

Zahlt sich Kreditkartenakzeptanz für Onlinehändler aus?

☒ Laut dem E-Retail-Report 2009 ist die Kreditkarte im E-Commerce das beliebteste Zahlungsmittel: Drei Viertel aller Internet-Einkäufe weltweit werden inzwischen über sie abgewickelt. In Deutschland scheinen Shopbetreiber jedoch noch Vorbehalte gegen die Akzeptanz von Kreditkarten zu haben.

Erfahren Sie mehr zur Kreditkartenzahlung von Susanne Jenz vom Payment Provider Elavon.

Warum sollte ein Onlinehändler Kreditkarten als Zahlungsart anbieten?

Das Argument liegt auf der Hand: Händler können durch die Akzeptanz von Kreditkarten höhere Umsätze erzielen, da Kreditkarteninhaber in der Regel besser gefüllte Warenkörbe haben.

Der Pago Report hat bereits im Jahr 2008 festgestellt, dass Transaktionen, die offline per Rechnung, Vorkasse oder Nachnahme beglichen werden mit durchschnittlich 44,23 € einen um über 40 € niedrigeren Warenkorbwert haben als bei der Zahlung mit Kreditkarte, wo der durchschnittliche Warenkorbwert bei 85,89 € liegt.

Außerdem lädt Kreditkartenakzeptanz zu Spontaneinkäufen ein, da Karteninhaber oftmals von verzögerten Zahlungszielen, interessanten Teilzahlungsmöglichkeiten oder von attraktiven Bonusprogrammen profitieren. Darüber hinaus wird die Kundenbindung durch die Bereitstellung einer einfachen, sicheren und schnellen Zahlungsmethode weiter gestärkt. Hinzu kommt, dass Händler durch die Akzeptanz von Kreditkarten neue, zahlungskräftige Kunden sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene gewinnen können. Kurzum: Kreditkartenakzeptanz zahlt sich – im wahrsten Sinne des Wortes – für den Händler aus.

Wie erklären Sie sich den Anstieg an Kartenzahlungen im E-Commerce?

Immer mehr Onlineshopper bezahlen laut aktuellen Studien mit Kreditkarte. In Deutschland sind rund 24 Millionen Kreditkarten im Umlauf und über 30 % aller Einkäufe im Internet werden in Deutschland inzwischen mit der Kreditkarte getätigt. Die Tendenz ist steigend, denn laut einer Umfrage von ibi research hat bei über einem Drittel der Onlinehändler der Anteil der Kartenzahlungen in den letzten 3 Monaten zugenommen.

Das liegt nicht zuletzt daran, dass die Zahlung per Kreditkarte für den Kunden nicht nur sicher, sondern auch einfach und schnell ist, da Kreditkartendaten direkt im Shop hinterlegt werden können, anstatt sich erst auf der Seite eines dritten Dienstleisters anzumelden, um den Bezahlvorgang fortzusetzen.

Zusätzliches Umsatzpotenzial bieten die 600.000 neuen Maestro-Karten – Debitkarten von MasterCard. Konnten Maestro-Karten bisher nur im stationären Handel eingesetzt werden, so können diese jetzt auch für Zahlungen im Internet verwendet werden. Durch die Maestro-Akzeptanz ermöglichen Shopbetreiber nunmehr selbst solchen Kunden ein einfaches und sicheres Bezahlen per Karte, die über keine Kreditkarte verfügen oder lieber mit einer Debitkarte bezahlen möchten.

Wie steht es mit der Sicherheit für Onlinehändler wenn Kreditkartenzahlungen online abgewickelt werden?

3D-Secure-Verfahren wie Verified by Visa und MasterCard SecureCode, die Abfrage der Kartenprüfnummer CVV2/CVC2 sowie PCI-Zertifizierungsprogramme bieten für Händler – und Kunden – ein hohes Maß an Sicherheit bei Zahlungen im Internet.

Was bedeutet Verified by Visa und MasterCard Secure Code?

Bei Verified by Visa und MasterCard SecureCode authentifiziert sich der Kreditkartenzahler im Onlineshop mit einem personalisierten Passwort als Karteninhaber. Durch die Vergabe des Passworts oder einer PIN sichert sich der Karteninhaber dagegen ab, dass andere unbefugt mit seiner Kreditkarte einkaufen.

Eine Zahlungsrückgabe des Kunden mit dem Argument “Transaktion nicht durchgeführt” ist dann nicht mehr möglich. Dies gilt grundsätzlich auch, wenn der Kunde und dessen Bank nicht an den

beiden Sicherheitsverfahren teilnehmen. Dann liegt das Risiko bei der kartenausgebenden Bank, da Händler dem Kunden die größtmögliche Sicherheit bieten.

Kann die Kartenprüfnummer Onlinezahlungen tatsächlich sicherer für Händler machen?

Um die Sicherheit für Onlinehändler weiter zu erhöhen, wurde die Kartenprüfnummer – auch CVC2 oder CVV2 genannt – auf der Kartenrückseite eingeführt. Da die 3-stellige Prüfziffer auf der Rückseite der Karte aufgedruckt ist, taucht sie auf keinem Beleg auf. Sie kann daher nur übermittelt werden, wenn die Karte dem Käufer auch tatsächlich vorliegt.

PCI DSS soll Kartenzahlungen ebenfalls sicherer machen. Was ist das eigentlich?

Gestiegene Hackerangriffe und das Ausspähen von Karteninhaberdaten führen zur Verunsicherung bei Karteninhabern und Händlern. Um Kartenmissbrauch vorzubeugen, haben die führenden Kreditkartenorganisationen ein Sicherheitsprogramm mit Vorschriften für die Aufbewahrung von vertraulichen Karteninhaberdaten entwickelt. Dieses Programm nennt sich PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) und enthält Vorgaben über die Speicherung, Verarbeitung und Weiterleitung von Kartendaten, um einem Abgreifen von Karteninhaberdaten und deren missbräuchlicher Verwendung durch Unbefugte vorzubeugen. Kartenakzeptierende Unternehmen müssen nachweisen können, dass sie die PCI-Datensicherheitsstandards erfüllen, ansonsten können Strafen drohen.

Sicherheit kostet – inwieweit rechnen sich diese Maßnahmen für den Händler?

Die etwaigen Kosten für zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen amortisieren sich in der Regel schnell durch zufriedene Bestandskunden und neu gewonnene Kunden. Es stellt sich daher nicht unbedingt die Frage, was Kartenakzeptanz und die damit verbundene Umsetzung von Sicherheitsmaßnahmen kostet, sondern wie viel zusätzlichen Umsatz man erzielen kann. Außerdem kann ein Händler von einer günstigeren Interchange-Qualifizierung durch die Abfrage der Kartenprüfnummer und dem Einsatz von 3D Secure profitieren – was sich positiv auf die Berechnung der Servicegebühr auswirkt.

Darüberhinaus reduziert der Händler sein Zahlungsausfallrisiko durch die ordnungsgemäße Verwendung von 3D Secure Verified by Visa/MasterCard SecureCode, wie das nachfolgende Beispiel zeigt: Ein Händler wickelt im Jahr 10.000 Kreditkartentransaktionen mit einem Durchschnittswert von 50 € ab und hat eine Rückbelastungsquote von 0,3 %. Drei Viertel dieser Rückbelastungen – also 23 Chargebacks – sind entstanden, weil die Transaktionen nicht von den Karteninhabern autorisiert wurden.

Dies hätte durch den ordnungsgemäßen Einsatz von 3D Secure verhindert werden können. So aber muss der Shopbetreiber einen Zahlungsausfall von 1.150 € hinnehmen. Hinzu kommt eine sogenannte Chargeback-Gebühr von beispielsweise 10 € pro Rückbelastung – diese Gebühr ist abhängig vom Acquirer und kann auch bis zu 35 € betragen. Insgesamt sprechen wir also von fast 1.400 €, die dem Händler unnötigerweise entstanden sind. Der zusätzliche Zeit- und Personalaufwand ist hier nicht berücksichtigt.

Mit welchen Kosten muss ein Onlinehändler rechnen, wenn Kreditkartenzahlungen im Shop abgewickelt werden?

Die Servicegebühr – auch Disagio – ist eine vom Umsatz abhängige prozentuale Gebühr und setzt sich aus der Interchange-Gebühr, der Assessment Fee und der Merchant Service Fee zusammen. Die Höhe variiert je nach Branche und liegt in der Regel zwischen 2 und 3 %. Gegebenenfalls können weitere Gebühren für die Übermittlung der Zahlungsdaten z. B. durch einen Payment Service Provider anfallen.

Können Onlinehändler die Höhe der Servicegebühren beeinflussen?

Die Interchange-Gebühr, die für jede abgewinkelte Transaktion an die kartenausgebende Bank bezahlt wird, stellt in der Regel den höchsten Kostenfaktor bei der Akzeptanz von Kreditkarten dar. Wer jedoch seine Transaktionen mit Hilfe entsprechender Sicherheitsmaßnahmen – z.B. 3D Secure oder Abfrage der Kartenprüfnummer – abwickelt, profitiert von günstigeren Interchange-Qualifizierungen, z.B. wenn Onlinezahlungen über 3D Secure oder die Kartenprüfnummer abgesichert werden. Acquirer stellen auf Basis solcher Faktoren maßgeschneiderte Angebote zur Verfügung.

Wie schnell werden Transaktionsbeträge an den Händler ausgezahlt?

Zahlungsziele können individuell festgelegt werden. Je nachdem, was mit dem Acquirer im Kreditkartenakzeptanzvertrag vereinbart wurde, schreibt dieser die Kreditkartenumsätze in bestimmten Abständen z. B. täglich, wöchentlich oder monatlich dem Händlerkonto gut.

Interviewpartner:

Susanne Jenz ist Head of Indirect Sales Germany bei Elavon, einem Anbieter globaler Zahlungslösungen für über eine Million kartenakzeptierende Unternehmen. Als globaler Dienstleister für die Abwicklung von Kartenzahlungen bietet Elavon nach eigenen Angaben neue Standards in Sachen Benutzerfreundlichkeit, Zuverlässigkeit und Innovation.

Dazu Susanne Jenz:

“Wir von Elavon kennen die Anforderungen, die der rasant wachsende E-Commerce-Markt mit sich bringt. Unsere Abrechnungsplattform wurde auf Basis modernster Technologie entwickelt, um unseren Kunden die neuesten Standards für sichere Zahlungslösungen zur Verfügung zu stellen. Außerdem unterstützen wir Onlinehändler, Sicherheitsmaßnahmen wie Verified by Visa oder MasterCard SecureCode schnell und einfach umzusetzen.”

“Des Weiteren stehen unsere für die Sicherheit im E-Commerce zuständigen Spezialisten mit einem Maßnahmenkatalog und anderen wertvollen Tipps zur Seite, um betrügerischen Transaktionen vorzubeugen. Nicht zu vergessen ist unser Online-Abrechnungskonto iMerchantConnect, über das der Status der über das Internet akzeptierten Kartenzahlungen 24 Stunden täglich abgerufen werden kann.”

Weitere Informationen sind unter www.elavon.de erhältlich.