



KARTEN

cards | cartes

ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Digitaler
Sonderdruck

Foto: Adobe Stock / Ipoba



Paydirekt hat noch viel vor

Von Christian von Hammel-Bonten

PAYMENTSYSTEME FÜR EUROPA

Paydirekt hat noch viel vor

Von Christian von Hammel-Bonten



Paydirekt ist im Aufwind, sagt Christian von Hammel-Bonten. Das liege an den von einer Ibi-Studie belegten günstigen Kosten, dem hohen Datenschutzniveau, das auch aus Sicht von Händlern immer wichtiger werde, und der Innovationskraft von Paydirekt, für die er eine Reihe von Beispielen nennt. Als Zahlverfahren der deutschen Kreditwirtschaft verfüge Paydirekt über das umfassendste Set-up für die Entwicklung neuer, innovativer Payment-Lösungen. Und die moderne Plattform-Architektur und agilen Entwicklungsmethoden machten es möglich, weiterhin flexibel auf neue Marktanforderungen einzugehen. Die Wachstumsraten bei den Transaktionszahlen, so der Autor, belegen dies. Nun gilt es, für noch mehr Wahrnehmung im Markt zu sorgen. Red.

Digitales Bezahlen muss genauso einfach und sicher sein wie Bargeld – für Käufer und Händler. Einer der Gründe, warum dies nicht immer der Fall ist, sind die in den Geldtransfer eingebundenen Intermediäre – Zahlungsanbieter, die zwischen dem Konto des Kunden und dem des Händlers agieren.

Einerseits sind diese Intermediäre für den Handel wichtig, denn ein optimaler Payment-Mix hat im E-Commerce einen entscheidenden Einfluss auf Konversionsraten und Umsätze. Der Grund ist einfach: Das Bezahlen ist für den Händler der Moment, in dem die Kosten für die Kundenakquisition zu Umsatz werden. Will der Händler vermeiden, dass der Kunde seinen Warenkorb an der virtuellen Kasse stehen lässt, muss er sowohl die zum Kontext passenden als auch die vom Kunden gewünschten Zahlverfahren anbieten.

Andererseits: Die Nutzung von Intermediären in der Zahlungsabwicklung ist mit Risiken verbunden, denn sie identifizieren den Käufer nicht vollständig. Die Folge sind Betrugsrisiken und zusätzliche, unnötige Kosten zum Beispiel für das Risikomanagement des Händlers, um Zahlungsausfälle zu minimieren. Natürlich kann der Händler dieses Risiko an den Intermediär auslagern, trägt die Kosten hierfür aber letztlich über höhere Gebühren.

Indirekte Kosten belasten Online-Händler

Dies dokumentiert auch die aktuelle Payment-Studie des IFH Köln: Rund 90 Prozent aller Händler sehen sich mit Betrug oder Betrugsversuchen konfrontiert. Rund 98 Prozent haben es dabei mit gestohlenen Identitäten zu tun. Die Betrugsprävention führt die

Liste der Herausforderungen für Händler damit an. Interessant zu wissen: Ein einziger Zahlungsausfall verursacht im Durchschnitt Kosten von rund 66 Euro, bezifferte Ibi Resarch der Universität Regensburg in deren aktueller Gesamtkostenstudie – ein Aufwand, den der Händler tragen muss und der seinen Umsatz minimiert.

Wie lässt sich das lösen? Ganz einfach: indem unmittelbar vom Girokonto bezahlt wird. Denn unabhängig davon, ob ein Kauf mit Rechnung, Kreditkarte oder anders beglichen wird – letztlich laufen alle Transaktionen über das Girokonto, der „Heimat“ unseres Geldes. Warum also Umwege gehen?

Genau hier setzt Paydirekt an: Zahlungen erfolgen direkt vom Girokonto des Käufers auf das Konto des Händlers, denn Paydirekt ist – wie die Girocard – direkt mit dem Girokonto des Käufers verbunden. Da sich Nutzer als Girokontokunden gegenüber ihrer Bank voll legitimiert haben, vermeidet Paydirekt diese Ineffizienzen. Im Unterschied zu anderen Bezahlfverfahren wird der Kaufbetrag außerdem direkt am Konto autorisiert und der Händler erhält eine sofortige Zahlungsgarantie. Durch die schnelle Verfügbarkeit der Umsätze profitieren Händler so von einer optimalen Liquidität, ohne dass sie zusätzliche, indirekte Kosten tragen müssen, die durch Identitätsbetrug, Zahlungstörungen oder Zahlungsausfälle entstehen.



Christian von Hammel-Bonten, Vorsitzender der Geschäftsführung, paydirekt GmbH, Frankfurt am Main

Paydirekt vermeidet somit unnötige indirekte Kosten, die bei der Bewertung eines Zahlverfahrens eine entscheidende Rolle spielen und bei der Auswahl berücksichtigt werden sollten.

Gesamtkosten unterschätzt

Die Gesamtkostenstudie von Ibi Research ergab jedoch, dass sich viele Händler in erster Linie an den direkten Kosten orientieren. Indirekte Kosten, zum Beispiel für Risiko- und Debitorenmanagement, bleiben oft unberücksichtigt und werden zum Teil sogar massiv unterschätzt. Und das, obwohl sie bei einigen Verfahren das Vierfache der direkten Kosten ausmachen können.

Bonitätsprüfungen, Adressverifizierungen oder Mahnwesen sind bei Paydirekt nicht erforderlich. In der Gesamtkostenbetrachtung ist Paydirekt daher das mit Abstand günstigste Zahlverfahren im Markt – noch vor Sofortüberweisung und Vorkasse. Am teuersten ist die ungesicherte Rechnung, bei der die indirekten Kosten bis zu 85 Prozent der Gesamtkosten ausmachen.

Einfachheit mit Sicherheit kombiniert

Hinzu kommt: Im Vergleich zu anderen Zahlverfahren ist die Verarbeitung von Paydirekt-Transaktionen und -Buchungen für den Händler sehr einfach und hierdurch kostengünstig. Denn immer dort, wo Unsicherheit herrscht, implementieren Payment-Anbieter Sicherheitsmechanismen, wie Sicherheitseinbehalte oder zahlen Transaktionsbeträge gesammelt und netto an den Händler aus, das heißt abzüglich erfolgter Rückbuchungen und Gebühren. Reporting- und Abstimmungsprozesse werden für den Händler somit komplex und erschweren die Verbuchung der Zahlungseingänge.

Paydirekt-Transaktionen werden hingegen brutto auf das Händlerkonto gebucht, Rückbuchungen erfolgen vom Händlerkonto und alle Transaktionen sind durch eine eindeutige Transaktionsreferenz einfach zu verarbeiten. Der Händler benötigt keine zusätzlichen Tools, denn jedes Buchhaltungssystem ist in der Lage, mit den eingehenden Zahlungen umzugehen. Eine

Paydirekt-Zahlung ist also vergleichbar mit einer vollständigen und korrekten Überweisung. Einfacher geht es nicht.

Zahlungen unmittelbar vom Girokonto erfordern zum einen höchste Sicherheitsanforderungen, zum anderen erwartet der Käufer eine einfache Nutzung und eine hohe User Experience. Beides erfüllt Paydirekt und verbindet Einfachheit mit höchster Sicherheit und Privatsphäre. Sensible Daten wie Kontonummer, Warenkorbdaten oder andere persönliche Informationen bleiben in der sicheren Umgebung der Banken und Sparkassen. Sind die Datenverarbeitung und -weitergabe an Dritte bei anderen Zahlverfahren Teil des Geschäftsmodells, bleiben die Daten bei Paydirekt in der sicheren Umgebung der Bank oder Sparkasse. Sie sind für uns schützenswerte, vertrauliche Daten, die nicht weitergegeben werden. Privates bleibt privat.

Schutz der Transaktionsdaten auch für Händler ein Thema

In Zeiten täglicher Cybersecurity-Attacken ist die Privatsphäre aber nicht nur für Käufer ein immer wichtiger werdendes Thema. Auch Händler möchten vermeiden, dass ihre Transaktionsdaten über verschiedene Systeme und Anbieter, bei denen sie den Umgang und die Nutzung ihrer Daten nicht

beurteilen können, bewegt werden. Viele Gründe, warum sich immer mehr Händler für Paydirekt entscheiden oder bereits entschieden haben. Darunter insbesondere große, transaktionsstarke Händler wie die Deutsche Bahn, Eventim, Media Markt oder About You.

Um die Anbindung für Händler so schnell und einfach, wie möglich zu gestalten, wurden die Onboardingprozesse deutlich gestrafft und für Händler mit dem neuen Collecting-Payment-Service-Provider-Modell eine weitere Anbindungsmöglichkeit geboten.

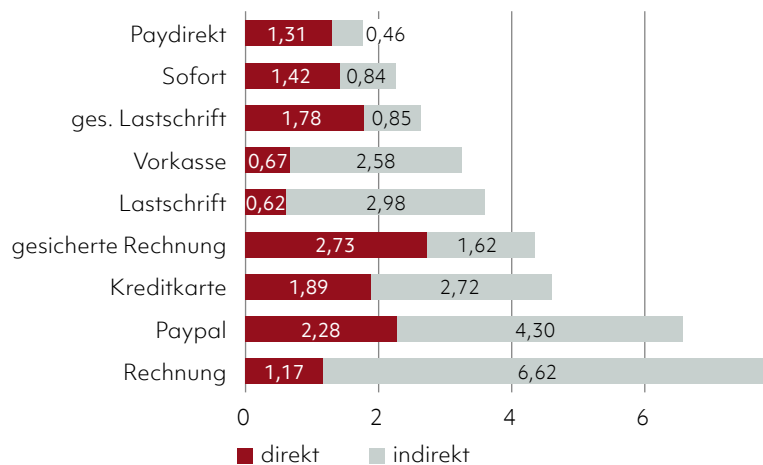
Collecting PSPS sind die idealen Partner für Händler, die das technische und kaufmännische Onboarding mit der Auszahlung und dem Reporting bündeln möchten. Mit diesem Modell wird über Partner ein zentraler, umfassender Zugang zu Paydirekt geschaffen und die Grundlage dafür, um in der Breite weiter zu wachsen und eine stärkere Skalierung zu erreichen.

Neue Funktionalitäten für weitere Verticals

Gestartet mit zentralen Funktionen für den E-Commerce, wurden diese kontinuierlich ausgebaut, um weitere, dynamisch wachsende Verticals, wie

Kostenvorteile bei indirekten Kosten machen Paydirekt zu einem attraktiven Angebot für Händler

Direkte und indirekte Kosten* der Zahlungsverfahren



* Die Kosten sind angegeben in Prozent bezogen auf die Höhe des durchschnittlichen Warenkorbs des Basisfalls (92,09 Euro).

Quelle: ibi Research, Gesamtkosten von Zahlungsverfahren im deutschen E-Commerce 2019

das Automaten- und Vending-Segment, Mobility, Gaming, Events, Streaming oder E-Charging zu erschließen. Ein erster Kunde aus dem E-Charging-Segment ist Wallbe, einer der führenden Anbieter für E-Mobility-Ladestationen in Europa. Aus dessen App heraus können Kunden nach der Betankung ihres Elektroautos künftig kontaktlos mit Paydirekt bezahlen.

Gemeinsam mit Tobaccoland, Deutschlands Marktführer im stationären Automatenhandel, wurde eine In-App-Paymentlösung für dessen bundesweites Automatenetz entwickelt: Über die Tobpay-App scannt der Kunde einen QR-Code am Automaten, wählt das gewünschte Produkt und bestätigt den Kauf mit seiner Tobpay-PIN. Die Ware wird im Hintergrund mit Paydirekt bezahlt und kann dem Automaten sofort entnommen werden. Entscheidend für diese Lösung war auch, dass Paydirekt als Funktion des Girokontos eine sichere Altersverifikation auf Basis der im Rahmen der Kontoeröffnung erfassten Ausweisdaten anbieten kann. Erste innovative Lösungen für kontaktloses Bezahlen am PoS wurden im Event-Bereich bereits beim Burning Beach Festival 2019 umgesetzt.

Zahlung im Hintergrund

Technische Grundlage für die Erschließung dieser neuen Verticals ist Paydirekt Oneclick. Bei dieser Funktion tritt die Zahlung vollständig in den Hintergrund und wird „seamless“, also „nahtlos“. Der Vorteil: Einmalig als Bezahlvorgang hinterlegt, können Käufer mit Paydirekt über alle Kanäle noch schneller und noch komfortabler bezahlen. Ein entscheidender Faktor, denn für Online-Händler stehen Konversion und Customer Convenience mit an oberster Stelle.

Unabhängig davon, über welchen Kanal der Kunde kauft, er soll mög-

lichst unkompliziert zahlen können. In diesen Kontext muss sich Payment einordnen, friktionslos und mobil sein. Kein Suchen nach Bargeld, keine Ablehnung der Karte beim Bezahlen – noch angenehmer kann Bezahlen nicht sein. Zahlungsausfälle und -störungen durch abgelaufene, gesperrte Kreditkarten oder Rücklastschriften gehören damit schon bald der Vergangenheit an. Gleichzeitig ermöglichen wir den angebotenen Banken und Sparkassen, ihren Kunden mit Paydirekt verlässlicher Partner in weiteren Lebensbereichen zu sein und auch hier sicher und einfach bezahlen zu können.

Käuferseite in den Fokus

Mit Blick auf diese funktionalen Neuerungen und die zahlreichen Vorteile wird die Akzeptanzseite von Paydirekt weiter ausgebaut. Parallel dazu wird die Käuferseite stärker in den Fokus genommen. Als erster Schritt wurde der Paydirekt-Checkout bereits einem Redesign unterzogen und an das Online-Banking-Design der Banken und Sparkassen angelehnt. Hierdurch bieten wir den Nutzern eine noch bessere User Experience und visualisieren stärker, dass Paydirekt eine Funktion des Girokontos ist.

Von der Zahlungsgarantie, über voll identifizierte Käufer, der Möglichkeit einer Altersverifikation für Transaktionen, die eine solche Prüfung voraussetzen, bis zu Seamless Payment – Paydirekt bietet Händlern und Nutzern eine Vielzahl von Vorteilen, die in dieser Verbindung einzigartig sind.

Gleichzeitig machen es die moderne Plattform-Architektur und agilen Entwicklungsmethoden möglich, weiterhin flexibel auf neue Marktanforderungen einzugehen, weitere zusätzliche Funktionen, wie Pay-Later-Angebote zu entwickeln und neue technische Ent-

wicklungen für eine noch höhere User Convenience ohne Weiteres umzusetzen.

So haben sich bereits mehr als 10 000 Online-Shops mit einem E-Commerce-Volumen von rund 15 Milliarden Euro für Paydirekt entschieden – darunter zahlreiche große, transaktionsstarke Händler wie die Deutsche Bahn, Eventim, Media Markt, Cineplex oder About You. Mit bald drei Millionen Nutzern ist Paydirekt auch auf Nutzerseite kontinuierlich gewachsen und erhält von Partnern und Nutzern viel positives Feedback. Diese Entwicklung bestätigen die überdurchschnittlich hohen Wachstumsraten auf Transaktions-

Noch mehr Wahrnehmung im Markt

Um weiter zu wachsen, wird das Händlerportfolio kontinuierlich ausgebaut und über gemeinsame Marketingaktivitäten mit Banken, Sparkassen und Händlern für noch mehr Wahrnehmung im Markt gesorgt. Die vielen Vorteile für Händler und Käufer und das hohe Gut der Privatsphäre bilden hierfür die ideale Ausgangsbasis.

Gleichzeitig verfügt Paydirekt als Zahlverfahren der deutschen Kreditwirtschaft über das umfassendste Set-up für die Entwicklung neuer, innovativer Payment-Lösungen. Als elementarer Baustein im zunehmend digitalen Zahlungsverkehr investieren die Banken und Sparkassen daher kontinuierlich in die Weiterentwicklung von Paydirekt – wir haben also gerade erst begonnen. ■

Der Beitrag basiert auf einem Vortrag des Autors auf dem Bankkarten-Forum 2019.