

Computop SDK
In-App Payments:
Unterstützung für
App-Entwickler

POS-TERMINALS

PCI P2PE: sicheres Bezahlen
im stationären Handel

INSTANT PAYMENTS

Auf dem Weg in ein bargeldloses Europa?

ALTE RATENZAHLUNG IST KOOOOOOOOOMPLIZIERT.

Zum Glück geht es heute einfach, rein online und schnell –
mit der **Ratenzahlung Powered by PayPal**.

Mehr erfahren unter
www.paypal.de/ratenzahlung

Copyright © 1999-2016 PayPal. Alle Rechte vorbehalten. PayPal Pte. Ltd, 5 Temasek Boulevard # 09-01 Suntec Tower Five Singapore 038985 Director (Geschäftsführer): David Stock. Die Zahlungsdienste werden EU-weit von der PayPal (Europe) S.à r.l. et Cie, S.C.A. durchgeführt. Aufsichtsbehörde ist die luxemburgische Bankenaufsicht CSSF. Stand: August 2016

RATENZAHLUNG

Powered by **PayPal**




NUR BARES IST WAHRES?

von Simon Zentgraf – Marketing Manager

„Zahlen Sie bar oder mit Karte?“ – Eine Frage, die jeder deutschen Kassiererin mittlerweile in Fleisch und Blut übergegangen ist. Und nicht ohne Grund: Laut einer 2015 durchgeführten Online-Umfrage von Dr. Grieger & Cie. Marktforschung tragen die Deutschen zwischen 18 und 70 Jahren im Schnitt 73,75 Euro in ihrer Geldbörse. Fürsprechern des bargeldlosen Zahlungszeitalters wird es bei diesem Betrag sicherlich eiskalt den Rücken herunter laufen. Doch die bargeldlose Zukunft setzt sich – wenn auch recht träge – Schritt für Schritt auch in Deutschland durch. Im Vergleich tragen die Deutschen heute bereits 30% weniger Bargeld mit sich als noch im Jahr 2013: Da waren die Geldbörsen noch mit durchschnittlich über 100 Euro gefüllt.

Ein Blick in andere Länder zeigt, dass das deutsche Zahlverhalten am Point of Sale nicht unbedingt dem weltweiten Standard entspricht. In den USA, England, Schweden oder Dänemark sind vor allem Kreditkarten und regional bevorzugte Debitkarten das Zahlungsmittel Nummer Eins an der Ladenkasse. Selbst Kleinstbeträge und Bus- oder Taxifahrten werden bevorzugt bargeldlos per App oder Kreditkarte bezahlt. Und auch der mobile POS, wie er bevorzugt in Restaurants genutzt wird, macht das Zahlen per Kredit- oder Debitkarte bequemer und komfortabler.

Mit den immer niedrigeren Bargeldbeträgen in der Geldbörse und der damit einhergehenden steigenden Akzeptanz von bargeldlosem Bezahlen wird die Zukunft des Point of Sale in Deutschland immer weniger aus Münzen und Geldscheinen bestehen. Die stetigen Weiterentwicklungen von POS Terminals und kontaktlose Bezahlverfahren via Near Field Communication (NFC) tragen ihren Teil zur Förderung bargeldloser Zahlungen am Point of Sale bei.

Warum die Akzeptanz von Kartenzahlungen für Händler immer wichtiger wird und wie Computop mit seinem Partnernetzwerk die Händler bei der Realisierung von POS-Kartenzahlungen unterstützt, erfahren Sie auf den folgenden Seiten. Und so könnte die anfangs gestellte Frage vielleicht bald schon anders lauten: „Zahlen Sie mit Karte oder per App?“ 

AUS DEM INHALT

POS-TERMINALS & OMNICHANNEL	4
DAS COMPUTOP PRODUKTMANAGEMENT	8
IN-APP: MOBILE PAYGATE SDK	10
PAYMENT RUND UM DEN GLOBUS	12
AUF DER GEWINNERSEITE	14
AM POINT OF SALE ZUHAUSE	16
DAS WAR DER PLANET TRADE 2016	20
NEUE PERSPEKTIVEN FÜR DEN HANDEL	24
INSTANT PAYMENTS	26
INTERNATIONALE PRESSESTIMMEN	31

IMPRESSUM

Redaktion & Verlag

Computop Wirtschaftsinformatik GmbH
Schwarzenbergstraße 4 • 96050 Bamberg

Herausgeber

Frank Arnoldt, Ralf Gladis

Koordination

Henning Brandt

Mitwirkung

CCV Deutschland, Ralf Gladis, Jan-Claire Luzarraga, Media & Co.,
Johannes F. Sutter, Petra Wagner, Simon Zentgraf

Druck

Safner Druck und Verlags GmbH • Mittelgrundstraße 24 • 96170 Priesendorf

Satz & Layout

Henning Brandt

Bildnachweis

CCV Deutschland, ClipDealer, Computop, Fotolia, iStockphoto, Media & Co., Studio
4/Marion Renée Wagensonner

Die Redaktion übernimmt für die veröffentlichten Beiträge lediglich die presserechtliche Verantwortung. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion vom Herausgeber nicht übernommen werden. Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

POS-TERMINALS IM OMNICHANNEL-UMFELD

Vom Wohndesign-Store in der City bis zum multinationalen Handelskonzern: stationärer Handel und E-Commerce wachsen zusammen. Eine neue Generation von POS-Lösungen kombiniert höchste Datensicherheit mit Omnichannel-Integration und globaler Reichweite.



Alle 3 bis 5 Jahre werden POS-Terminals erneuert. Für viele Händler ist das eine große Investition, bei der man sich für mehrere Jahre technologisch festlegt. Deshalb lohnt es sich, auf Innovationen zu achten. In den letzten drei Jahren hat sich viel getan: Eine neue Generation von POS-Lösungen reduziert Kosten und Aufwand für PCI-Sicherheitsaudits und schützt die Kartendaten der Käufer durch Punkt-zu-Punkt-Verschlüsselung (P2PE). Die entsprechenden POS-Geräte verbessern nicht nur die Sicherheit, sie unterstützen auch die Omnichannel-Aktivitäten des Handels, weil sie ohne großen Aufwand mit Smartphone oder Tablet eingesetzt werden können. Und internationale Filialisten dürfen sich freuen, weil P2PE POS-Terminals weltweit eingesetzt werden können. Das sind gleich drei gewichtige Vorteile: Sicherheit, Omnichannel und Internationalisierung.

Sicherheit: Punkt-zu-Punkt-Verschlüsselung

Die Daten von Kredit- und Debit-Karten stehen ganz oben auf der Wunschliste von kriminellen Hackern.

Vorteile von P2PE POS-Lösungen

- Schutz für Kartendaten der Kunden
- Schutz des Marken-Image des Händlers
- Bessere Integration in Omnichannel-Umgebungen
- Weltweiter Einsatz eines Terminals möglich
- Kostenersparnis durch Standardisierung
- Aufwand für PCI-Audits entfällt





Deshalb nehmen die Angriffe auf die POS-Systeme im Handel, Restaurant- und Hotelketten zu. Erst kürzlich wurden Kartendaten der weltweiten Hotelketten Marriot, Hyatt und Sheraton gestohlen. Das ist nicht nur für die Kunden ärgerlich sondern auch ein Imageschaden für die Hotels, Restaurants oder Händler.

Um dem Vertrauensverlust entgegenzuwirken, haben Visa und MasterCard neue Sicherheitsstandards eingeführt, die den Handel durch starke Verschlüsselung vor Datendiebstahl schützen: Point-to-Point-Encryption (P2PE). Die Zahlungsdaten werden direkt auf dem POS-Terminal stark verschlüsselt. Dabei bekommt jede Zahlung einen neuen Schlüssel. Entschlüsselt werden die Daten erst beim Payment Service Provider. Dank der hohen Verschlüsselung dürfen die Daten auf dem Weg vom POS-Terminal zum Payment Provider über beliebige Geräte übertragen werden.

Ein PCI-Audit ist nicht mehr notwendig, weil weder der Händler noch ein Hacker auf die Daten zugreifen können. Händler, die den PCI P2PE Standard nutzen, sind nahezu vollständig von der sonst notwendigen PCI-Zertifizierung ihrer IT-Systemlandschaft befreit. Ein paar Kreuzchen auf einem PCI-Fragebogen reichen.

Der erste deutsche Zahlungsdienstleister, der 2015 als P2PE Solution Provider zertifiziert wurde, heißt übrigens Computop und stellt mit seinen Terminals POS-Lösung mit P2PE-Verschlüsselung bereit.

POS und Omnichannel Payment

Die Sicherheit der P2PE POS-Lösung erleichtert auch die Integration in ein Omnichannel-Umfeld, denn die POS-Geräte dürfen beliebig mit Smartphones und Tablets genutzt werden, obwohl mobile Geräte grundsätzlich als unsicher eingestuft werden. Dank der hohen P2PE-Verschlüsselung ist die Sicherheit der Kartendaten trotzdem gewährleistet. Dadurch entfallen Einschränkungen bei der Auswahl von mobiler Geräten und Apps für die Omnichannel-Strategie im Handel.

Mit seiner neuen POS-Lösung ist auch das Computop Paygate für Omnichannel Payment gerüstet. Computop-Kunden können jetzt alle Zahlungen – am POS, online und mobile – über das Computop Paygate ab-




wickeln. Das hat viele Vorteile: Omnichannel-Reports und Statistiken erlauben dann auch die Auswertung von Umsätzen in allen Kanälen, in allen Filialen und in allen Online-Shops. Die Buchhaltung kann auf Settlement Files (CTSf) zurückgreifen, die Computop für alle Zahlarten weltweit standardisiert hat, um beim Zahlungseingang automatisch bis dahin unbezahlte Bestellungen als „bezahlt“ zu kennzeichnen (Reconciliation). Und der Support findet in Computop Analytics nicht nur Online- und mobile Zahlungen sondern die Daten aus dem stationären Handel.

POS-Terminals in internationalen Filialen

Die Bezahlung an POS-Terminals im stationären Handel war bisher ein nationales Geschäft. Internationale Händler mussten fast in jedem Land separate Verträge mit lokalen Dienstleistern schließen. Das verursacht hohe Prozesskosten weil in jedem Land verschiedene Terminals, Reports, Statistiken und Dateiformate genutzt werden. Die IT-Integration ist dadurch sehr aufwendig. Das lässt sich mit einer P2PE POS-Lösung vermeiden.

Die neuen POS-Terminals sind weltweit einsetzbar, und in Kombination mit der großen Acquirer-Auswahl des Computop Paygate können internationale Filialisten auch ihre präferierten lokalen Finanzdienstleister nutzen. Das Computop Paygate ist ein zentraler Zugangspunkt, so dass Händler ohne viel Aufwand die besten Acquirer für ihr internationales Geschäft auswählen können. Das gibt ihnen größtmögliche Flexibilität für die internationale Expansion und optimiert laufende Kosten.

Die Symbiose aus POS und E-Commerce weltweit bietet dem Handel neue Umsatzpotenziale durch kundenorientierte Vertriebs- und Serviceleistungen wie In-Store Retoure, Click-and-Collect oder In-Store Bestellungen. Die verfügbare POS-Hardware reicht von Countertop-Terminals zum Einsatz im Kassenumfeld über mobilen POS-Terminals und Multimedia Terminals bis zu Self-Service Terminals für Automaten. Zudem unterstützt Computop 27 aktuelle Kassensystemlösungen von führenden Herstellern wie IBM, Microsoft Dynamics AX, NCR oder Oracle.

Der nächste Terminaltausch birgt die Chance, einige Innovationen voranzutreiben. Mehr Sicherheit, Erleichterungen bei der Omnichannel-Integration und weltweite Reichweite sind gute Argumente dafür, bei P2PE-Lösungen genauer hinzusehen. 

fashioncheque^{FC}

Du siehst super aus!



Die einzige branchenweite Geschenkkarte für Mode & Lifestyle

Der **fashioncheque** ist ein Geschenkgutschein, der sich durch seine stilvolle Verpackung und seine Vielseitigkeit auszeichnet. Er kann in Europa in über 16.000 Geschäften gekauft und bei über 15.500 Partnern, sowohl online, als auch in der Filiale, eingelöst werden.

Ihre Vorteile als **fashioncheque-Partner**

- ✓ **fashioncheque** bringt **neue Kunden** in Ihr Geschäft
- ✓ **fashioncheque**-Kunden geben in Ihrem Geschäft im Schnitt den **2,5x Wert** des Gutscheins zusätzlich aus
- ✓ Sie haben **ohne Umsatz durch Einlösung keine Nutzungskosten**
- ✓ 83%* der **Konsumenten wünschen sich Mode als Geschenk** und 67%* verschenken gerne Gutscheine

Werden auch Sie Teil unseres Partner-Netzwerks:



Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

fashioncheque^{FC} Deutschland GmbH
Am Zirkus 3a | 10117 Berlin
Fon +49 (0) 30 555 79 09 50
kontakt@fashioncheque.com | www.fashioncheque.com

* Research fashioncheque MarketResponse 2008, Statista GmbH Hamburg 2012

WO IDEEN ZU PRODUKTEN WERDEN: PRODUKTMANAGEMENT BEI COMPUTOP



Sten Werner

Head of

Product Management

Über 150 Zahlarten und Acquirer-Anbindungen: mit dieser Zahl (die schon bald wieder von gestern sein wird) umschreibt Computop die Kernleistung seiner Zahlungsplattform für das globale Payment kurz und knapp. Doch hinter jeder dieser Zahlarten steckt ein kleines Universum von Schnittstellen, Spezifikationen, Services. Wer sich da noch auskennt? Willkommen im Computop Produktmanagement!



Veit Schröder

Senior Product Manager

Fünf Kollegen stark ist die Abteilung, die als zentrale Anlaufstelle rund um das Computop Paygate fungiert. Sobald Management und Business Development grünes Licht für die Integration einer neuen Leistung gegeben haben, tritt PM auf den Plan: „Wir gießen Ideen in Produkte“, umreißt Sten Werner, Head of Product Management, das Tagesgeschäft seines Teams.

Mit monatlichen Updates gibt das Paygate selbst die Schlagzahl vor. Und das Tempo ist hoch: denn bis zu 30 neue Produkte oder Enhancements, also Erweiterungen von bestehenden Leistungen, können es durchaus werden. Schließlich sind auch die Anbieter von Zahlarten wie Amazon Payments oder Risk Services wie ACI ReD nicht untätig und halten ihre Leistungen auf dem neuesten Stand.



Tali Seidler

Senior Product Manager

Die Vielzahl der Produkte sorgt allein schon dafür, dass der Alltag eines Computop-Produktmanagers spannend bleibt. Die morgendliche ToDo-Liste, die Roadmap für das Team, ist häufig schon nach zwei Stunden obsolet, weil neue Entwicklungen neue Herausforderungen mit sich bringen. Nicht selten stellt sich heraus, dass Dokumente, die die Schnittstelle zu einem Partner definieren, nicht mehr ganz aktuell oder unvollständig sind. Dass die Anforderungen eines Kunden an ein bestimmtes Produkt umfangreicher sind als ursprünglich angenommen. Oder dass das neue Produkt mit keinem der über 3.000 „Schalter“ im Computop Paygate abgebildet werden kann und eine Erweiterung notwendig wird.

„Kommunikation ist in meiner Abteilung entscheidend“, meint denn auch Sten Werner. Innerhalb des Teams, um sich auf denselben Stand zu bringen, auch wenn die Kollegen an unterschiedlichen Projekten arbeiten. Aber auch mit dem Rest der Payment People, denn das Produktmanagement ist zugleich für die Schulung des Vertriebs zuständig, der seinen Kunden mit dem fertigen Produkt in der Tasche kompetent begegnen muss. Nicht zu vergessen die enge Kommunikation mit den Entwicklerkollegen, die die Anforderungen des Produktmanagements in Programmcode umsetzen. Ein großer Vorteil bei Computop: die Entwickler sitzen nur eine Etage entfernt und nicht, wie sonst oft, in Osteuropa oder Indien.

Auch das PM-Team wird internationaler


Die Kommunikation innerhalb der Abteilung findet zunehmend auf Englisch statt. Neben Veit Schröder, der die PM-Fahnen in der Niederlassung Hamburg hochhält, sind mit Tali Seidler und Peter Zeman seit 2016 zwei Kollegen aus Israel und der Slowakei an Bord von Computop. Die beiden langjährigen Payment-Experten, die zuletzt bei einem Acquirer in Tel Aviv bzw. einem PSP in München aktiv waren, haben ihre Zelte jetzt im Bamberger Headquarter aufgeschlagen. Sie stehen neben den fachlichen Aufgaben (Integrations für Peter, Fraud & Risk für Tali) auch vor der Herausforderung, sich wenigstens ansatzweise in die deutsche Sprache einzuleben – bisweilen sogar mit dem fränkischem Einschlag ihres neuen Lebensmittelpunkts.

Der jüngste Neuzugang, ebenfalls ein alter Hase im Payment, ist Tim Albrecht. Er wird sich insbesondere um den zuletzt stark ausgebauten Geschäftsbereich POS kümmern, während Veit Schröder neben seinem Tagesgeschäft mit dem Aufbau einer multidimensionalen Datenbank zur Produktdokumentation beschäftigt ist. „Bei der Zusammenstellung unseres Teams haben wir uns wirklich reingehängt“, meint Sten Werner, „ich glaube, dass wir jetzt das wahrscheinlich kompetenteste und erfahrenste PM-Team aller deutschen PSPs haben.“

Kreativität gefordert

So wichtig die gute Vorbereitung für eine schnelle und effiziente Umsetzung der Entwicklungsaufgaben ist, so bedeutsam ist für das fünfköpfige Team auch die Produktabnahme. Einerseits, um zu prüfen, ob die Anforderungen umgesetzt wurden, andererseits, um sicherzustellen, dass nur hundertprozentig funktionierende Produkte auf den Weg zum Kunden geschickt werden. Dabei stoßen die Produktmanager bisweilen

auf ungewöhnliche Herausforderungen. Wie jüngst in Korea, als für den Praxistest einer Bankanbindung eine Registrierung bei dem Zahlungsinstitut erforderlich wurde. Im Grunde kein Problem, allerdings wurde als Voraussetzung dafür ein koreanischer Personalausweis verlangt. Mit etwas Kreativität und einigen Telefonaten konnte jedoch auch diese Hürde genommen werden.

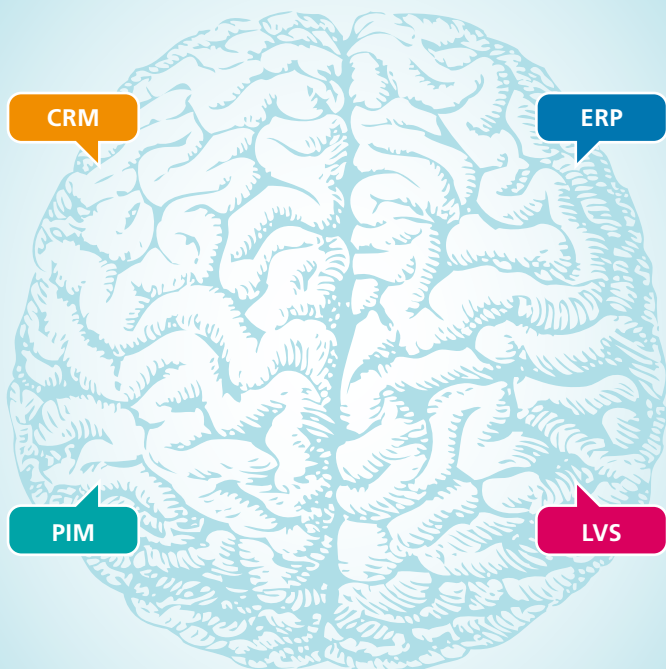
So spiegelt sich die Internationalität von Computop auch im Produktmanagement wider. Seine Teammitglieder sind heute an ihrem Schreibtisch in Hamburg oder Bamberg, morgen vielleicht mit einem Saleskollegen auf Kundenbesuch in der Ukraine und tags darauf auf einer E-Commerce-Messe in London, zur Marktsondierung. „Wer bei uns im Produktmanagement arbeitet, hat zwar einen fordernden Alltag – aber kann auch richtig was bewegen“, zieht Sten Werner sein persönliches Resümée. Spricht's und wendet sich wieder seinem Bildschirm zu – die Road Map für den Tag fest im Blick. 



Peter Zeman
Senior Product Manager



Tim Albrecht
Senior Product Manager



Moderner Handel ist Kopfsache.

Wir denken immer nur an das Eine: Ihren Erfolg.

Führende Multichannel-Händler und Internet Pure Player setzen auf unsere ERP- und CRM-Systeme. Denn diese garantieren jederzeit Datentransparenz durch die Vernetzung aller Module – von der Beschaffung über das Ordermanagement bis hin zur Logistik und FiBU. Dank der Prozessautomatisierung sind sie für das Massenvolumen im Distanzhandel bestens geeignet. Der Betrieb erfolgt wahlweise on premise oder in der Cloud. Zufriedene Kunden finden Sie hier: www.mac-its.com/referenzen.

Bei uns können Sie sicher sein: Wir denken voraus und verstehen Sie und Ihre täglichen Herausforderungen. Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne: www.mac-its.com

MAC IT-Solutions GmbH
Lise-Meitner-Str. 14 | D-24941 Flensburg
Telefon: +49 (0) 461 43 055 0
info@mac-its.com | www.mac-its.com

mac
IT-SOLUTIONS

IN-APP PAYMENTS: UNTERSTÜTZUNG FÜR APP-ENTWICKLER

Damit auch In-App-Zahlungen perfekt funktionieren, stellt Computop App-Entwicklern ein Mobile Paygate SDK zur Verfügung. Das reduziert den Programmieraufwand und verbessert die Qualität der App.

Wie beliebt Apps sind, zeigen nicht nur die vielen bunten Icons auf unseren Smartphones, sondern auch das Ergebnis einer Umfrage aus England: 70 von 100 Händlern stellen ihren Kunden eine App zur Verfügung. Immerhin 43 von 100 Händlern nutzen ihre App auch für den Verkauf von Produkten.

Damit eine App gute Konversion und signifikanten Umsatz produziert, muss die Benutzerführung möglichst komfortabel sein. Ein Angebot passender Zahl-

arten, die für mobile Geräte optimiert sind, spielt dabei eine große Rolle. Da die Konversion mobiler Bestellungen meist weit hinter PC-Bestellungen zurückbleibt, sollten Bestellabbrüche beim Zahlungsverkehr vermieden werden. Doch der Anspruch des Kunden ist hoch und in jedem Land unterschiedlich: Schnell und einfach muss es überall sein. Aber ein Kunde in Großbritannien oder Frankreich wird Apple Pay nutzen wollen. In Deutschland ist Apple Pay noch gar nicht verfügbar. Hier wird die Lage unübersichtlich.



Weniger Aufwand, höhere Qualität, schnelle Umsetzung

Computop unterstützt seine Kunden und Partner jetzt mit dem neuen Mobile Paygate SDK. Dabei handelt es sich um ein Software Developer Kit (SDK) für iOS und Android, das die Programmierung von In-App-Zahlungen erheblich erleichtert. Künftig brauchen sich App-Entwickler nicht mehr mit Internet-Anfragen an das Computop Paygate zu beschäftigen. Das Mobile Paygate SDK stellt dem App-Programmierer innerhalb seiner Entwicklungsumgebung einfache Funktionen für die Zahlungsabwicklung zur Verfügung.

So reduziert das Mobile Paygate SDK zum einen den Aufwand für die Entwicklung der App. Zum anderen verbessert das SDK auch die Qualität der App, weil die Funktionsweise von Computop vorab ausführlich getestet wurde. Das reduziert die Anzahl der Fehler und Bugfixes – zumindest beim Zahlungsverkehr.

Support und Buchhaltung im Blick behalten

Die Entwicklung einer App ist eine kreative Aufgabe. Dabei richtet sich der erste Gedanke nicht unbedingt auf Support und Buchhaltung. Doch diese Punkte sind sehr wichtig: Wer In-App-Zahlungen direkt an PayPal oder Alipay schickt, der leitet sie am Zahlungsfluss durch das Computop Paygate vorbei und findet die Transaktionen nicht mehr im zentralen Reporting wieder. Hat der Kunde eine Nachfrage, kann der Support des Händlers die Zahlungen nicht in Computop Analytics finden, weil sie das Paygate nicht durchlaufen haben. Darum müsste sich der Support des Händlers zusätzlich direkt bei PayPal und anderen Anbietern einloggen, um den Zahlungsstatus zu ermitteln. Wer sich darauf einlässt, produziert hohe Trainings- und Prozesskosten im Support.

Die Buchhaltung hat über den Computop Reporter Zugriff auf ausführliche Umsatzstatistiken. Wenn die In-App-Zahlungen außerhalb des Computop Paygate ablaufen, sind diese Statistiken nicht mehr korrekt. Für die Buchhaltung produziert das Computop Paygate spezielle Settlement Files (CTSF) mit Umsatzdaten, und zwar im einheitlichen Format für alle Zahlarten weltweit. Beim Zahlungseingang steht der Buchhaltung dann eine CTSF-Datei zur Verfügung, damit sie bislang unbezahlte Bestellungen als „bezahlt“ kennzeichnen kann (Reconciliation). Wer bei manchen Zahlarten auf Computop Settlement Files verzichtet, muss sich mit zahlreichen Datenformaten von verschiedenen Zahlungssystemen wie Kreditkarten, PayPal oder Alipay auseinandersetzen. Mit Hilfe des Mobile Paygate SDKs ist sichergestellt, dass die Support-Prozesse funktionieren und auch die In-App-Zahlungen in der Buchhaltung automatisch und korrekt abgeglichen werden. 

Vorteile des Mobile Paygate SDK von Computop

- In-App-Payments weltweit
- Schnelle App-Entwicklung
- Getestete Qualität
- Bessere Support-Prozesse
- Einheitliches Reporting für die Buchhaltung

App-to-App oder App-to-API?

Auf Smartphones und Tablets ist die Zahlungsabwicklung ungleich komplizierter als im E-Commerce. Zahlungsmethoden wie Kreditkarte, PayPal und Lastschrift kann eine App analog zum Online-Shop über das Computop Paygate abwickeln (App2API). Darüber hinaus gibt es Zahlarten wie Alipay und Wechat, die als App auf dem Smartphone oder Tablet des Kunden residieren. Wenn ein Kunde mit seiner Alipay-App auf dem Telefon bezahlen will, muss die App des Händlers mit der App von Alipay kommunizieren (App2App). Dafür könnte der App-Entwickler ein SDK von Alipay nutzen. Und für Wechat könnte er noch ein SDK von Wechat nutzen. So entsteht ein Durcheinander verschiedener SDKs, das die Wartung der Händler-App erschwert. Denn wer viele SDKs nutzt, muss bei Updates dieser SDKs auch seine eigene App aktualisieren. Kurz: Jedes zusätzliche SDK erhöht das Risiko, die App häufig aktualisieren zu müssen.

„Die Aufgabe von Computop ist es, die Komplexität des Zahlungsverkehrs für unsere Kunden zu minimieren“, erklärt Ralf Gladis, geschäftsführender Gesellschafter von Computop. „Mit dem Mobile Paygate SDK können unsere Händler die wichtigsten Zahlarten ganz leicht in ihrer App integrieren. Das reduziert den Aufwand und sichert die Qualität, weil das SDK von Computop getestet wurde.“



PAYMENT RUND UM DEN GLOBUS

Kennen Sie Computop International? So fragten wir in der ersten Ausgabe unseres Kundenmagazins *flow* vor drei Jahren. Wenn Sie diese Frage schon damals mit Ja beantworten konnten – Sie würden Computop International heute nicht wiedererkennen. Mit André Malinowski, seit Oktober 2015 Head of International Business, hat sich viel verändert, die Teams sind gewachsen, und mit ihnen das internationale Geschäft.

Besonders deutlich werden die Veränderungen beim Blick auf Computop China. Nachdem der Standort Hongkong den früheren Vorsprung hinsichtlich Rechts- und Internetsicherheit verloren hat, wurde die dortige Niederlassung mit dem Standort Shanghai vereinigt. Im chinesischen Büro im Zentrum von Shanghai sind mittlerweile fast alle Abteilungen repräsentiert: Gavin Zhong berät als Vice President Sales asiatische Handels- und Finanzunternehmen, Sherry Li ist Ansprechpartnerin für Fragen an den Support, Xinwen Wen und Michael Wu entwickeln den chinesischen Zweig des Computop Paygate. Bettina Spindler, eine deutsche Kollegin mit jahrelanger Chinaerfahrung und fließendem Mandarin und Shanghai-Dialekt, leitet das Büro – unterstützt von Eva Ling, die sich als Operation Manager um Office- und Marketingtätigkeiten kümmert.

Die größte Veränderung betrifft jedoch die Kunden selbst, berichtet André Malinowski: „Früher haben wir westliche Unternehmen auf ihrem Weg in den chinesischen Markt unterstützt, doch mittlerweile

kooperieren wir auch mit chinesischen Banken und Zahlungsdienstleistern, um deren Händlern globale Reichweite zu verleihen.“ Diese Erweiterung des Kundenspektrums passt ausgezeichnet zum Trend der chinesischen Wirtschaft, nicht länger nur die Werkbank der Welt sein zu wollen. Vielmehr wandeln sich viele Unternehmen zu exportierenden Markenherstellern, die ihre Umsatzchancen auf den internationalen Märkten realisieren wollen – in die sie oft bereits indirekt, unter westlicher Marke, liefern.

So streckt beispielsweise ein Hersteller von Consumer Electronics und Produkten für die Virtual Reality-Darstellung mit Hilfe von Computop China seine Fühler nach Australien, Europa und Russland aus. Chinesische Banken fungieren dabei als Reseller, übernehmen die Devisenabwicklung und Verwaltungstätigkeiten, während sie die Zahlungsabwicklung von Computop beziehen.

„Aus Sicht chinesischer Unternehmen bieten wir dabei zwei Vorteile“, erläutert André Malinowski, „einerseits hat ‚Made in Germany‘ in China noch immer einen guten Ruf. Andererseits vertrauen uns chinesische Händler, weil wir ein Büro in Shanghai haben, in dem chinesische Kollegen arbeiten und sie auch im Support von Landsleuten betreut werden.“ Die technische Anbindung trägt ihren Teil zum guten Namen bei, denn mit einem Rechenzentrum innerhalb Chinas und der neu installierten Standleitung zwischen Shanghai und Deutschland ist die Zahlungsabwicklung sowohl im Inland als auch Cross Border ohne Zeitverzögerungen möglich.

Und was bringt die Zukunft für Computop China? „Noch viele spannende Projekte“, gibt sich André Malinowski optimistisch. Kein Wunder, denn nach der gelungenen Integration von Car2Go China, dem Car-Sharing-Dienst des Daimler-Konzerns, ist Computop offen für weitere internationale Großprojekte. Auf chinesischer Seite hingegen zeichnet sich die Zusammenarbeit mit einem großen chinesischen Marktplatz inklusive eigenem Wallet ab.



USA: mit den Top-10-Banken eng verbunden


Ganz anders stellen sich die Herausforderungen für das Team USA mit seiner New Yorker Adresse dar. „Da der nordamerikanische Markt fast ausschließlich auf Kreditkarten und PayPal setzt, ist es für uns schwierig, als Zahlungsdienstleister mit den großen lokalen Acquirerbanken zu konkurrieren“, weiß André Malinowski. Daher geht Computop strategische Partnerschaften mit diesen Acquirern ein und hilft ihnen, die globale Expansion ihrer Kunden zu unterstützen.

Gerade US-Händler schätzen Angebote aus einer Hand, die einfach in der Abwicklung sind. Für sie fasst das Computop Paygate die vielfältigen Zahlarten der anvisierten Exportmärkte in Lateinamerika, Europa und Asien zu einer einheitlichen Schnittstelle zusammen. Für die Kreditkartenumsätze stehen lokale Acquirer zur Verfügung, deren Angebote meist besser sind als die Cross-Border-Preise der nordamerikanischen Banken.

Europäische Unternehmen, die in den USA Fuß fassen möchten, brauchen hingegen keine Zahlartenvielfalt, sondern ebenfalls gute Acquirer-Konditionen und die Unterstützung bei den Vertragsabschlüssen. Hier hat Computop die Top-10-Banken zu sehr günstigen Bedingungen integriert, so dass Händler die Freiheit haben, sich für das beste Angebot zu entscheiden. Das macht häufig den Unterschied zu Anbietern mit integriertem Collecting, bei dem Händler an die Finanzdienstleistung des PSP gebunden sind.

Mit den zwei neuen Teammitgliedern hat die US-Tochter Computop Inc. sich bestens aufgestellt. Finanzdienstleister, die ihren Händlern den Zugang zu neuen Märkten ebnen möchten, werden zentral von Denver aus durch die Partner Relationship Managerin Briana Kovacz betreut. Jean-Francois Cornil kümmert sich aus San Francisco um Händler vor allem von der Westküste, die direkt den Weg nach Europa, Lateinamerika oder Asien suchen. An der Ostküste übernimmt Jan-Claire Luzarraga den Kontakt zu Technologiepartnern sowie internationales Marketing und PR.

UK: Im Schatten des Brexit

Vor unerwarteten Herausforderungen steht das Team UK, das in der letzten Ausgabe der flow ausführlich portraitiert wurde: seit die Briten sich für das Verlassen der EU entschieden haben, finden Kundengespräche häufig unter anderen Voraussetzungen statt. Das Team um Stephen Berry als Managing Director UK berät seine Kunden wie den Tiermedizinversender MedicAnimal oder das Social Network badoo mit Blick auf die möglichen Veränderungen im Verhältnis zum Kontinent. Doch kein Schatten ohne Licht: durch das gefallene Pfund ist Online-Shopping auf der Insel noch attraktiver geworden, und Cross-Border-Business ist eine Spezialität aller Computop-Teams. 

Mehr Sicherheit

für
Ihren



Online-Shop.

Minimieren Sie betrügerische Bestellungen und profitieren Sie von der globalen Haftungsumkehr für qualifizierte Transaktionen.

AUF DER GEWINNERSEITE

GLOBAL




Egal ob MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game), Aufbau-Strategiespiel oder Ego-Shooter, viele PC-, Konsolen oder Mobile Games entwickeln sich dank In-Game-Käufen zu wahren Umsatzschlagern für Spieleschmieden.

Immer dann, wenn sich neue Spieler anmelden, die kostenpflichtige Spiele-Features nutzen möchten, hängt der Erfolg eines Spiele-Blockbusters von lokal beliebten Zahlungsmethoden und einer sicheren Zahlungsabwicklung ab. Durch die weltweite Verbreitung über das Internet wird eine Vielzahl unterschiedlicher Nutzer und somit auch unterschiedlicher Zahlungskulturen erreicht. Gerade in Ländern wie Brasilien, Mexiko oder Argentinien existieren lokal beschränkte Zahlungsmethoden, die vor allem Gamer verwenden, die nicht auf Kreditkartenzahlungen vertrauen. Hinzu kommen unterschiedliche Zahlungspräferenzen abhängig von der Gaming-Plattform. So werden für Mobile Games auf Smartphone andere Zahlarten bevorzugt als für Online-Browser Spiele. Besonders in Hinblick auf den stark fragmentierten Gaming-Markt, der sich auf verschiedene Endgeräte wie PC, Smartphone oder Konsole verteilt, kommt es für erfolgreiche Spiele-Hersteller auf eine hohe Konversionsrate an.

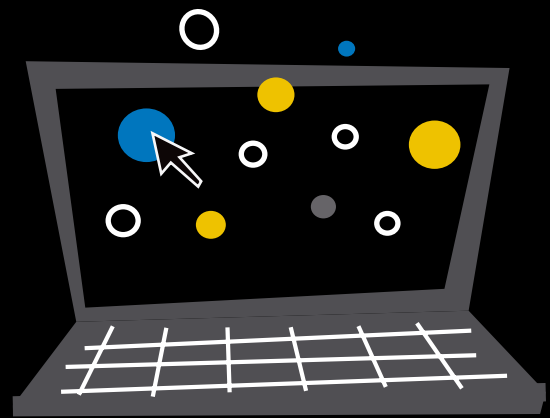
Der Herausforderung, den Spielern eine umfangreiche und auf lokale Gegebenheiten optimierte Zahlungsabwicklung anzubieten, waren sich auch die führenden Spiele-Entwickler und Publisher Bigpoint und Wargaming bewusst. Beide Unternehmen bieten Spielern Free-to-Play Online-Spiele, die kostenlos heruntergeladen und gespielt werden können. Mit kostenpflichtigen Bonus-Items oder Premium-Abonnements können sich Spieler bestimmte Vorteile sichern oder spezielle Fähigkeiten, Waffen, Werkzeuge oder andere für das Spiel relevante Features freischalten. Mittlerweile wickeln beide Unternehmen erfolgreich



Zahlungen von insgesamt über 500 Millionen registrierten Spielern über lokale und internationale Zahlarten in den wichtigsten Märkten weltweit ab – darunter auch Europa und Nord- sowie Südamerika. Mit Computop haben beide Spiele-Entwickler einen erfahrenen Partner bei der Abwicklung internationaler Zahlungen gefunden: „Nach eingehender Prüfung des Marktes haben wir uns für Computop als neuen Payment Service Provider entschieden“, erklärt Matthieu Chappelle, Deputy Head of Global Payments bei Wargaming. „Ausschlaggebend für die Wahl waren die technische Kompetenz und Erfolgsbilanz bei der Integration. Computop hat die Realisierungszeit und den Umsetzungsaufwand auf ein Minimum reduziert und unsere Stabilität und Verfügbarkeit deutlich gesteigert.“ Auch Nils Plohman, Lead Payment Manager der Bigpoint GmbH, weiß die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Computop zu schätzen: „In Brasilien besitzt Computop beispielsweise eine Verbindung zu dem lokalen Zahlungsdienstleister PagBrasil, der uns beliebte brasilianische Zahlarten zur Verfügung stellt. Durch den Einsatz von lokalen Zahlarten mit PagBrasil stieg die Konversionsrate unserer Online-Transaktionen deutlich.“

Doch es kommt nicht nur auf das richtige Angebot der Zahlarten an: Eine große Acquirer-Auswahl gibt den Spiele-Entwicklern die nötige Flexibilität, schnell und einfach die Zahlungsdienstleister mit der besten Konversionsrate einzusetzen. So fand das für das Payment Processing verantwortliche Team von Bigpoint heraus, dass ein Wechsel des Acquirers die Konversionsrate deutlich erhöhen würde. „Mit der Unterstützung von Computop konnten wir ganz leicht herausfinden, ob die Zahlungsabwicklung über Chase Paymentech von unseren US-amerikanischen Kunden besser angenommen würde. Das Ergebnis war beeindruckend: wir konnten auf einem unserer Top Five-Märkte einen Sprung der Konversionsrate um 20-30% erzielen“, erklärt Plohmann. 

Mehr
Flexibilität



für Ihre
Kunden.

American Express® Karteninhaber können jetzt dank American Express SafeKey® bequem mit ihren Membership Rewards® Punkten zahlen – auch in Ihrem Shop.



AM POINT OF SALE ZUHAUSE

Online, stationär, kontaktlos, unbedient – Bezahlen hat viele Facetten. Auch das Onlinegeschäft wird immer wichtiger in einer ortsungebundenen, mobilen Konsumwelt. Im Umkehrschluss müssen Blick und Beratung jedes POS-Dienstleisters über das reine Payment hinausgehen. CCV Deutschland ist diesem Markt seit mehr als 20 Jahren verbunden und unterstützt den Handel mit neuen Lösungen, um sich in einer veränderten Konsumwelt erfolgreich zu behaupten.

CCV blickt auf mehr als 20 Jahre Payment zurück – Jahre voller technologischer Neuerungen und Veränderungen im Handel. Mit Einführung der ec-Karte (heute die „girocard“) nahm die Digitalisierung des Point-of-Sale schon damals ihren Lauf.

Es folgten die ersten mobilen Terminals, ähnlich wie bei den ersten Mobiltelefonen noch riesige „Knochen“, die mit den Jahren immer ausgefeilter und kleiner wurden. Auch die Kassenterminals hatten ihre eigene Entwicklung. Wurden Hybridkartenleser – also Chip- und Magnetstreifenleser vereint – lange als Nonplus-ultra gepriesen, werden heute aus Sicherheitsgründen die getrennten Leser bevorzugt. An dieser Stelle reiht

sich auch der nicht mehr wegzudenkende Kontaktlos-Leser ein, der mit einfachem Auflegen oder Hinhalten einer NFC-fähigen Karte oder Smartphones die Schnelligkeit des Bezahlens aktuell revolutioniert.

Eine weitere Entwicklung, die CCV aktiv vorangetrieben hat und auf die viele große Handelskonzerne vertrauen, ist das bargeldlose, serverbasierte Bezahlungssystem („CCV acCEPT“). Die PIN-Pads am Kassensplatz dienen nur noch als reine Eingabegeräte, die Intelligenz der Bezahlung findet sich auf dem Server. Updates lassen sich an eine Vielzahl Geräte in Sekundenschnelle verteilen, Installation und Wartung geschehen deutlich vereinfacht. Mittlerweile blickt





Nutzen Sie

American Express SafeKey®

und gehen Sie als Händler auf

Nummer sicher.



Registrieren Sie sich am besten
gleich auf amexsafekey.com oder
rufen Sie uns an.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf:
+49 (0) 69 9797 – 2222

AMERICAN EXPRESS
SafeKey®

CCV international auf einen mehr als 600.000 CCV Terminals umfassenden Markt.


Seit dem ersten kleinen GeldKarte-Leser aus dem Haus CCV hat sich viel verändert. Die Digitalisierung im Handel hat mit dem Siegeszug der Smartphones und Apps nochmals einen starken Schub erhalten, auch das Konsumverhalten hat sich gewandelt.

CCV greift als Paymentdienstleister mit seiner ganzen Erfahrung diese Herausforderung auf, um den Handel auf dem Weg zu neuen Verkaufskonzepten und Kundenbindungsmaßnahmen aktiv zu unterstützen.

Tausche Registrierkasse gegen iPad

Neben der Auswahl an Bezahlterminals bietet CCV ein neues Kassensystem „SalesPoint“, womit der Händler nicht nur seine Registrierkasse gegen ein vielfältig nutzbares iPad tauscht, sondern auch mit dem Backoffice „MyCCV“ seine gesammelten Kundendaten auswerten kann. Die Anbindung eines eigenen Webshops gehört als wichtiger Baustein im Werben um den neuen 24/7 Kunden dazu. CCV bietet dafür nicht nur ein eigenes Webshop-System, sondern entwirft auch das Design auf Wunsch.

Daneben gilt CCV als Spezialist im unbedienten Paymentbereich. Automaten decken – wie bereits das Internet – ein Angebot ab, das nicht an Öffnungszeiten gebunden ist, mit dem Vorteil, dass die Ware sofort verfügbar ist. Beispielsweise Metzgereien machen sich dies in der Grillsaison zu Nutze und bieten in Automaten gekühlte Ware zum Verkauf. Bezahlt wird bequem mit Karte oder auch Smartphone. Ein Angebot, das jeder Grill-Fan am heißen Sonntag-Nachmittag zu schätzen weiß!

Die seit April 2016 bestehende Partnerschaft mit Computop ist für CCV als Dienstleister mit ganzheitlichem Blick auf den Handel ein strategischer Baustein. Nicht nur vereinen auf diese Weise zwei langjährige Paymentspezialisten ihr Know-How, mit der Anbindung der zertifizierten Punkt-zu-Punkt-Verschlüsselung an die CCV Terminals wurde ein ganz besonderer Mehrwert erreicht. So schützt P2PE den Handel vor Datendiebstahl und vermeidet aufwändige PCI-Zertifizierungen. 

GRENZENLOSES SHOPPING – MÄRKTE OHNE GRENZEN

40 Prozent der Österreicher, 21 Prozent der Niederländer, 19 Prozent der Schweizer und zwölf Prozent der Deutschen bestellen Produkte online außerhalb ihres Landes. Noch existiert kein Bezahlverfahren, das alle Kunden überzeugt. Mit der Akzeptanz von Visa und Mastercard ist ein Händler für die ersten Schritte ins Ausland gerüstet. Doch je besser die Bezahlmöglichkeiten auf die Zielmärkte abgestimmt sind, desto grösser die Abschlusswahrscheinlichkeit.



von Johannes F. Sutter
Head E-Commerce
bei SIX Payments

Gross sind die Anforderungen an Bezahlverfahren: Sie müssen hohe Sicherheitsstandards erfüllen, einen geringen Integrationsaufwand erfordern, einen positiven Einfluss auf die Retourenquote haben und nicht zuletzt wirtschaftlich sein. Um die verschiedenen Aspekte der verfügbaren Bezahlverfahren abzudecken, setzen viele daher auf einen „gesunden Mix“. Laut der EHI-Studie „E-Commerce Markt Deutschland 2015“ bieten die tausend größten Shops im Durchschnitt 6,6 verschiedene Zahlungsmethoden an.¹

Wenn ein Online-Shop in andere Länder expandiert, ist Payment eine besondere Herausforderung. Die Integration eines nationalen Zahlungsmittels, zu denen der Käufer eine hohe Affinität hat, gestaltet sich anspruchsvoll. In Österreich ist das etwa EPS, in den Niederlanden iDeal oder – für ausländische Online-Shops – Paydirekt hier in Deutschland. Um landesspezifischen Regularien zu entsprechen, braucht es einiges an Aufwand: ein örtliches Bankkonto, manchmal sogar eine Firmengründung. Wer diesen Aufwand scheut, sollte zusätzlich zur klassischen Kreditkarte jedenfalls auch das Debitkartensegment abdecken und z.B. Maestro mit anbieten.

Payment Service Provider unterstützen Händler
Erfahrene Payment Service-Provider können durch eine Analyse der Online-Shop-Kundenbasis bei der Wahl des optimalen Zahlungsmittel-Mixes behilflich sein. Zugleich bieten die Provider eine Vielzahl von

Lösungen aus einer Hand an und besitzen wertvolles Know-how, wenn es etwa um die Schnittstellen-Kompatibilität von Zahlungsmitteln oder auch internationale Kundenbeziehungen geht.

Ein starker Partner kann beim Zahlungsmix ebenso helfen wie beim Risikomanagement. Gerade in nicht ganz so vertrauten Gefilden ist die Balance heikel: wie konfiguriert man jeweils optimalen Schutz vor Missbrauch, ohne potenzielle Kunden aufgrund zu rigider Einstellungen zu verlieren?

Fazit: Mit individueller Beratung gut gerüstet
Händler, die den passenden Zahlungsmittel-Mix finden, werden in der Regel mit einem Umsatzplus in ihren Zielmärkten belohnt. Vielfältige Kundenwünsche wollen mit den Anforderungen des Händlers an Wirtschaftlichkeit und Sicherheit der eingesetzten Bezahlmethoden verknüpft werden. Payment Service Provider tragen durch Beratung, intelligente Algorithmen und spezialisierte Infrastruktur dazu bei, international einsetzbare Lösungen zu finden und den virtuellen Schritt über die Grenze einfacher zu gestalten. »

¹Payment im Online-Handel: Rechnung punktet mit Kundenfreundlichkeit, PayPal und SOFORT Überweisung mit Schnelligkeit
<http://www.eccoeln.de> EHI Retail Institute, 2015

Cross-border online banking payments

Grow your business across Europe with Trustly's e-commerce payment solution.

Accept bank payments and transfers from your customers across Europe and reach more countries at no additional cost.

 1 agreement

 1 integration

 29 countries

 130+ banks



Visit trustly.com/en/ecommerce for more info.

Trustly is a licensed payment institution authorized and supervised by the Swedish Financial Supervisory Authority. We hold a European Payment Services Provider (PSP) license in accordance with the Payment Services Directive (PSD, 2007/64/EC).



DAS WAR DER PLANET TRADE 2016

Über 180 Teilnehmer aus Handel, Finanz- und Technologiedienstleistern folgten der Einladung von Computop, sich an zwei Tagen im April über den Dächern von Hamburg über Trends und wichtige Themen rund um den Handel zu informieren.



Der Planet Trade 2016 begeisterte die Besucher mit vielseitigen Vorträgen und Workshops, und das Abendprogramm auf dem historischen Segelschiff „Rickmer Rickmers“ trug als unterhaltsame Networking-Gelegenheit ebenfalls zum Erfolg der Konferenz bei.

In 16 Fachvorträgen und Workshops informierten sich die Teilnehmer über Trends in Payment und Commerce. In ihrer Keynote gab die britische Payment-Expertin Masha Cilliers einen Ausblick darauf, wie wir in Zukunft einkaufen werden und würzte ihre fachkundigen Analysen mit britischem Humor.



Namhafte Referenten von führenden Unternehmen wie Discover, RatePay, CardinalCommerce, OTTO und CEWE teilten ihre Praxiserfahrungen mit den Besuchern des Planet Trade. Computop informierte über die neuen PCI P2PE-Lösungen zur Einbindung von POS-Terminal-Zahlungen in das Computop Paygate und über die jüngsten Erweiterungen seiner Multichannel-Plattform. „Der Planet Trade war für mich ein Augenöffner, welche Trends und wie viele Anbieter mit verschiedenen Zahlungsarten es gibt“, sagt Fadi Naoum von SAP. Auch Markus Heise von der HypoVereinsbank betont: „Vom Planet Trade nehme ich immer sehr viel mit!“

Ein herzliches Dankeschön geht an Discover als Hauptsponsor sowie die 15 Partner, deren Engagement dieses Event ermöglicht hat. Abschließend bleibt nur zu sagen: freuen Sie sich auf den Planet Trade 2017 in Berlin! ☺

Live-Impressionen in der Computop-Mediathek: <http://computop.com/nc/medien/mediathek>





PlanetTrade¹⁷

SAVE THE DATE

9. und 10. Mai 2017

mehr erfahren



main sponsor

DISCOVER
GLOBAL NETWORK

powered by

 **computop**
the payment people

AUF VOLLE SICHERHEIT KONZENTRIERT

Mit paydirekt wollen die deutschen Geldinstitute im Zahlungsverkehr des E-Commerce eine wichtige Rolle einnehmen. Computop hatte die neue Zahlart als erster Payment Service Provider an Bord und war bereits am Tag der Einführung live dabei. Mit Computop als Händlerkonzentrator wird der Einstieg jetzt für zahlreiche Händler noch einfacher.

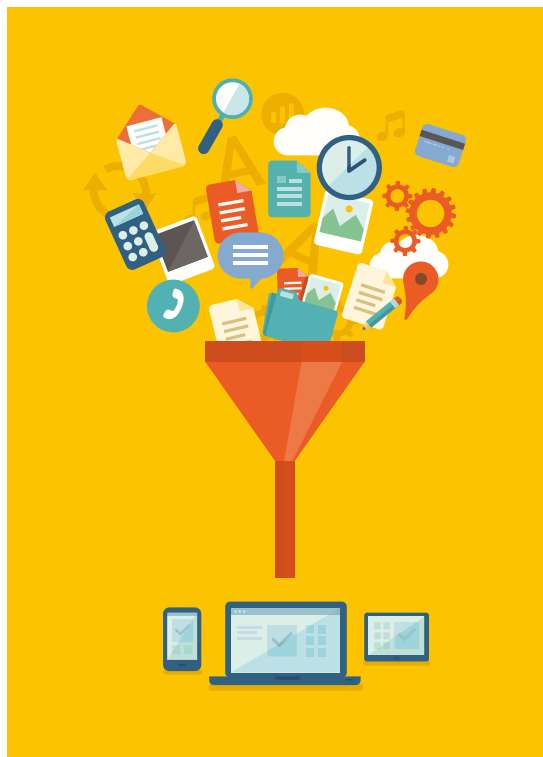
Es ist schon ein ungewöhnliches Team, das sich für die Einführung von paydirekt zusammengeschlossen hat: die führenden deutschen Privat- und Genossenschaftsbanken sowie die Sparkassen, täglich im harten Wettbewerb miteinander stehend, brachten im Herbst 2015 gemeinsam eine neue Zahlungsmethode an den Start. Der Übermacht von amerikanischen Dienstleistern wie PayPal sollte eine eigene Lösung entgegengesetzt werden. Und mit den Themen Datenschutz, Bankgeheimnis und Kundenbasis hatte das

Bündnis von vornherein gute Argumente auf seiner Seite.

Um vermuteten Auflagen des Bundeskartellamts zuvorzukommen, verlangte paydirekt jedoch, dass jeder Händler, der mit paydirekt starten will, mit den beteiligten Bankengruppen einzelne Verhandlungen führen und individuelle Verträge abschließen muss. Nicht wenige selbst der größeren Händler betrachten diese Vorgabe als Hemmnis, paydirekt in ihr Zahlungsportfolio aufzunehmen.

Doch seit das Zahlverfahren auch seitens der Banken intensiver beworben wird – immerhin können über 50 Millionen Kontoinhaber davon Gebrauch machen – steigt das Interesse der Verbraucher. Wer dieses Interesse als Händler auf sich ziehen möchte, hat es jetzt leichter: Die Banken und Sparkassen haben Computop als Verhandlungsführer benannt, so dass der Payment Service Provider stellvertretend für seine Kunden Konditionen aushandeln und als sogenannter Händlerkonzentrator die erforderlichen Verträge abschließen kann.

Somit geschieht auf administratorischer Seite, was in technischer Hinsicht schon längst Alltag eines PSP ist: die Vielfalt des Angebots mit einer einzigen Schnittstelle verfügbar, komplizierte Dinge einfach zu machen. Computop-Kunden profitieren von der gemeinsamen Stärke durch geringe Transaktionsgebühren, und die Vereinbarung mit den angeschlossenen Banken ist kein Wettlauf durch den Paragraphendschungel mehr. [C»](#)





Europaweite Abwicklung von Kartenzahlungen mit SIX

Kreditkarten sind das meistgenutzte Zahlungsmittel bei Online-Geschäften. SIX Payment Services entwickelt maßgeschneiderte Lösungen rund um den bargeldlosen Zahlungsverkehr. Dabei ist eine sichere Zahlungsabwicklung von Debit- & Kreditkarten über alle Kanäle, in allen Ländern ebenso Voraussetzung wie auch die internationale Akzeptanz in über 80 Währungen und die Auszahlung in über 20. SIX Payment Services bietet flexible Vergütungen per Land, Region oder zentral zu transparenten Konditionen.

Für detaillierte Informationen oder Ihr persönliches Angebot besuchen Sie uns auf unserer Homepage.
www.paymentforyou.com



Payment Services



NEUE PERSPEKTIVEN FÜR DEN HANDEL

Sie sind neu und sie sind heiß: 3D Virtual Reality-Brillen, wie sie Samsung mit großem Medienecho vor einigen Monaten vorgestellt hat. Mit der Darstellung virtueller Ansichten auf dem Smartphone rückt der Eintritt in die elektronische Welt des schönen Scheins für ein Massenpublikum in greifbare Nähe. Während On- und Offline-Medien die neuen Aussichten derzeit vor allem unter dem Aspekt der Unterhaltung diskutieren, blicken Handelsprofis bereits über den Brillenrand hinaus und sehen virtuelle Ladenregale und 3D-Produktansichten. Auf der internationalen Handelskonferenz Planet Trade '16, die der Payment Service Provider Computop im Frühjahr in Hamburg veranstaltete, war die VR-Brille jedenfalls schon in und auf den Köpfen.

Gerade für Versandhändler und den E-Commerce ergeben sich durch diese Technologie spannende Möglichkeiten, in der visuellen Warendarstellung näher an die physische Präsenz heranzurücken. Die Schaufensterfigur im Online-Shop hat das trendy T-Shirt an, das

der Kunde sich wünscht? Mit der 3D-Brille kann er einfach darum herum gehen, um es von allen Seiten zu sehen. Wer sich den neuen Sessel nicht so recht in seinem Wohnzimmer vorstellen kann: einfach ein Foto des Raumes hochladen – die gerenderte Umgebung liest die Farben aus und stellt das neue Möbelstück virtuell hinein.


Anwendungen wie diese eröffnen neue Chancen für den Onlinekauf, stellen aber auch Anforderungen an den Checkout: die Eingabe von Rechnungs- und Versandadressen ist im virtuellen Raum kein ungetrübtes Vergnügen, Medienbrüche sind zu erwarten. Einfache Navigation und einfaches Shopping rufen auch nach einfachen Bezahlvorgängen. Die Integration von One-Click-Checkouts scheint wie gemacht für das virtuelle Einkaufserlebnis. „Zahlarten wie Amazon Payments oder PayPal Express setzen darauf, das Bezahlen mit einem Klick zu ermöglichen, inklusive der Übernahme von Rechnungs- und Lieferadresse“, sagt Stephan Kück, CEO von Computop.



Für diesen Zweck rücken die Buttons immer näher nach vorne: mit einer Platzierung bereits im Warenkorb oder sogar auf der Artikel-ebene wollen innovative Zahlungsanbieter möglichst früh im Kaufprozess auf den Bildschirm kommen. Dahinter steckt neben dem Ziel, anderen Zahlungsanbietern zuvorzukommen auch der Wunsch nach Vereinfachung für den Käufer. Denn mit einem Klick auf Amazon Payments oder PayPal Express wird die umständliche Eingabe vieler Daten vermieden – Adressen und präferiertes Zahlungsmittel inklusive einer Kartennummer sind dort bereits hinterlegt. Einkauf in der virtuellen Umgebung: wenn ein Knopfdruck – oder ein Kopfnicken – genügt. Alipay forscht bereits intensiv daran.

Dabei muss die schöne neue Shoppingwelt nicht virtuell bleiben. Auch das traditionelle stationäre Einzelhandelsgeschäft, in seiner innovativen Variante lang schon auf der Suche nach Möglichkeiten digitaler Ergänzung, hat seine Chance. Wer als Händler die Schranke zwischen Laden und E-Commerce aufheben will, ermöglicht seinen Kunden schon heute die Bestellung physisch nicht präsenter Artikel über ein Tablet, gemütlich in der Loungeecke neben der Umkleidekabine, Payment inklusive. Es wird nicht mehr lange dauern, bis diese Variante des Online-Shoppings vielleicht in der Kabine stattfindet, eine VR-Brille auf dem Kopf mit einer 3D-Präsentation der frischgebügelten Sommerkollektion, die nebenan leicht zerknittert und schlaff auf dem T-Shirt-Stapel liegt.

Multichannel als virtuelles Einkaufserlebnis: das kann funktionieren, wenn die Prozesse smart abgestimmt sind. Einfach und sicher, für den Kunden wie für den Händler. Für letzteren bedeutet das einerseits Investition, in die Devices für virtuelle Räume, aber auch in sichere Zahlungsabwicklung mit P2PE zertifizierten Terminals, die den heutigen Anforderungen an die Datensicherheit gewachsen sind. Andererseits muss auch die Organisation angepasst werden: wer seine Kunden zum Online-Shopping ins Geschäft holen möchte, muss auch damit umgehen können, dass sie nach Hause gelieferte Artikel vielleicht im Geschäft umtauschen wollen, Payment inklusive.

Für die Abwicklung dieser kanalübergreifenden Zahlungen stellen sich auch die Payment Service Provider neu auf. Die Peer-to-Peer-Verschlüsselung PCI P2PE, die eine sichere Verbindung zwischen dem Kassenterminal und dem PSP aufbaut, ist hier obligatorisch, um die Händler aus der kostenintensiven Verpflichtung zur PCI-Zertifizierung zu nehmen und Betrug auszuschließen. Die Zusammenführung aller Zahlungsströme und ein einheitliches Settlement über alle Zahlarten erleichtern der Buchhaltung im Handel das Tagesgeschäft. Das einheitliche Reporting aller Transaktionen, woher die Umsätze auch kommen, gibt dem Management den Überblick über alle Sektoren seines Handelsgeschäfts und ermöglicht schnelles Reagieren auf Umsatz- und Nachfrageveränderungen. In der ganz realen Welt – auch ohne Brille. 

Ihr White Label Experte für Zahlungsmethoden im Online-Handel:

**Kauf auf Rechnung
Ratenzahlung
Monatsrechnung
Lastschrift**

Ohne Ausfallrisiko,
mit 100% Zahlungsgarantie

Unsere Vorteile auf einen Blick:

WHITE LABEL

Vertrauensbonus
in Ihre Marke



Schnelle
Auszahlung



B2B & B2C
in D-A-CH & NL



Hohe
Warenkörbe

sales@payolution.com
www.payolution.com

T: +49 911 477 113 - 30
Am Euro Platz 2, A-1120 Wien
Allersberger Straße 185, D-90461 Nürnberg





„INSTANT PAYMENTS“ – AUF DEM WEG IN EIN BARGELDLOSES EUROPA?

Wie sich die EU auf die bargeldlose Gesellschaft vorbereitet und was das für Handel und Konsumenten bedeutet. Computop integriert Instant Payments.

Noch fehlen in Europa die Alternativen zum Bargeld. Aber nicht mehr lange. Als im Frühjahr der 500 Euro-Schein abgeschafft wird, nimmt die Diskussion um die bargeldlose Gesellschaft Fahrt auf – leider etwas zu früh. Denn wer das Bargeld abschaffen will, muss vorher elektronische Zahlungsmittel für jedermann einführen, die 365 Tage im Jahr schnell, sicher und günstig funktionieren. Das gibt es noch nicht, wie zwei Beispiele beweisen: Eine Überweisung ins EU-Ausland ist bis zur Wertstellung tagelang unterwegs, obwohl die elektronische Übertragung in Sekundenbruchteilen erfolgt. Und an Sonn- und Feiertagen werden gar keine Überweisungen ausgeführt. Allein die 52 Wochenenden im Jahr produzieren 104 überweisungsfreie Tage. Warum eigentlich?

Das Thema hat auch eine politische Dimension: Fast alle Kreditkarten und Debitkarten nutzen amerika-


nische Netzwerke von Visa, MasterCard, Amex oder Discover/Diners. Das gilt sogar für lokale Debitkarten wie girocard/ec-Karte in Deutschland, Carte Bancaire in Frankreich oder Dankort in Dänemark. Auch hinter diesen scheinbar lokalen Zahlungsmitteln stehen MasterCard und Visa. Würden wir das Bargeld heute abschaffen, liefen fast alle Kartenzahlungen der EU durch amerikanische Netze. Ob Europa so abhängig sein will, muss die Politik entscheiden.

Eine Entscheidung ist schon gefallen: Die Europäer bekommen 2018 ein neues Zahlungssystem – Instant Payments. Mit der Einführung von Instant Payments verfolgt Europa mehrere Hauptziele:

- Hohe Reichweite: Jeder Kontoinhaber im Euro-Raum kann Instant Payments nutzen.
- Hohe Verfügbarkeit: Eine Zahlung ist an 365 Tagen im Jahr möglich.

- Hohe Geschwindigkeit: Jede Zahlung muss nach spätestens 10 Sekunden beim Empfänger ankommen.
- Hohe Durchdringung: Instant Payments werden multikanalfähig sein und funktionieren am POS-Terminal genauso wie im E-Commerce und auf mobilen Geräten.
- Günstiger Preis: Banken müssen Instant Payments wie andere Transaktionen bepreisen und dürfen keinen Premium-Aufschlag berechnen.

Für die Banken ist das eine große Herausforderung. Für die europäische Wirtschaft sind Instant Payments ein Segen, zumal allein die sofortige Wertstellung Liquiditätsverbesserungen in Milliardenhöhe bringen wird. Hinzu kommen ganz praktische Veränderungen: Nicht selten kommt es vor, dass LKWs bei Anlieferung nicht entladen werden, weil die Ware noch nicht bezahlt wurde. Mit Instant Payments wird man die Überweisung zu jeder Tages und Nachtzeit innerhalb von 10 Sekunden nachholen können. Und auf Konferenzen sind Treasurer zu hören, die damit rechnen, dass ihre Abteilung dann wohl auch am Wochenende arbeiten muss.

Aktuell nehmen rund 40 der größten Banken in Europa an der Entwicklung teil. Noch ist die Teilnahme freiwillig, aber ab 2018 werden die Regulierer alle Banken verpflichten, Instant Payments bereitzustellen. Auch einige große Händler beteiligen sich an der Pilotierung. Computop arbeitet ebenfalls an Konzepten zur Integration von Instant Payments. 

Über das Computop Paygate werden wir Ihnen Instant Payments so früh wie möglich zur Verfügung stellen. Bitte informieren Sie uns, wenn Sie an einer frühzeitigen Nutzung von Instant Payments interessiert sind oder an der Pilotierung teilnehmen möchten.

Die Schweden brauchen kein Bargeld mehr

von Ralf Gladis

Kürzlich steht meine Frau in einer Filiale der schwedischen Bank Handelsbanken, um 1.500 Euro auf ihr eigenes schwedisches Konto einzuzahlen. Statt das Geld mit einem Lächeln anzunehmen, reagiert die Bankangestellte mit finsternen Blicken: „Woher haben Sie denn so viel Bargeld?“, fragt sie. Meine Frau fühlt sich, als wolle sie eine Mafia-Million waschen. Nach zehnmündiger Diskussion bedarf es tatsächlich eines Anrufs in der Handelsbanken-Zentrale in Stockholm, wo ihr ein befreundeter Banker Vertrauenswürdigkeit bestätigen muss, damit die 1.500 Euro endlich auf ihrem eigenen Konto landen. Was ist da los?

In Schweden haben Handel, Banken und Konsumenten das Bargeld über Jahre hinweg entbehrlich gemacht. Jeder Händler akzeptiert Karten. Ob ein Fahrrad für 5.000 Kronen (500 Euro) oder ein Kaugummi für 20 Cent (2 Kronen) – Kartenzahlungen sind in jeder Höhe willkommen. Fast jeder Automat akzeptiert Karten und oft auch Handy-Zahlungen. Der Geldtransfer über die Swish-App ist bei Konsumenten so beliebt, dass „swisha“ inzwischen als Verb im schwedischen Wortschatz auftaucht.

Kunden brauchen kein Bargeld, und Händler wollen kein Bargeld, weil dessen Beschaffung, Bewachung, Handling und Transport sehr teuer sind. Die Schweden haben sich über Jahre an die Bequemlichkeit elektronischer Zahlungen gewöhnt, so dass Bargeld kaum genutzt wird. Wer trotzdem 1.500 Euro in bar auf sein Konto einzahlen will, ist suspekt, denn die Anonymität des Bargeldes ist für Kriminelle von großem Nutzen. In Schweden hat die Gesellschaft die Bargeldnutzung auf ein Minimum reduziert. Sollte die Regierung eines Tages entscheiden, das Bargeld abzuschaffen, wäre im hohen Norden kein signifikanter Widerstand zu erwarten. Und Instant Payments aus dem Euro Raum? Brauchen die Schweden auch nicht, denn Swish ist schon etabliert.

Was Paymorrow Ihrem Business bringt: **Treue Stammkäufer statt teure Einmalkunden.**

- *Reibungsloser Check-out für optimale Käuferlebnisse*
- *Sensibles Forderungsmanagement*
- *White Label für durchgängigen Auftritt Ihrer Händlermarke*
- *Kundendienst mit verlässlichen Ansprechpartnern*

Paymorrow – Ihr Anbieter für
Rechnungskauf und Lastschrift mit
100% Zahlungsgarantie.

JAHR DER INNOVATIONEN

Das Computop Paygate ist nie fertig. Neben den Anpassungen und laufenden Aktualisierungen ist das 20-köpfige Entwicklerteam mit ständigen Erweiterungen der Zahlungsplattform mehr als gut beschäftigt. Ein kleiner und lange nicht vollständiger Einblick in die Neuprodukte des Jahres 2016.

Channels

Das große Thema 2016 heißt definitiv **POS**. Mit der P2PE-Zertifizierung als erster deutscher PSP und der intensiven Partnerschaft mit **CCV** füllt Computop den Claim „Cross-Border. Multichannel. Payment.“ erneut mit Leben. Mehr dazu im Titelthema dieser Ausgabe.

Das rasante Wachstum des Sektors Mobile Shopping verlangt jedoch nicht minder starke Aufmerksamkeit. Ist die responsive Gestaltung der Formulare zur Zahlungseingabe längst selbstverständlich, stellt sich Computop mit der neuen **Mobile Paygate SDK** auf den Online-Handel via App ein. Ein Sonderbeitrag beleuchtet dieses Thema auf Seite 10.

Mit der stärkeren Diversifizierung der Endgeräte steigen auch die Anforderungen an das Risikomanagement. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Geräteer-

kennung. Ist ein Endgerät einmal mit einer negativ verlaufenen Transaktion aufgefallen, muss es für folgende Umsätze mit Vorsicht betrachtet oder ganz gesperrt werden. Zur Optimierung der Services für Risikomanagement und Betrugsprävention wurden die **iovation Device Checks** integriert. Zusammen mit dem **ACI ReD Shield** bietet das Computop Paygate erweiterte Funktionalitäten für sicheren Zahlungsverkehr an. Die 3D Secure-Überprüfung bei Kartenzahlungen gilt häufig als Konversionskiller, mit der Integration von **CardinalCommerce** kann das Computop Paygate den Einsatz dieser Sicherheitstechnik so optimieren, dass die Anzahl der Kaufabbrüche deutlich zurückgeht.

Märkte

Asien ist gleichsam für europäische wie amerikanische Händler ein spannender Markt. Wobei diese Zusammenfassung viel zu kurz greift, denn sowohl **China** als auch **Indien** sind in der Ausprägung ihrer jeweiligen E- und M-Commerce-Präferenzen viel zu individuell, um als einheitlicher Markt betrachtet werden zu können. Mit seiner Niederlassung in Shanghai wird Computop in seinen Bestrebungen, als aktiver Player im chinesischen Handel aufzutreten, durchaus ernstgenommen. Große und größte Handelskonzerne stehen mit Computop in aktiver Verbindung, wenn es darum geht, Händlern Zugang zu ihren Zahlungsmethoden zu verschaffen. So ermöglicht die Integration von **eWallets** wie Alipay, 99 Bill oder Tencent und von Online-Überweisungen der 20 stärksten Banken des Landes zahlreichen Händlern einen Eintritt in den chinesischen Markt, der mit den internationalen Standard-Zahlarten nie möglich wäre. Mit **ChinaPay** finden Händler Zutritt zu den Zahlungsmethoden des staatlichen chinesischen Konzerns China Union Pay. Mit **AsiaPay** integriert Computop einen führenden asiatischen Finanz- und Technologiepartner, mit dem gemeinsam weitere Schritte in Wachstumsmärkte der Region möglich werden. Dazu zählt auch Indien, das zudem mit den Zahlarten des Partners **PayU** gleich von zwei Seiten in den umfangreichen Leistungskatalog des Computop Paygate einfließt.



let's make
payment
happen



Partner


Viele neue Verbindungen, aber auch neue Leistungen bewährter Partner finden 2016 Eingang in das Computop Paygate. **PayU** ebnet Händlern nicht nur in Indien den Weg zu den bevorzugten Zahlarten des Landes. Auch in Osteuropa, Lateinamerika und Afrika verfügt dieser Partner über beste Verbindungen. Im Endausbau wird diese Integration mehr als 200 neue Zahlarten in allen Kontinenten mit sich bringen und den Status von Computop als globaler Payment Service Provider weiter untermauern.

Mit **Discover Global Network** verbindet sich Computop noch stärker mit der zweitgrößten Kreditkartenmarke der USA und einem weltweiten Netzwerk von Partnerkarten. Im Gegenzug ist in Europa die stärkere Verankerung von Diners Club das Ziel.

Credorax ist ein Acquirer, der sich global in Ausbreitung befindet. Das einzigartige Konzept ermöglicht es Händlern, über Kontinente hinweg domestic acquiring in Anspruch zu nehmen und von günstigen Konditionen zu profitieren. Gemeinsam mit Computop will das israelische Unternehmen seine Marktstellung deutlich ausbauen.

Regionale Partnerschaften intensivieren die Durchdringung lokaler Märkte. Mit **European Merchant Services** steht ein attraktiver Acquirer für Kartenzahlungen und iDEAL in Belgien und den Niederlanden zur Verfügung. **Limonetik** bereichert den französischen Markt mit Alternativen zur Ratenzahlung per Kreditkarte. **be2bill** bietet ebenfalls interessante Konditionen für den französischen Markt an.

Auf der Seite der Zahlarten ist Computop schon aus Tradition bei Neuentwicklungen an vorderster Front dabei. Die neue **PayPal-Ratenzahlung** wurde in enger Abstimmung mit Computop entwickelt und war bei Erscheinen selbstverständlich bereits in das Paygate integriert. Das neue „**Login & Pay with Amazon**“ hatte Computop als erster PSP weltweit im Angebot, mit dieser Funktion können Händler ihren Kunden eine äußerst einfache und schnelle Anmeldung und Zahlartenauswahl anbieten – ohne wie in der Vergangenheit Warenkorbhalte an den amerikanischen Handelsriesen übertragen zu müssen. Ein attraktiver Service gerade auch im M-Commerce.

Zum Ende des Jahrs der Innovationen 2016 wartet das Computop Paygate schließlich noch mit einer ganz besonderen Innovation auf – wenn das **eWallet** eines weltbekanntesten Technologiekonzerns integriert wird. 

Innovative Lösungen für Ihren Point-of-Sales.

Payment. E-commerce. Self-Service.



CCV Deutschland GmbH

Gewerbering 1

84072 Au i.d. Hallertau

T: 08752 864-0

F: 08752 864-100

www.ccv-deutschland.de



AUS DEM SAFE HARBOR UNTER DAS PRIVACY SHIELD

Die neue rechtliche Grundlage für die Übertragung von Nutzerdaten aus der EU in die USA ist seit dem 12.7.2016 in Kraft: das Privacy Shield. Darin bestimmt die EU Kommission ein Datenschutzniveau und legt fest, unter welchen Bedingungen ein Unternehmen personenbezogene Daten von EU-Bürgern in die USA übertragen darf.



von Petra Wagner
Rechtsanwältin

Die Ausgangslage:

Die Grundlage für eine derartige Daten-Übertragung bildet das Datenschutzgesetz. Für Übermittlungen oder Überlassungen von Daten in Staaten außerhalb des EWR ist nach diesem Gesetz eine Genehmigung der Datenschutzbehörde erforderlich, sofern der Empfängerstaat nicht über ein vergleichbares, angemessenes Datenschutzniveau verfügt. Dieses Niveau, und damit die Ausnahme von der Genehmigungspflicht, besteht grundsätzlich für die in der Datenschutzangemessenheitsverordnung gelisteten privilegierten Drittstaaten.

Aus dieser Liste wurde die Ausnahme für US-Unternehmen gemäß Safe Harbor mit dem EuGH-Urteil Schrems gegen Facebook in 2015 gestrichen. Alle Datentransfers in die USA wurden damit nach dem Datenschutzgesetz genehmigungspflichtig.

Seitdem nutzen viele Unternehmen als Ersatz sog. EU-Standardvertragsklauseln, eine einzelvertragliche Regelung zum Datenschutzniveau, womit die Datenübermittlung nach Meinung von Datenschützern zulässig sei. Allerdings stellt sich nun die Frage, ob diese Lösung noch dauerhaft als Übermittlungsgrundlage

dienen könnte oder jetzt durch den Privacy Shield als Nachfolger von Safe Harbor wieder komplett abgelöst wird.

Die neue Regelung

Zweifellos soll der Privacy Shield die durch den Fall des Safe Harbor Abkommens entstandene Lücke schließen und wieder Rechtssicherheit für den Datentransfer an US-Unternehmen, die sich den Privacy-Shield-Bedingungen unterwerfen und dessen

Auflagen einhalten, schaffen. Diese US-Unter-

nehmen durchlaufen nach vorgegebenen Bedingungen eine Selbstzertifizierung (eine Liste zertifizierter Unternehmen stellt das US-Handelsministerium im Internet seit dem 1.8.2016 zur Verfügung: „Privacy Shield List“). Das Verfahren ähnelt dem von Safe Harbor.

Neu hinzugekommen sind unter anderem zusätzliche Sicherungsmaßnahmen:

- die verpflichtende Veröffentlichung von Privacy Policies des betreffenden Unternehmens,
- ein Auskunftsrecht des Betroffenen und
- die Pflicht zur Datenintegrität und zur Zweck- und Aufbewahrungsbeschränkung.





Grundregeln und Beschränkungen für Zugriffe von US-Behörden auf Daten werden eingeführt, um einer grundlosen Massenüberwachung von EU-Bürgern vorzubeugen. Außerdem soll das Abkommen jährlich überprüft werden.

Was bringt die Zukunft?

Das neue Privacy Shield ist keine pauschale Rechtsgrundlage, es setzt immer die Zertifizierung des Unternehmens voraus. Ob es eine dauerhafte Grundlage für die Datenübermittlung in die USA bleiben wird, darf jetzt schon bezweifelt werden. Aufgrund der anhaltenden Kritik am Privacy Shield muss man davon ausgehen, dass auch hier bald eine gerichtliche Überprüfung stattfindet.

Nur wenn ein Unternehmen eine aktuelle Zertifizierung vorweisen kann, kann das Privacy Shield auch den Datentransport in die USA legitimieren. Es scheint ratsam, parallel weiterhin EU-Standardverträge abzuschließen, obwohl auch diese schon in Frage stehen: Der irische High Court möchte eine Überprüfung der Standardvertragsklauseln durch den Europäischen Gerichtshof erreichen.

Kritische Stimmen

Der europäische Datenschutzbeauftragte Giovanni Buttarelli sieht nach wie vor Verbesserungsbedarf und äußerte Zweifel, dass die Vereinbarung einer gerichtlichen Prüfung standhalten wird. Es fehle an einem Schutz vor staatlicher Überwachung und einer wirksamen Kontrolle der US-Behörden.

Der Wiener Datenschutzaktivist und Jurist Max Schrems, mit dessen Klage gegen Safe Harbor sich der EuGH befasste, rechnet laut Mitteilungen in der Presse ebenfalls zeitnah mit einer gerichtlichen Überprüfung der Regelung. [C](#)

Hinweis: Für Inhalt, Vollständigkeit und Aktualität der Informationen übernehmen wir keine Gewähr. Rechtsanwältin Petra Wagner

COMPUTOP IM FOKUS

Internationale Pressestimmen

Discover Global Network Signs with Computop to Increase International E-Commerce Merchant Acceptance

Diners Club International (...) and Computop, a leading international payment service provider, today announced an agreement that will increase e-commerce acceptance for Discover, Diners Club and Alliance Partner cards. (...) By working with Computop, all cards running on the Discover Global Network will be provided with seamless and secure access to additional top merchants in the travel, e-commerce, hospitality and retail industries, among others.

BusinessWire

Bezahlsystem Paydirekt: PayPal-Konkurrent nimmt Fahrt auf

Der PayPal -Konkurrent der deutschen Banken nimmt langsam Fahrt auf. Nach einem ersten Pilotprojekt mit Mitarbeitern der HypoVereinsbank habe der Online-Bezahldienst Ende September weitere Institute angeschlossen, teilte Paydirekt am Mittwoch mit. Dazu zählen die Commerzbank, die DZ Bank, Comdirect und einige Volks- und Raiffeisenbanken. (...) Zudem hat der Online-Dienstleister Computop, der mit mehr als 10.000 Händlern zusammenarbeitet, Paydirekt in sein Angebot aufgenommen.

Handelsblatt

Computop Integrates the Amazon Payments Interface „Login and Pay with Amazon“

Online merchants will be able to offer their customers another conversion-boosting payment method: Computop integrated the new "Login and Pay with Amazon" user interface.

payment week

CCV und Computop gehen eine strategische Partnerschaft für Multichannel Payment ein

Die Experten für Zahlungsverkehr, CCV und Computop, bündeln ihr Know-How, um dem Handel sichere und standardisierte Zahlungslösungen für alle Verkaufskanäle bereitzustellen, im E Commerce, auf mobilen Geräten und am POS-Terminal im stationären Handel.

E-Commerce-News Magazin



VIELE KARTEN. EIN NETZWERK.

DISCOVER® GLOBAL NETWORK bringt mit Millionen von Karteninhabern Umsatz in Ihr Geschäft. Discover® Karten aus den United States, Diners Club International® und viele mehr.

3 GRÖßTES
ZAHLUNGSNETZWERK
DER WELT¹

70M+
KARTENINHABER²

39 MILLIONEN
HÄNDLER IN
185 LÄNDERN

DiscoverGlobalNetwork.com

1. Retail Banking and Research (Das Bankwesen und die Forschung), August 2014
2. Nilson Report #1033, Januar 2014 und Discover Global Network partner reporting

