



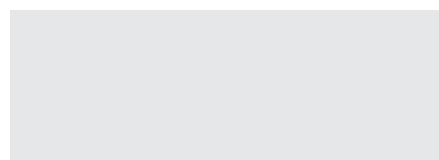
Bezahlen, aber sicher

Die Bereitschaft der Kunden zum Online-Shopping steigt. Doch das Bezahlen im Internet ist nach wie vor eine Schwachstelle des E-Commerce. Neue Verfahren sollen das E-Payment für Händler und Kunden sicherer machen.

Wer im Online-Shop „Senfsalon“ (www.senfsalon.de) ein Gelee- oder Senfglaschen mit der Maus in den Warenkorb legt und zur virtuellen Kasse geht, hat die Wahl zwischen drei Zahlungsarten: Rechnung, Bankeinzug oder Kreditkarte. „Fast 90 Prozent meiner Kunden entscheiden sich für die Rechnung“, sagt Besitzerin Merit Schambach. Die übrigen Bestellungen verteilen sich gleichmäßig auf Bankeinzug und Kreditkarte.

Mit dieser Beobachtung steht die Unternehmerin nicht allein: Noch immer ist die Rechnung laut einer Studie der Uni Karlsruhe im so genannten Macropayment (Beträge höher als fünf Euro) die beliebteste Zahlungsmethode der deutschen Online-Shopper. „Rund 70 Prozent der Shops beugen sich daher den Wünschen ihrer Kunden und verschicken Rechnungen – wenn auch mit wachsendem Zähneknirschen“, sagt E-Commerce-Experte Marco Brandt. Brandt hat in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Multimedia Verband (dmmv) 65 namhafte deutsche Online-Händler zu ihren Zahlungsabwicklungen befragt. „Die

Rechnung verursacht die höchsten Gesamtkosten pro Transaktion, und sie lässt sich am schwersten automatisieren“, sagt Brandt. Zudem müsse der Händler lange auf sein Geld warten – und ihm im schlimmsten Fall sogar hinterherlaufen. Mag der hohe manuelle Aufwand (Rech-



nung ausstellen, drucken, verschicken, Geldeingang zuordnen, kontrollieren) bei kleinen Shops wie dem Senfsalon noch zu verkraften sein – säumige Zahler bringen für Merit Schambach das Fass zum Überlaufen: „Bei rund sieben Prozent der Bestellungen trete ich den Kunden auf die Füße“, sagt Schambach, sie bekommen eine Mahnung. Bundesweit sind es 12,5 Prozent, rechnet die Kölner Pago eTransaction Services GmbH in einer Studie vor,

Zahlungsausfallrisiko wird das genannt. Wesentlich besser gefällt dem Handel da schon die Zahlung per Kreditkarte – trotz der vergleichsweise hohen Gebühren. Knapp 60 Prozent der Händler bieten diese Zahlungsmöglichkeit an, die ihren Shop gleichzeitig für Kunden aus dem Ausland öffnet. „Gerade kleine Shops überlegen sich die kostspielige Kreditkartenzahlung aber zweimal“, sagt Britta Müller vom Kompetenzzentrum it.net, das dem Mittelstand in der Region Weser-Ems bei Fragen zum Thema E-Commerce zur Seite steht. Neben den Implementierungskosten müsse der Händler auch für diverse Hintergrundprozesse bei Banken und Kreditkartengesellschaften, das Clearing sowie die Verschlüsselung aufkommen. „Die Zahlungsabwicklung über große Firmen ist im Verhältnis zu den getätigten Umsätzen für kleine Shops zu teuer“, sagt der Banker Christian Behrens aus Oldenburg, der mit seinem Partner Burghardt Willenbrock aus dieser „offensichtlichen Benachteiligung der Kleinen“ eine Geschäftsidee gemacht hat: Ihre Firma B+W IT DatenService bie-

tet kleinen Shops wie dem Senfsalon Kreditkarten-Clearing ohne Fix- oder Vorlaufkosten an. B+W verdient nur, wenn in dem Shop des Kunden tatsächlich Umsätze über eine Kreditkarte getätigt werden – eine Idee, die von der Jury der IHK Oldenburg beim Ideen-Starter-Wettbewerb 2003 mit dem zweiten Preis gewürdigt wurde. „Nun kann ich auch Zahlungen von internationalen Kunden entgegennehmen und das zu vertretbaren Kosten“, sagt Merit Schambach.

„Um Dimensionen günstiger“ als die Kreditkartenzahlungen ist nach Angaben von Marco Brandt auf den ersten Blick der Bankeinzug, im Branchenjargon auch Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV) genannt. Ähnlich wie die Bezahlung per Nachnahme, die aber für Händler und Endkunden mit hohen Gebühren verbunden sei, böten ELV rund 55 Prozent der Händler an – Tendenz stark steigend. „Die Lastschrift ist bei den Endkunden unter anderem so beliebt, weil sie die Abbuchung sechs Wochen lang rückgängig machen können“, sagt E-Commerce-Experte Brandt. „Sie wird weiter zulegen.“ Für die Händler sei dies nicht ungefährlich, ergänzt Pago-Sprecher Andreas Stefanis. Sie nähmen ein Zahlungsausfallrisiko von 4,8 Prozent in Kauf. „ELV ist weniger sicher als erwartet“, sagt Stefanis.

Kein Wunder also, dass die Branche nach wirklich sicheren Wegen des E-Payment sucht. Zu den größten Hoffnungsträgern gehören die Online-Überweisung sowie Kreditkarten mit Authentifizierung. Zwar werden sie derzeit erst von 15 Prozent der deutschen Online-Händler angeboten, doch im Vergleich zu den anderen Zahlungsarten

LASTSCHRIFTVERFAHREN BIRGT RISIKEN

rechnen Experten ihnen die größten Wachstumschancen aus. Laut Pago-Studie liegt die Schnittmenge aus Online-Banking und Internet-Nutzern bei bis zu 75 Prozent, so dass die Online-Überweisung von einem Großteil der deutschen Shopper genutzt werden kann. Beim Bezahlvorgang gibt der Kunde seine Kontoverbindung ein und bestätigt die Transaktion wie am Geldautomaten mit seiner persönlichen Geheimzahl (PIN). Die Überweisung kann nicht rückgängig gemacht werden, das System informiert den Händler umgehend über den Geldeingang. „Sofern es sich um ein Multi-Banking-System handelt, das Kunden von allen deutschen Banken nutzen können, ist es eine sehr sichere und elegante Lösung zumindest für die Inlandskunden“, lobt Marco Brandt.

Verbraucher aus dem Ausland sind in deutschen Shops nach wie vor auf die Kreditkarte angewiesen, doch mit einem zusätz-

Bezahlsysteme TIPPS FÜR ONLINE-HÄNDLER

Der Zahlungsdienstleister Pago hat in einer Studie 3,67 Millionen Bezahlvorgänge im Internet aus 198 Ländern analysiert. Anhand der Ergebnisse gibt das Unternehmen folgende Empfehlungen:

1. Den Online-Shop internationalisieren. Mehrere Sprachen und mehrere Währungen erhöhen den Kundenkreis.
2. Die Kreditkarte als Zahlungsweg zulassen, am besten mit den neuen Authentifizierungsverfahren.

3. Beim Elektronischen Lastschriftverfahren (ELV) die angegebenen Bankdaten nach dem Prüfsummenalgorithmus checken, um Eingabefehler und primitive Betrugsversuche zu entdecken.
4. ELV grundsätzlich dann nicht anzubieten, wenn das verkaufte Produkt vor dem gesicherten Zahlungseingang verbraucht oder genutzt wird, was zum Beispiel bei Last-Minute-Reisen der Fall sein kann.
5. Vor dem Versand der Waren die Adresse des Bestellers prüfen.

lichen Authentifizierungsverfahren (Verified by Visa, Mastercard Secure Code) soll diese künftig noch sicherer werden. Europaweit setzen schon jetzt 10.000 Händler Verified by Visa ein, hierzulande soll der Service in diesen Tagen starten. Das Verfahren verbindet den Kartenbesitzer bei jeder Onlinetransaktion direkt mit seiner Bank, bei der er sich dann mit einem Pass-

dische Kunden haben“, lobt der Schweizer Fachdienst infoweek.ch. Inzwischen wurde PayPal vom US-Auktionshaus Ebay aufgekauft und stellt seit Anfang des Jahres auch einen deutschsprachigen Dienst bereit. „Allein die Millionen Ebay-Mitglieder dürften für eine rasche Verbreitung sorgen“, schätzt E-Commerce-Expertin Britta Müller.

Einen solchen Treuhänder gibt es im B2B-Bereich, also im Zahlungsverkehr der Unternehmen untereinander, bislang nicht. Hier dominieren Firmenkreditkarten und die Rechnung. Bei Neukunden ist eine gründliche Bonitätsprüfung unerlässlich,

TREUHÄNDER HABEN POTENZIAL

an bekannte Geschäftspartner verteilen viele Großhändler so genannte Purchasing Cards, über die Aufträge und Geldflüsse automatisch zugewiesen und vereinfacht werden können.

Trotz vereinzelter Sicherheitsbedenken rechnen Experten auch kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) „gute Chancen“ im Online-Handel aus. „Die Internet-Nutzung in Deutschland steigt in erfreulichen Raten – ebenso wie die Bereit-

word ausweist. Gleichzeitig verifiziert eine persönliche Botschaft die Bankverbindung. Kreditkarten mit Authentifizierung gelten als so sicher, dass die Bankwirtschaft die Zahlungsgarantie für die Händler übernimmt und sich im Zweifelsfall selbst mit betrügerischen Rückbelastungen herumschlagen will. „Als zusätzliches Schmankehl übernehmen die Banken diese Garantie bei Kunden, die in das neue Verfahren investieren, für alle Transaktionen – ob mit der neuen Authentifizierung oder ohne“, hat Marco Brandt beobachtet. Nun könne auch einer großen Anzahl kleinerer Online-Händler diese Zahlungsart angeboten werden, für die diese Methode wegen der zu erwartenden Zahlungsausfälle bislang nicht rentabel war.

Großes Zukunftspotenzial bescheinigen Experten auch dem britischen Dienstleister PayPal, der als Vermittler zwischen den Parteien auftritt und ihnen verschiedene Konten zur Verfügung stellt, über die sie Geld versenden oder auch empfangen können. Das funktioniert nicht nur zwischen Privatleuten (C2C), sondern auch im B2C-Bereich zwischen Händler und Kunden. Über PayPal kann auch ein kleiner Shop Zahlungen von internationalen Kreditkarten entgegen nehmen, ohne selbst eine Kreditkarten-Infrastruktur aufbauen zu müssen. Dies ist viel günstiger als eine Überweisung und „... damit interessant für Shops, welche nicht auf Kreditkarten setzen und nur wenige auslän-

der Deutschen, im Internet einzukaufen“, sagt Marco Brandt. Und gegen Betrügereien sind neue Techniken bereits in Arbeit: So stellt Pago in diesen Tagen ein neues Verfahren namens „Fraud Screening“ zur effizienten Betrugsabwehr vor. Der Online-Händler erhält für jede Kreditkarten-Transaktion eine detaillierte Risiko-Bewertung und kann damit die Gefahr des Zahlungsausfalls und Kartenbetrugs weiter minimieren. Das Thema Sicherheit werde die Branche „in den Griff bekommen“, ist sich E-Commerce-Expert Brandt sicher.

Ingo Schenk