

Special Innovation

Bezahlen im Internet

Unterschiedliche Geschäftsfälle in Webshops erfordern den Einsatz unterschiedlicher bargeldloser Zahlungsmittel.

Gerhard Scholz

Als in den 1990er Jahren das Internet seinen Siegeszug antrat und rasch eine unglaubliche Zahl von Benutzern fand, wurde es notwendig, in dieser neuen digitalen Welt auch elektronisch bezahlen zu können. Webshops nehmen nun mal kein Bargeld. Doch im Gegensatz zur klingenden Münze haben bargeldlose Zahlungsmittel keine einheitliche Charakteristik. Sie unterscheiden sich durch die Möglichkeiten, die sie den Kunden bieten, und die Notwendigkeiten, die Händler von ihnen verlangen.

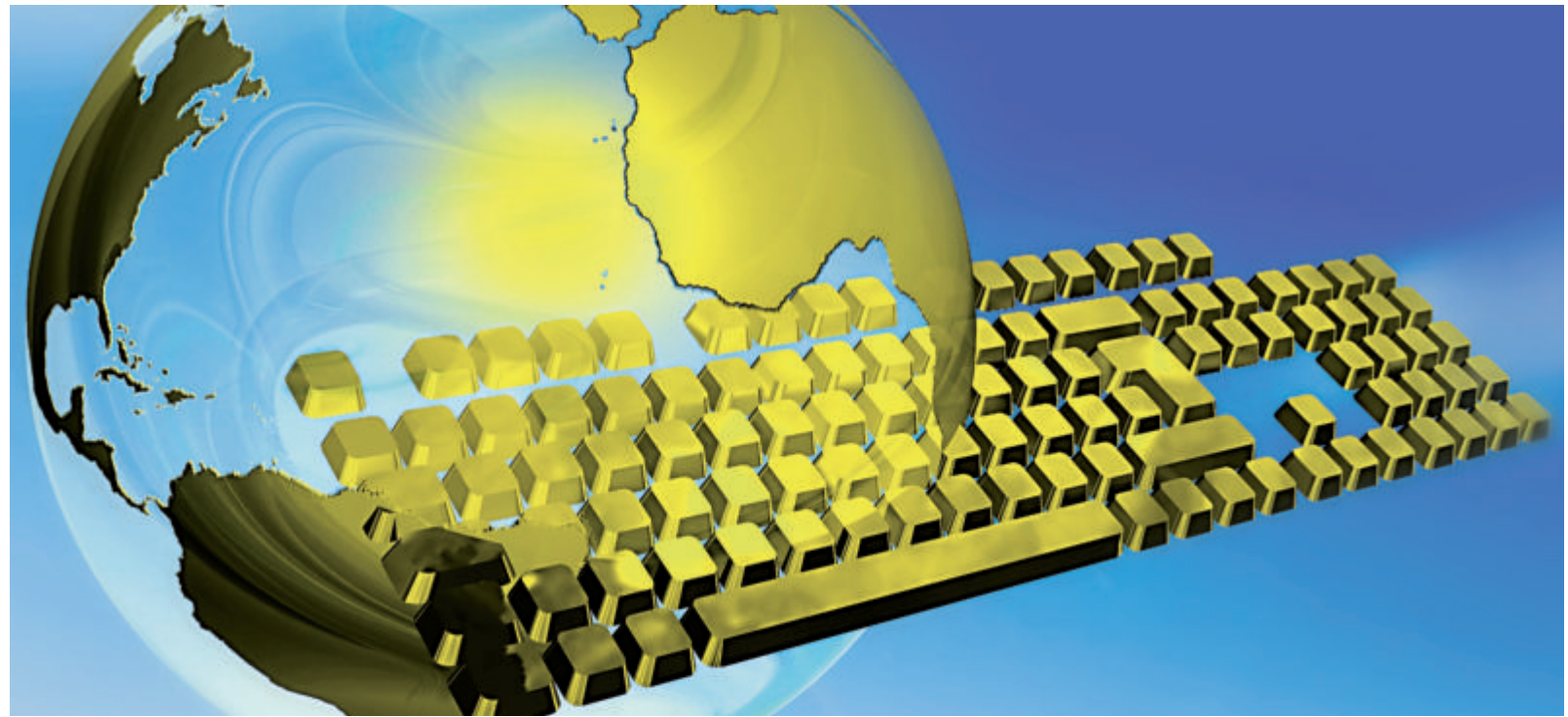
In Österreich gängigste Bezahlformen im Internet sind Kreditkarten wie Visa oder Master Card, die Online-Überweisung eps (E-Payment-Standard) und sogenanntes M-Payment, mobiles Bezahlen über das Handy, wie es hierzulande unter der Marke Paybox angeboten wird. Jede Branche stellt an bargeldlose Online-Zahlungsabwicklungen ihre eigenen Anforderungen, die sich aus dem Wesen des jeweiligen Geschäftsfalls ergeben.

Je nach Geschäftsfall

Wenn das spannende Champions-League-Spiel in die Verlängerung geht und jemand in einem Online-Wettbüro noch rasch eine Wette platzieren will, dann geht es dem Händler vornehmlich um eines: um den garantierten Zahlungseingang – prompt und sicher. Früher musste der Einsatz auf dem Tisch liegen, jetzt muss der Händler nur die Gewähr haben, dass die Zahlung Top-Bonität hat.

Thomas Grabner, Geschäftsführer des Payment Service Providers Qenta, meint dazu: „In so einem Fall muss es schnell gehen und sicher sein. Hier bieten sich garantierte Zahlungen wie das 3D-Secure-Verfahren der Kreditkartenfirmen an. Auch mit M-Payment ist meistens eine Garantie gegeben, und so gut wie immer mit Prepaid-Karten.“

Die eps-Online-Überweisung ist für Grabner durchaus sinnvoll bei punktuellen, einmaligen Zahlungen in Webshops. Allerdings sind damit keine wiederkehrenden Zahlungen möglich, was aber in vielen Fällen not-



Einkaufen in Webshops im Internet und die damit verbundene bargeldlose Zahlungsabwicklung sind heute eine rundum sichere Sache, aber jede Branche hat ihren Geschäftsfällen gemäß andere Anforderungen an die akzeptierten Zahlungsmittel. Foto: Photos.com

wendig ist, wie Grabner erläutert: „Wenn ich ein Abonnement, zum Beispiel für eine Zeitung, abschließe, dann gehe ich damit ein Dauerschuldverhältnis ein, das erst endet, bis ich es widerrufe. Dafür brauche ich eine Funktion, die wiederkehrende Zahlungen erlaubt. Auch gibt es bei eps keine Möglichkeit, Gutschriften auszustellen, wie es beispielsweise ein Ticket-Versand oft für Sammelbestellungen benötigt. Solche Funktionen wären für eine breitere Akzeptanz sehr wünschenswert.“

Für viele Online-Käufer, die keine Kreditkarte besitzen, stellt eps aber eine bequeme Zahlungsfunktion dar, mit der ähnlich dem Online-Banking eine Überweisung vom eigenen Bankkonto aus durchgeführt werden kann.

Sonderfall Amazon

Interessanterweise verzichtet einer der größten Webshops weltweit, nämlich Amazon, auf den Einsatz der 3D-Secure-Technologie. Man kann dort seine Einkäufe mit „normaler“ Kreditkarte oder Bankeinzug bezahlen. Setzt gerade Amazon nicht auf Sicherheit? Thomas Grabner meint dazu: „Amazon stellt die Breitenwirkung ganz klar vor das Risiko. Aber bei der Bestellannahme durch Amazon

handelt es sich ja auch nicht um ein zeitkritisches Verfahren. Bevor ein Paket auf den Weg zum Kunden geschickt wird, sind die Daten längst abgeklärt. Und letztlich kalkulieren sie wie jeder Händler einen gewissen Prozentsatz an Schwund mit ein.“

Thema Sicherheit

Als „lediglich mobilen Anwendungsfall, nicht aber als Zahlungsmittel per se“ bezeichnet Grabner den Einsatz von M-Payment: „Weil durch das Handy ja nur eine Transaktion angestoßen wird. Die Abrechnung erfolgt dann als Belastung des Kontos oder der Kreditkarte.“

Aber ist M-Payment nicht sicherer als herkömmliche Kreditkarten-Transaktionen im Internet, weil die Daten über die beiden getrennten Kanäle Internet und Handy übertragen werden? Thomas Grabner wird ernst: „Zum einen sehe ich auch beim 3D-Secure-Verfahren die Kreditkartendaten und das notwendige Passwort als zwei getrennte Kanäle an. Zum anderen halte ich es für nicht sehr klug, mit solchen Marketing-Aussagen in das sensible Thema Sicherheit Verunsicherung reinzubringen. Das schadet letztendlich der gesamten Branche.“

www.qenta.at

DOXIS 4
SCALE YOUR BUSINESS

SER

Flexible Wege aus dem
Dokumenten-Dschungel

www.ser.at

