements für Firmenkunden verstanden. Red.

Die Nachfrage nach paneuropäischen statt nationalen Zahlungsverkehrslösungen steigt daher auch im Kartensektor. Die Deutsche Bank hat darauf mit der Gründung der Deutsche Card Services GmbH (Deutsche Card Services) reagiert. Auf der Basis der bewährten Pago-Expertise bietet die Deutsche Bank ihren Firmenkunden über die Deutsche Card Services seit Oktober 2007 europaweit die Akzeptanz und Abwicklung von Kredit- und Debitkartentransaktionen, das sogenannte „Merchant Acquiring“ an und erweitert damit ihr führendes Leistungsangebot im Cash Management. Das Ziel ist eindeutig definiert: Kein Patchwork im Payment.

E-Commerce mit zweistelligen Wachstumsraten

Elektronische Zahlungsvorgänge setzen sich in der Realwirtschaft weltweit durch. Der überwiegende Teil aller internationalen Online-Käufe wurde im Jahr 2007 per Kreditkarte bezahlt. Auch in Deutschland nimmt das Online-Kartengeschäft zunehmend der Buchung per elektronischer Lastschrift und den klassischen Offline-

Zahlarten Rechnung, Vorkasse und Nachname Marktanteile ab. Das belegt auch der aktuelle Pago-Report, eine Studie zum Kauf- und Zahlverhalten im europäischen E-Commerce, der auf der Auswertung realer Transaktionsdaten basiert und künftig von der Deutsche Card Services fortgeführt wird.

Im E-Commerce, der weiterhin mit zweistelligen jährlichen Wachstumsraten boomt, ist die Kreditkarte damit als wichtigstes globales Zahlungsmittel unverzichtbar geworden. Die Deutsche Card Services bietet Händlern aus ganz Europa die Akzeptanz und die Abwicklung aller sicheren Online-Zahlverfahren aus einer Hand. Dazu gehören Visa und Mastercard, mit denen außerhalb Deutschlands der Großteil aller Online-Käufe abgewickelt wird. Unterstützt werden aber auch American Express, Diners Club und JCB sowie die neueren Online-Zahlarten wie das überzeugend gestartete deutsche GiroPay oder die Online-Zahlungsfunktion der weit verbreiteten Maestro-Karten, die in Großbritannien bereits einen Marktanteil von fast zehn Prozent erreicht hat.

Kooperationen mit Netzbetreibern im Präsenzzgeschäft

Auch im klassischen Präsenzzgeschäft spielen Kartenzahlungen eine immer größere Rolle. So hat sich beispielsweise die Anzahl der Transaktionen an Kartentermi-

Der weltweite Einsatz von Kreditkarten hat sich in den letzten Jahren deutlich erhöht. Insbesondere im Online-Bereich werden Karten immer häufiger eingesetzt. Der Gesamtumsatz im E-Commerce stieg 2007 auf 31,6 Billionen Euro an. Allein in Deutschland hat sich die Zahl der aktiven Online-Shopper in den letzten fünf Jahren mehr als verdoppelt. Gleichzeitig verändern sich die Rahmenbedingungen im internationalen Zahlungsverkehr seit der Jahrtausendwende in großem Tempo. Das zeigt sich unter anderem im Zuge der Einführung der Single Euro Payments Area (Sepa), bei der die Deutsche Bank schon frühzeitig eine Vorreiterrolle einnahm.

Zum Autor

Jürgen Herold ist Geschäftsführer Sales und Marketing der Deutsche Card Services GmbH, Frankfurt am Main.

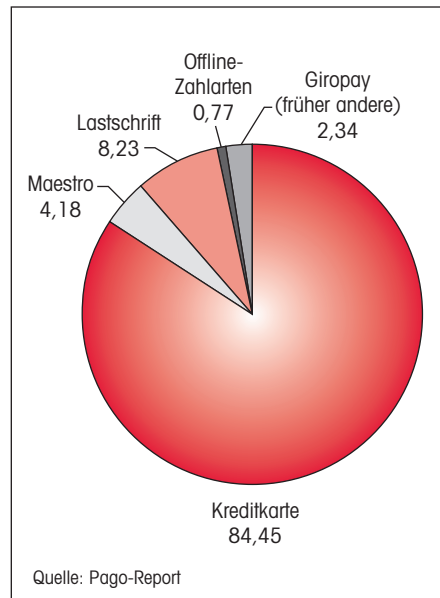
nals in Deutschland im Bereich Handel und Mineralöl allein in den Jahren von 2002 bis 2006 nahezu verdoppelt. Auch die steigende Akzeptanz von Kartenzahlung im Lebensmitteleinzelhandel spricht eine deutliche Sprache. Nach der letzten Erhebung des Europäischen Handelsinstituts (EHI) wurde mit 35,1 Prozent 2007 mehr als ein Drittel aller Einkäufe per Karte bezahlt. Damit ist auch in einem traditionellen „Barzahler-Land“ wie der Bundesrepublik die Zahlung per Karte angekommen.

Die Deutsche Card Services bietet wie im Online-Zahlungsverkehr auch im klassischen Präsenzeschäft zuverlässige und hocheffiziente Kartenzahlssysteme an. Sie baut am Point of Sales auf die seit Jahren erfolgreichen Kooperationen mit den wichtigsten Netzbetreibern. Die nachfolgenden Prozesse unterscheiden sich nicht wesentlich von denen, die im Online-Handel entstehen. Händler, die gleichzeitig die Deutsche Card Services für Kartentransaktionen aus dem Internet und vom Point of Sale nutzen, profitieren nicht nur von Skaleneffekten, sondern bekommen durch einen zentralen Kundenservice und ein zentrales Berichtswesen maximale Transparenz über alle Transaktionen.

Safety first

Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser. Deshalb spielt bei Finanzgeschäften transparentes Berichtswesen grundsätzlich eine wichtige Rolle. Dies gilt auch und besonders für das Kartengeschäft. Schnelligkeit und Präzision sind von herausragender Bedeutung. Die Deutsche Card Services bietet ein umfassendes Online-Reporting. So können Händler bequem und unabhängig von Zeit, Ort oder Plattform ihre Transaktionen überwachen und steuern. Darüber hinaus ist auf Wunsch auch die Übernahme der gesamten Debitorenbuchhaltung für alle baren und unbaren Zahlungstransaktionen möglich. Das interaktive Debitorenmanagement der Deutsche Card Services umfasst zahlreiche Leistungen. Es

Abbildung 1: Zahlverhalten im E-Commerce in Europa (Angaben in Prozent)



reicht von der Kontoüberwachung über die buchhalterische Abbildung sämtlicher Zahlprozesse bis hin zum Mahnwesen oder der Inkassoübergabe.

Viele Online-Händler haben schon die leidvolle Erfahrung gemacht, dass Fehleingaben von Käufern die Abwicklung einer Transaktion behindern und verzögern. Tippfehler bei der Kreditkartennummer oder der Bankleitzahl können jedoch abgefangen werden. Die Deutsche Card Services bietet umfangreiche Prüfverfahren für die Kreditkarte und auch für Direct-Debit-Verfahren an.

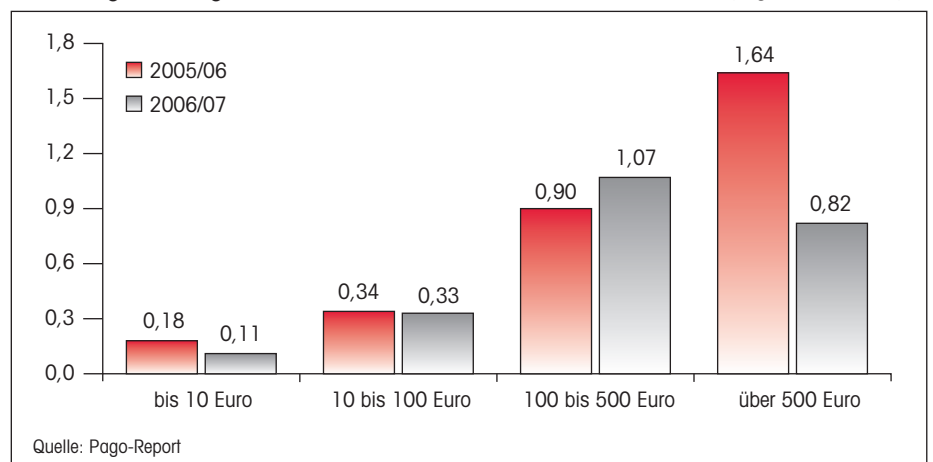
■ So kann die Plausibilität der angegebenen Kontonummer und Bankleitzahl festgestellt werden.

■ Via Sperrlistenvergleich werden zudem Kunden gefiltert, bei denen offene Rücklastschriften verzeichnet sind.

■ Angeboten wird auch die Abwicklung mit 3-D Secure abgesicherter Transaktionen – auch als Verified-by-Visa und Mastercard-Secure-Code bekannt. Das 3-D Secure-Verfahren, das sich inzwischen weltweit als das Standardsystem zur Authentifizierung von Kunden durchgesetzt hat, bietet Händlern enorme Vorteile bei der Abwehr von Kartenrückbelastungen. Da es hierbei in erster Linie ausreicht, 3-D Secure als Händler angeboten zu haben, ist das Verfahren für alle Händler von großem Nutzen – auch in Ländern wie Deutschland in denen 3-D Secure weitgehend unbekannt ist und bankenseitig nicht flächendeckend angeboten wird.

■ Das Screening-System „eBitGuard“ von Retail Decisions, das ebenfalls von der Deutsche Card Services eingesetzt wird, ist ein ideales Betrugsabwehrsystem für Online-Händler, die hohe Sicherheit ohne unnötig entgangene Umsätze verlangen. Das System liefert in Sekundenschnelle Empfehlungen für jede Kreditkartentransaktion in drei aussagekräftigen Bewertungskategorien: „Accept“, „Challenge“ und „Deny“. Alle mit „Accept“ be-

Abbildung 2: Chargeback-Quoten bei Kreditkarten-Transaktionen (Angaben in Prozent)



werteten Transaktionen können ohne Bedenken angenommen werden. Die Bewertung „Challenge“ erfordert eine gesonderte Überprüfung. Mit „Deny“ bewertete Transaktionen sollten im eigenen Interesse grundsätzlich abgelehnt werden. Dieses dreistufige Bewertungssystem hilft nachhaltig, betrügerische Kreditkartentransaktionen zu vermeiden. Dadurch werden Chargeback-Quoten minimiert und die Kosten des Zahlungsverkehrs optimiert.

Das Online Chargeback-Bearbeitungssystem der Deutsche Card Services bietet darüber hinaus im Falle einer Karten-Rückbelastung die Möglichkeit, direkt online einzugreifen. So kann ein Händler bei Chargeback-Problemen über das Internet schnell und unkompliziert reagieren. Unnötige Kosten und Zeitaufwand, die bei einer ansonsten üblichen Offline-Bearbeitung mit beleghaften Attachements anfallen, werden vermieden. Das ist besonders wichtig, weil ansonsten die maximal zweiwöchige Einspruchsfrist schnell überschritten sein kann. Die Online-Bearbeitung bringt daher entscheidende Organisations- und Zeitvorteile bei der Abwehr von Chargebacks.

Chargeback-Quote sinkt

Der Schutz vor dem Missbrauch sensibler Daten hat bei der Deutschen Bank gute Tradition. Das gilt auch für die Vorgängerin der Deutsche Card Services, die Pago E-Transaction Services, die als erster Kreditkarten-Acquirer im Jahr 2008 zum vierten Mal in Folge das PCI-Zertifikat erlangt hat. Der globale Sicherheits- und Prüfungsstandard PCI DSS ist vom Payment Card Industry Security Standards Council entwickelt worden. Die Organisation wurde gemeinsam von den führenden internationalen Kreditkartenorganisationen gegründet; ihr Standard wird ständig weiterentwickelt und natürlich auch bei der Deutsche Card Services erreicht.

Durch das ausgeklügelte Gesamtsystem aus Datenschutz, Absicherungen von Zah-

lungstransaktionen und Minimierung von Zahlungsausfällen konnte schon im Jahr 2006 die Kreditkarten-Ausfallquote unter die Ladendiebstahlquote im Präsenzgengeschäft gedrückt werden. Die Chargeback-Quote hat sich zuletzt noch einmal deutlich reduziert. Insbesondere bei den besonders ergebniswirksamen Bestellungen mit einem Warenwert von über 500 Euro hat sie sich im Beobachtungszeitraum 2006/2007 gegenüber der Vorperiode auf deutlich unter ein Prozent halbiert.

Größe und Kompetenz sind Trumpf

Größe und umfassende Kompetenz werden bei der Kreditkarten-Verarbeitung im internationalen Rahmen zunehmend wichtiger. Nationale Acquirer können im paneuropäischen Marktwettbewerb nicht dauerhaft mithalten, wenn immer mehr Einzelhändler über Landesgrenzen hinaus Online-Handel treiben. Denn solche Händler verlangen nach einer umfassenden Lösung aus einer Hand, die bisher über verschiedene Dienstleister abgebildet wurden.

Ebenso wie in anderen transaktionsbezogenen Bereichen ist daher auch im Merchant-Acquiring-Geschäft eine Konsolidierung unvermeidlich. Die Verlagerung auf stabile und verlässliche Partner belohnt Anbieter, die Investitionen in entsprechende Systeme getätigt haben und ein globales Netzwerk für echte One-Stop-Shopping-Lösungen bieten können.

Mit ihrem globalen Netzwerk und der lokalen Erfahrung verfügt die Deutsche Bank über die notwendigen Kenntnisse und Ressourcen, um die jeweils effizienteste und effektivste Lösung für die Transaktionsverarbeitung zu realisieren. Die Einführung der Deutsche Card Services gibt den Kunden Zugriff auf sämtliche Produkte und Services in der Forderungs-Wertschöpfungskette des einzigen global agierenden Clearing-Anbieters mit Toppositionen in den drei wichtigsten Währungen der Welt.



Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,
Aschaffenburger Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,
Telefon 0 69/97 08 33-0,
Telefax 0 69/7 07 84 00,
E-Mail: red.karten@kreditwesens.de
www.kreditwesens.de

Herausgeber:

Dr. Berthold Morschhäuser, Swantje Benkelberg,
Philipp Otto. **Redaktion:** Lars Haugwitz, Alexander Hofmann,
Barbara Stauch, Frankfurt am Main.

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter www.kreditwesens.de.

Verlagsleitung:

Uwe Cappel
Anzeigenleitung:
Ralf Werner, Tel. 0 69/97 08 33-43.

Anzeigendisposition:

Anne Guckes, Tel. 0 69/97 08 33-26,
sämtl. Frankfurt am Main, Aschaffenburger Straße 19.

Zur Zeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 20 vom 1.1.2009.

Erscheinungsweise: Jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November 2009.

Diese Ausgabe liegt der Zeitschrift „bank und markt – Zeitschrift für Retailbanking“, Heft 2/09, als Supplement bei.

Bezugsbedingungen: Abonnementspreise incl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 108,12. Ausland: jährlich € 108,60. Preis des Einzelheftes € 26,50 (zuzügl. Versandkosten).

Studentenabonnement 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Zusätzliche, kostenlose Serviceleistung für alle „Karten“-Abonnenten: 8x jährlich der „Karten“-Infobrief aus „bank und markt – Zeitschrift für Retailbanking“.

Probeheftanforderungen bitte unter 0 69/97 08 33-25 oder -32.

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt.

Bestellungen direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 60 482 609 (BLZ 500 100 60), Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale 105 550 01 (BLZ 500 500 00), sämtliche in Frankfurt am Main.

Mitteilung gemäß § 5 Abs. 2 des Hessischen Pressegesetzes: Gesellschafter der Verlag Fritz Knapp GmbH: Philipp Otto.

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt am Main.
ISSN 0937-597X