



flow

Payment bewegt uns

Nr. 5

Ausgabe
Winter 2017/2018

PSD2 & SCT INST
Einheitliche Standards
dringend gesucht



BIOMETRIE

Mehr Sicherheit im Zahlungsverkehr
mit Fingerabdruck, Iriserkennung & Co

20 JAHRE IM PAYMENT

Von Bargeld zu Omnichannel

NEU!

ratenkauf
by easyCredit



So geht einfach:
**Mehr Umsatz und
zufriedene Kunden –
ohne Personalaufwand
und Papierkram.**



Die einfachste Teilzahlungslösung Deutschlands.
Fair. Sicher. Flexibel. Online und am PoS.

www.easycrredit-ratenkauf.de

Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken





WIR DRÜCKEN DIE DAUMEN

von Henning Brandt – Head of Communication

Heute schon die Daumen gedrückt? Wahrscheinlich schon, denn kaum ein Smartphone kommt noch ohne Fingerabdrucksensor aus. Die komfortable Möglichkeit der Zugangskontrolle zu unserem Begleiter durch den Alltag hat sich durchgesetzt.

Und beim Payment? Apple und Google lassen ihre Nutzer auch für den Bezahlvorgang die Daumen drücken. Noch, denn die nächste Generation der Smartphones steht schon mit weiteren Technologien zur Nutzererkennung in den Startlöchern. Gesichtserkennung, Stimmerkennung und mit der Infrarotkamera des Samsung S8 auch Iriserkennung.

Das ist ganz im Sinne des Verbrauchers: einer Umfrage des Branchenverbandes Bitkom zufolge seien 81 % der Deutschen daran interessiert, den Fingerabdruck zur Absicherung von Zahlungstransaktionen zu verwenden. 36 würden den Iris-Scan nutzen, und immerhin noch 22% stehen der Stimmerkennung positiv gegenüber. Wobei gerade diese Zahl mit der Verbreitung von Alexa, Homepod & Co. noch steigen dürfte. Eine vergleichbare Studie für die USA zeigt etwas geringere Werte für den Fingerprint mit 62%, dafür mehr Zustimmung mit 38% für die Stimmerkennung; alles Zahlen aus 2016.

Was heißt das für Händler? Keine Angst vor biometrischen Verfahren! Die Smartphone-Hersteller haben vorgearbeitet, um bei den Konsumenten die Vorbehalte gegenüber der Abgabe dieser persönlichen Merkmale abzubauen. Zahlartenanbieter, aber auch zum Beispiel wir, die Payment People von Computop, arbeiten vor, um Biometrie in die Zahlverfahren der Zukunft einzubauen.

Lesen Sie mehr dazu, und zu vielen anderen aktuellen Themen, in der neuesten Ausgabe der flow.

Und viel Erfolg – wir drücken die Daumen! 

AUS DEM INHALT

BIOMETRIE: SICHERE IDENTIFIZIERUNG	4
IN HISTORISCHEN BANKHALLEN	10
COMPUTOP: 20 JAHRE IM PAYMENT	12
EINHEITLICHE STANDARDS GESUCHT	16
OMNICHANNEL AUF DIE SICHERE ART	18
BESTENS VERNETZT	20
VIEL NEUES IM JUBILÄUMSJAHR	22
COMPUTOP WÄCHST WEITER	24
KUNDENDATEN GRÜNDLICH GESCHÜTZT	26
INTERNATIONALE PRESSESTIMMEN	27

IMPRESSUM

Redaktion & Verlag

Computop Wirtschaftsinformatik GmbH
Schwarzenbergstraße 4 • 96050 Bamberg

Herausgeber

Frank Arnoldt, Ralf Gladis

Koordination

Henning Brandt

Mitwirkung

Melissa Hager, Antonia Grim, Donata Noack

Druck

Safner Druck und Verlags GmbH • Mittelgrundstraße 24 • 96170 Priesendorf

Satz & Layout

Henning Brandt

Bildnachweis

Computop, Fiona Castineira, Media & Co., shutterstock, KölnSKY, Bjoern Seitz, Peter Baumüller, Anny Maurer

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.

BIOMETRIE: SICHERE IDENTIFIZIERUNG – NICHT NUR FÜR ZAHLUNGEN

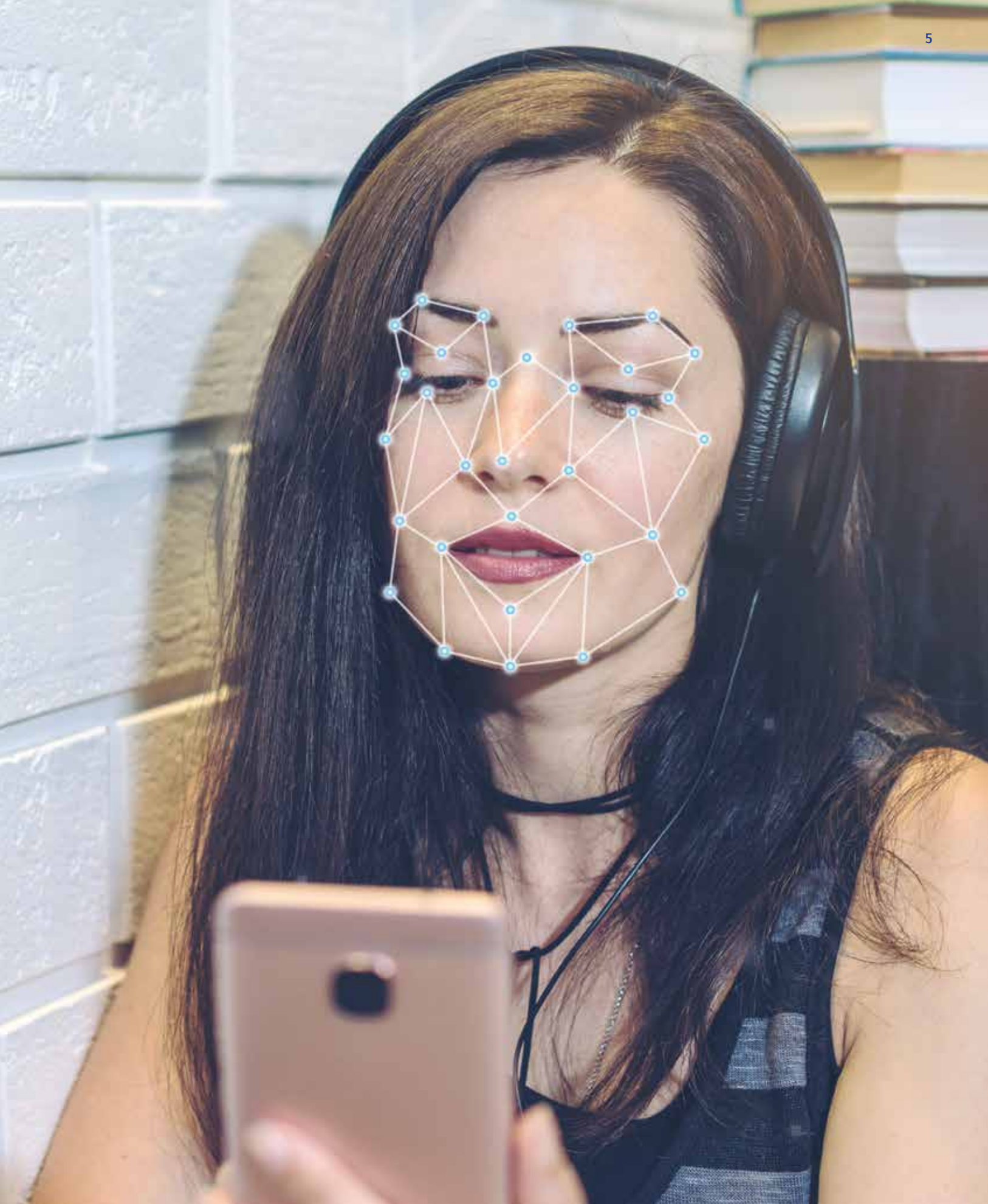
Kaum etwas ist so individuell wie der menschliche Fingerabdruck. Auch Stimme, Netzhaut oder Gesichtszüge sind individuelle Merkmale, die sich nicht einfach stehlen, duplizieren oder verlieren lassen. Das macht sich nicht nur der Handel zu Nutze. Immer mehr Branchen entdecken die Vorzüge von biometrischer Identifizierung – die Payment People integrieren sie in das Computop Paygate.

Sobald eine Sicherheitslücke geschlossen ist, entdecken Betrüger eine neue: Seit den Anfängen des E-Commerce liefern sich Betrüger und Händler ein Kopf-an-Kopf-Rennen um die Sicherheit der digitalen Geldbörse. Mit der stetigen Zunahme elektronischer Zahlungen steigt auch die Gefahr von missbräuchlichen Aktivitäten. Eine eindeutige Identifizierung von Käufer und Verkäufer ist die oberste Devise für eine sichere Abwicklung im Handel.

Doch die Verfahren, die Händler und Zahlungsdienstleister bisher anwandten, um die Identität der Person am anderen Ende des Zahlungsvorgangs sicherzustellen, stoßen an ihre Grenzen. PINs alleine sind nicht mehr sicher genug. Zu oft sind sie im Mailverkehr abgefangen, an Geldautomaten ausgespäht oder über Phishing-Mails abgefragt worden.

Das hat auch die Politik erkannt: Die zweite „Richtlinie über Zahlungsdienste im Binnenmarkt“ (PSD2) sieht nicht nur vor, den Zahlungsverkehr im EU-Raum auch für Nicht-Banken zu öffnen, um Innovationen und Wettbewerb zu fördern. Gleichzeitig soll der Verbraucherschutz erhöht werden: Hinter der neuen Richtlinie steht auch die erklärte Absicht, durch neue Anbieter, neue Lösungen und verstärkten Wettbewerb die Kosten im Zahlungsverkehr generell zu senken und die Sicherheit zu erhöhen. Deshalb schreibt PSD2 vor, dass zur Authentisierung des Zahlungsabsenders ab Januar 2018 jeweils zwei der drei Faktoren Wissen, Besitz und Charakteristik überprüft werden müssen.

Der Faktor Wissen besteht dabei aus etwas, was der Nutzer kennt, als zum Beispiel Benutzername, Kennwort, PIN oder TAN. Den Faktor Besitz erfüllen dage-





gen zur Zahlung fähige Besitzgegenstände wie Smartphone, Hardware-Token, Bankkarten oder Schlüssel. Als dritter Faktor gilt, was als körperliches Charakteristikum untrennbar zum Nutzer gehört: nach heutigem Stand der Technik also zum Beispiel Stimme, Fingerabdruck oder das Muster der Regenbogenhaut, der Iris.

Mit der Verbreitung des Smartphones kommt besonders diesem letzten Faktor, der Charakteristik, eine wachsende Bedeutung zu. Fingerabdrücke werden schon seit einigen Jahren von den Geräten der marktführenden Hersteller erkannt – doch sie können viel mehr, als nur das Passwort oder die PIN zu ersetzen und den Zugang zum Gerät zu steuern. Wallets wie Samsung Pay und Apple Pay integrieren die Erkennung des Fingerabdrucks schon jetzt in den Zahlungsvorgang, Computop bietet die biometrische Autorisierung über sein Computop Paygate an.

Das Interesse des Handels daran ist groß – gerade auch im Hinblick auf die kommenden Instant Payments, also Zahlungen, die ein Drittanbieter im Auftrag des Kontoinhabers quasi in Echtzeit durchführt. Auch sie unterliegen ab einem Transaktionswert von 30 Euro der Zwei-Faktor-Autorisierung, die die neue Richtlinie vorschreibt.

Sichere und eindeutige Identifizierung für Zahlungstransaktionen ist die Grundlage für spannende Entwicklungen im Handel wie zum Beispiel im Bereich Voice Commerce mit Alexa & Co. Erkennt das System,

ob der Sprechende überhaupt die Berechtigung hat, könnten schon bald ungewollte Onlineshop-Bestellungen von Gästen oder – auch das ist schon geschehen – des Fernsehprogrammes im Hintergrund verhindert werden. Auch für Einkäufe in virtuellen Handelswelten wird die Stimmerkennung als Sicherheitsmerkmal bald nicht mehr wegzudenken sein. Die Gesichtserkennung könnte integrierter Bestandteil von automatisierter Bezahlung beispielsweise im stationären Handel werden. Erste Versuche dazu sind bereits gelaufen: Bei dem auch „Pay by Selfie“ genannten Mastercard Identity Check wird eine Bezahlung beispielsweise dadurch autorisiert, dass der Käufer mit dem Smartphone ein Selbstportrait von sich schießt. Das wird wiederum mit einem Vergleichsbild abgeglichen. Stimmen die beiden Fotos überein, steht der Zahlung nichts im Wege. In nicht allzu ferner Zukunft könnte die Technik sogar so weit gehen, dass eine zwischengeschaltete App gar nicht mehr nötig ist.

Kaum ein Händler wird allerdings eigene Strukturen aufbauen wollen und können, um biometrische Merkmale sicher und vor allem datenschutzkonform zu speichern. Ideal für diese Aufgabe ist ein Zusammenspiel zwischen Hardware-Herstellern und Zahlungsdienstleistern. Die Anbieter der Hardware wie Smartphones, Tablets oder auch VR-Brillen speichern den Fingerabdruck oder das Stimmenmuster seiner Benutzer hochverschlüsselt auf dem Endgerät. An Computop werden jedoch nicht die Originalprofile übertragen, sondern lediglich nach einem bestimmten Muster verschlüsselte Zeichensequenzen, soge-

nannte Hashwerte. Computop prüft, ob der erhaltene Hashwert mit dem anfänglich hinterlegten Wert übereinstimmt, ohne jedoch die eigentliche Datei, den Fingerabdruck, wiederherstellen zu können. Auf diesem Weg ist eine sichere Identitätsprüfung möglich, ohne dass die biometrischen Daten verbreitet werden – was vielen Konsumenten besonders wichtig ist.

Einer der Vorreiter auf dem Gebiet der biometrischen Identifizierung für Endkonsumenten ist Samsung SDS. Dessen Technologie NexSign ist nach dem Standard der FIDO-Allianz zertifiziert. FIDO steht für „Fast Identity Online“. Die Allianz, bestehend aus zahlreichen,

oft multinationalen Unternehmen, entwickelt offene und lizenzfreie Standards für die sichere Authentifizierung im digitalen Raum und will die Abhängigkeit von oft unsicheren Passwörtern weltweit senken.

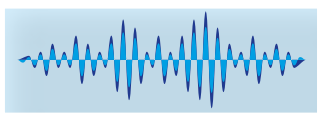
Die Samsung-Technologie NexSign bietet Nutzern nicht nur die fast schon standardmäßige Identifizierung am Smartphone mit dem Fingerabdruck. Es identifiziert auch anhand von Stimme, Gesicht und sogar der Netzhaut. Letztere Variante erfasst die individuelle Struktur der Iris, die dem Auge seine einzigartige Farbe gibt, und verrechnet sie in oben genannte Hashwerte. Mit deren Hilfe lassen sich Personen beim





Abgleich mit der Netzhaut eindeutig identifizieren. Das erleichtert etwa das mobile Bezahlen mit dem Smartphone, da die Eingabe komplizierter Passwörter entfällt und der Nutzer eindeutig identifiziert ist. Allerdings ist für den Iris-Scan eine Infrarotkamera am Smartphone notwendig, wie sie beispielsweise das neue Samsung S8 hat.

Doch die Einsatzmöglichkeiten biometrischer Authentifizierung erstrecken sich nicht allein auf die Absicherung von Zahlungstransaktionen oder die Nutzung am Smartphone. Zahlreiche Einsatzgebiete sind denkbar, die eine sichere Personenerkennung erfordern: die Anmeldung am Computer mittels einer Maus mit Fingerabdruckscanner zum Beispiel. Oder die gezielte Zugangskontrolle zu besonders schützenswerten Unternehmensbereichen. Für die sichere Identifizierung des Empfängers bei der 24-Stunden-Paketabholung an der Poststation können biometrische Daten ebenfalls gute Dienste erweisen.



Auch das Zuhause wird stetig intelligenter: Schon jetzt reagieren Smart Home Lösungen auf Zuruf. Inzwischen geht die Entwicklung sogar von reiner Voice Control zur tieferegreifenden Voice Authentication: In Zukunft werden Systeme nicht mehr nur durch die Stimme gesteuert. Neue Smart Home Lösungen werden sogar erkennen, wer gerade mit ihnen spricht. Dann kann etwa das Licht automatisch nach den Wünschen des jeweiligen Bewohners eingestellt oder die Zimmertemperatur angepasst werden. Ist der Fingerabdruck als Zugangskontrolle in die eigenen vier Wände inzwischen keine Seltenheit mehr, könnte dank fortschreitender Technik bald auch die Stimme als Türöffner dienen. Mit einem Codesatz wie „Sesam öffne Dich“ stünden dem Hausbesitzer im wahrsten Sinne des Wortes alle Türen offen: Licht, Temperatur und Fernsehprogramm könnten sich automatisch auf seine Präferenzen einstellen.

Gerade auch für die Automobilindustrie bringen biometrische Erkennungsmerkmale dringend benötigte



Sicherheit: einige Hersteller unterhalten inzwischen eigene Flotten von Mietwagen, wie etwa Car2Go der Daimler Mobility Services, die bei

Bedarf kurzfristig über eine App angemietet und am Zielort wieder abgestellt werden. Dort warten sie auf ihren nächsten Einsatz für einen App-Nutzer in der Nähe. Bezahlt wird nur die Zeit der Nutzung. Der Zugang zu den Fahrzeugen funktioniert derzeit zumeist über einen per SMS zugesandten PIN-Code. Hier könnte eine biometrische Identifizierung, zum

Beispiel über den Fingerabdruck, für deutlich mehr Sicherheit sorgen.

Rund um das Fahrzeug gibt es noch viele weitere Chancen, mit biometrischen Verfahren den Missbrauch zu reduzieren. Die Diebstahlsquote ließe sich senken, indem der Startknopf des Fahrzeugs den Fingerabdruck überprüft oder die Freisprechanlage eine Stimmidentifizierung vornimmt. Auch in Sachen Payment kann die Stimme Autofahrern die Fahrt erleichtern: Aus dem Stau heraus das Abendessen nach Hause bestellen und direkt bezahlen ist kein Problem mehr, um nur eines von vielen Beispielen zu nennen – dank Stimmauthentifizierung bleiben die Hände am Lenker. ☞



Klarna.

Zahlungen sind wichtig. Aber zufriedene Kunden sind wichtiger.

Die smarteste Customer Journey, die man sich vorstellen kann, mit mehr Möglichkeiten zu bezahlen und mehr Chancen zu verkaufen. Das ist smooth.



IN HISTORISCHEN BANKHALLEN: PLANET TRADE 2017 IN BERLIN




Eine Symbiose aus der Zukunft des Payments und alter Finanzluft ergab sich dieses Jahr beim Planet Trade, der jährlichen Payment-Konferenz powered by Computop am 9. und 10. Mai im Berliner Humboldtcarré. Das Humboldtcarré wurde 1901 für die Disconto Bank zwischen Gendarmenmarkt und Unter den Linden erbaut.

Wie wird sich das Payment in der Zukunft verändern? Was sind die neuesten Trends und Entwicklungen? Was bedeutet Omnichannel für den Handel? Alle diese Fragen wurden in drei Podiumsdiskussionen und zwölf Vorträgen heiß diskutiert und besprochen.

170 Teilnehmer informierten sich an den beiden Tagen über zukünftige Entwicklungen der Payment-Branche und hatten die Möglichkeit, sich bei einer Sightseeing-Tour auf der Spree durchs Zentrum von Berlin und einem Abendessen über den Dächern der Stadt auszutauschen. Der Abend endet meistens vor unserer Fotobox.



Vielen Dank an Discover, Inter-card, Daimler Mobility Services, Sixt, Samsung SDS, Facebook, ibi Research, Papagena Projects/adsigo, eshop World und dotsource für die interessanten und tollen Vorträge.

Ein großes Dankeschön geht auch an Discover als Hauptsponsor und an unsere weiteren 13 Sponsoren. 



Live-Impressionen vom Planet Trade 2017:
www.planet-trade.de/media/#_videos





PlanetTrade¹⁸

powered by Computop

SAVE THE DATE

16. und 17. Mai 2018

KÖLNSKY

mehr erfahren



main sponsor

DISCOVER
GLOBAL NETWORK

powered by



VON BARGELD, E-COMMERCE UND OMNICHANNEL: 20 JAHRE PAYMENT IM ÜBERBLICK

Geld hat eine lange Geschichte. Vor rund 2.700 Jahren in der heutigen Türkei erfunden, sollte es den Handel mit Kaufleuten aus fremden Ländern vereinfachen: Ware gegen Bares. Das blieb lange Zeit so. Noch bis in die 1980er Jahre galt die Devise „cash is king“. Erst in den letzten 20 Jahren hat der internationale Zahlungsverkehr richtig Fahrt aufgenommen. Technische Neuerungen und der Wunsch nach Convenience haben die beiden Computop-Gründer Frank Arnoldt und Ralf Gladis 1997 dazu bewegt, in den spannenden Markt des Payments einzusteigen. 20 Jahre später blicken sie auf Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Branche.

20 Jahre Computop: Eng verknüpft mit der Entwicklung des Payments ist auch die eigene Unternehmensgeschichte. In diesem Jahr feiert Computop 20-jähriges Bestehen – ein Blick zurück auf die Milestones

Als alles begann: Ralf Gladis und Frank Arnoldt rufen in einer Bamberger Studenten-WG das CompuTeam ins Leben, ein erfolgreiches Redaktionsbüro für IT-Fachjournalismus.

Aus CompuTeam wird CompuTop: Frank Arnoldt und Ralf Gladis gründen die Computop GmbH und beziehen ihr Büro in der Schwarzenbergstraße 4 in Bamberg.

Computop bietet auf www.netkauf.de ein virtuelles Einkaufszentrum mit sicherem Zahlungsverkehr an. Zu den Kunden der ersten Stunde zählen Kunert, Lexmark, CEWE Color, HypoVereinsbank und Tipp24.

1993

1997

1998

„Die Hauptantriebe für alle Änderungen in der Branche sind der technologische Fortschritt und das menschliche Bedürfnis nach Bequemlichkeit“, erklärt Ralf Gladis die rasanten Entwicklungen der letzten Jahrzehnte. Das Bezahlen mit Kreditkarte ab den 1950er Jahren oder das Abheben von Bargeld am Automaten waren zuerst Innovationen, die allerdings schon bald nicht mehr bequem genug waren. Angefangen mit PayPal im Jahr 1998, das nur noch eine Email-Adresse und ein Passwort für das sichere Bezahlen im Internet notwendig machte, folgten schon bald dutzende alternative Bezahlmethoden auf der ganzen Welt.

Auf der anderen Seite stehen seit jeher Sicherheitsbedenken, die Händler und Konsumenten umtreiben. Ihnen versuchten die Kreditkartenanbieter früh mit Sicherheitsstandards wie SET (Secure Electronic Transaction) zu begegnen. Diese ersten Standards für elektronische Zahlungen waren in der Praxis allerdings viel zu kompliziert für Kunden, Händler und Banken. Hier erkannten die Computop-Gründer Frank Arnoldt und Ralf Gladis eine Marktlücke: Als mit die ersten boten sie sichere Zahlungsabwicklung nach SET-Standard als Service an.

Seither hat sich viel getan. „Für mich sind ohne Zweifel E-Wallets wie Paypal und Online-Banküberweisungen wie IDEAL oder SOFORT die größten Innovationen in der Welt des Online Payments“, sagt Frank Arnoldt. Sie sind vor allem für die Nutzer eine Errungenschaft in Sachen Komfort. Außerdem bieten sie hohe Sicher-

heit für Konsumenten und Verkäufer. „Im stationären Handel sind es dagegen der chip-basierte EMV Standard und Near Field Communication (NFC), das etwa das Bezahlen mit dem Smartphone ermöglicht – auch ohne Internetverbindung.“

Heute geht es beim Payment aber längst nicht mehr nur um technische Innovationen. Die Herausforderung lautet, „Bezahlen auf allen Kanälen und global anzubieten. „Obwohl nach wie vor kulturelle und nationale Unterschiede die jeweiligen Zahlungspräferenzen der Käufer bestimmen, beobachten wir im stationären Handel einen Trend zu standardisierten, internationalen Lösungen“, so Ralf Gladis. „Anders ist es nach wie vor im E-Commerce: Hier dominieren lokale oder regionale Bezahlmethoden.“ Denn wenn es um Geld geht, ist Vertrauen die oberste Devise. Das baut sich nur langsam auf, weshalb Kunden auf die Mittel zurückgreifen, mit denen sie bereits gute Erfahrungen gemacht haben.

Das ist nicht die einzige Herausforderung, der die Payment-Branche heute begegnen muss. „Momentan gibt es vor allem drei große Punkte: Omnichannel, Diversität und Sicherheit“, erklärt der Payment-Experte. Obwohl der Bedarf nach einheitlichen Zahlungslösungen auf allen Kanälen hoch ist, können bislang nur wenige Anbieter alle Verkaufskanäle zufriedenstellend abdecken. In Sachen Diversität stellen

2008



Das Paygate wird geboren: Computop konzentriert sich weiter auf die sichere Abwicklung von Zahlungen. 2006 wird das Hauptprodukt Paygate als Marke eingetragen.

Sicherheit an erster Stelle: Computop führt im Auftrag von MasterCard und VISA Pilotprojekte durch, die mit 3D Secure und PCI die Sicherheit von Kreditkartenzahlungen im Internet garantieren.

Stetiger Ausbau: Giropay und PayPal kommen als Bezahlmethoden zu Kreditkarte und Lastschrift dazu. Nach und nach bietet Computop immer mehr Möglichkeiten für sichere Payment Abwicklung in der ganzen Welt – inzwischen sind es über 200.

2000

2001

2006

unterschiedliche Märkte, Branchen, Bezahlarten und POS-Terminals – und, nicht zu vergessen, die dadurch auf verschiedenste Weise generierten Daten – die Händler auf die Probe. Diese Daten werden im Computop Paygate in einer einzigen, standardisierten Datei aufbereitet, dem Computop Settlement File (CTSf). Im Zuge voranschreitender Diversifizierung werden Angebote wie dieses immer wichtiger für die Webshopbetreiber werden.

Das Thema Sicherheit ist und bleibt ein Dauerbrenner. Betrugsprävention wird durch Omnichannel-Lösungen, die Konnektivität und Interoperabilität benötigen, gleichzeitig wichtiger und schwieriger. Verschlüsselungen wie P2PE (Point-to-Point Encryption) am POS-Terminal sind deshalb schon bald unverzichtbar. „Wenn ich mir etwas wünschen könnte, wäre es, dass alle neuen Terminals P2PE-Verschlüsselung unterstützen, um die Kreditkartendaten der Käufer zu schützen“, sagt Frank Arnoldt. „Großes Potenzial hat außerdem die biometrische Authentifizierung: Sie erleichtert und beschleunigt Zahlungen und verringert das Betrugsrisiko signifikant.“

Für die Zukunft sieht er einen weiteren Zuwachs von E-Wallet-Lösungen wie AliPay, MasterPass, PayPal oder WeChat. In Europa werden auch Instant Payments, die die sekundenschnelle Überweisung zwischen verschiedenen Ländern ermöglichen, nach ihrer Einführung schnell an Bedeutung gewinnen. Doch

auch das Bargeld ist längst nicht aus dem Rennen. Obwohl Länder wie Schweden oder China in Richtung einer bargeldlosen Gesellschaft steuern und selbst in Deutschland die Bedeutung von barer Münze sinkt, ist es noch ein weiter Weg, bis diese Zukunftsvision Wirklichkeit wird. „Wir dürfen nicht unterschätzen, dass die meisten Kunden ihre Gewohnheiten nur langsam ändern.“

Für die nächsten fünf, zehn oder sogar 20 Jahre sieht der Computop-Gründer dennoch weitgreifende Veränderungen, die mit der fortschreitenden Digitalisierung einhergehen. „Unsere Autos werden Benzin und Parktickets bald automatisch bezahlen, unsere Smartphones zum wichtigsten Zahlungsmittel werden.“ Dazu ist es unverzichtbar, dass die Prozesse automatisiert und völlig reibungslos im Hintergrund ablaufen. „Die Payment-Industrie sollte daher eher auf bestehende Methoden setzen und diese optimieren, als ständig neue Wege zu erfinden, die nach kurzer Zeit wieder verschwinden.“

Auch die Banken werden sich auf neue Herausforderungen einstellen müssen. Genießen sie derzeit noch weitgehend das Privileg, exklusiv auf die Konten und Daten ihrer Kunden zugreifen zu können, müssen sie nach der neuen EU-Regelung PSD2 auf Wunsch des Kontoinhabers bald auch Dritten diesen Zugang gewähren. „Das schafft Raum für neue Innovationen und Services, zwingt die Banken aber auch dazu, neue

Fachwissen für den Onlinehandel: Der erste Planet Trade findet als Expertenkonferenz für E-Commerce in Bamberg statt.

Computop goes global: Mit den Büros in New York und ein Jahr später auch in London sowie ab 2013 in Hongkong/ Shanghai wird die Internationalisierung weiter vorangetrieben.

Von Online Payment zu Omnichannel: Computop vergrößert sein Angebot und bietet jetzt auch POS-Terminals an.

Erweitertes Portfolio: Das neue Tool „Mobile SDK“ für In-App-Payments wird in die Produktpalette aufgenommen.


2009

2011

2015

2016

Wege zu gehen, um sich dauerhaft gegen FinTech-Unternehmen zu behaupten", prognostiziert Ralf Gladis.

Dass biometrische Authentifizierung einen immer höheren Stellenwert einnehmen wird, zeigt sich ebenfalls an der neuen Richtlinie PSD2. Sie schreibt eine Zwei-Faktor-Identifizierung vor, für die sich biometrische Daten nahezu aufdrängen. „Fingerabdrücke, Stimm- oder Gesichtserkennung werden Benutzernamen und Passwörter meiner Meinung nach schon bald ersetzen“, bekräftigt Ralf Gladis. „Biometrie ist schnell, sicher und zuverlässig: Den eigenen Fingerabdruck kann man auch nicht vergessen.“ 

2004



2006



Großes Jubiläum: 20 Jahre nach der Gründung wickeln über 100 Mitarbeiter jährlich Zahlungen in Höhe von 24 Milliarden US-Dollar für über 14.000 internationale Kunden ab – Tendenz steigend.

2017



Vertrauen ist gut, SafeKey® ist besser

**Ein gutes Gefühl für Ihre Kunden
und einfaches Bezahlen mit
Membership Rewards® Punkten.**

- Minimieren Sie betrügerische Bestellungen.
- Erhöhen Sie die Attraktivität Ihres Shops für American Express® Karteninhaber.
- Nutzen Sie die Möglichkeit einer einfachen und gebührenfreien Integration seitens American Express.
- Profitieren Sie von der globalen Haftungs-umkehr für qualifizierte Transaktionen.

Sie als Vertragspartner von American Express genießen von den Vorteilen.

**Registrieren Sie sich jetzt auf
amexsafekey.com**

**Oder rufen Sie uns an unter
069 9797 - 2222**

(Montag bis Freitag von 8.30 bis 17.30 Uhr).

AMERICAN EXPRESS
SafeKey®

EINHEITLICHE STANDARDS DRINGEND GESUCHT

Mit ihrer Forderung nach einem einfachen und schnellen Zahlungstransfer im SEPA-Raum, für den sich der Begriff Instant Payments eingebürgert hat, forciert die EU eine Innovation im Payment. Auch über die übergeordnete Richtlinie PSD2 wird seit dem vergangenen Jahr stärker gesprochen, kommen durch sie doch neue Anforderungen an die Authentisierung auf Händler und Verbraucher zu. flow bringt Sie auf den aktuellen Stand.

Was die Europäer 2018 erwartet, klingt gut: Ein neues europäisches Zahlungssystem, das jeder Kontoinhaber in Europa nutzen kann. Geldtransfers werden 365 Tage im Jahr rund um die Uhr möglich sein und sind europaweit innerhalb von maximal 10 Sekunden abgeschlossen. Instant Payments soll nicht nur im Online-Banking verfügbar sein, sondern kann auch den Handel an der Kasse beleben und im Internet und als App auf dem Smartphone anwendbar sein. Auch der Datenschutz ist gewährleistet. Das sind vielversprechende Aussichten.

Doch damit Instant Payments sich im Markt durchsetzt und damit zu einem echten Fortschritt für das reibungslose Bezahlen wird, muss auch auf einheitliche Standards für die Authentisierung und Regulierung geachtet werden. Ohne klare Vorgaben für die praktische Durchführung besteht eine Gefahr, die schon viele gute Ideen scheitern ließ: dass durch Abweichungen im Detail Unübersichtlichkeit und damit Unsicherheit beim Anwender entsteht.

Beispiel Technik: derzeit argumentieren Banken und FinTechs noch darum, wie die Auslösung von Zahlungen durch die sogenannten Third Party Payment Service Provider ablaufen soll. PSD2 schreibt in seinen technischen Standards die Datenübergabe durch Schnittstellen (APIs) vor. Dienstleister, die schon jetzt erfolgreich Online-Überweisungen über die PIN und

TAN des Internetbankings veranlassen, möchten lieber beim Screen Scraping bleiben, dem automatisierten Auslesen und Ausfüllen von (Online Banking-) Webseiten. Sie fürchten, dass die Banken sie mit unzureichenden und langsamen Schnittstellen abspeisen, um die Leistungsfähigkeit der Wettbewerber gegenüber den eigenen Angeboten zu begrenzen.

Beispiel Authentisierung: PSD2 schreibt eine Zwei-Faktor-Authentisierung vor. Der Kunde muss sich beim Einkauf im Netz ebenso wie beim unbaren Bezahlen an der Kasse durch zwei der Faktoren Besitz, Wissen oder Eigenschaft identifizieren. Das kann bei der Debit-Karte der Besitz der Karte und das Wissen um die PIN sind, beim Bezahlen mit dem Smartphone der Besitz des Geräts und die Eigenschaft des Fingerabdrucks. Doch wer ist verantwortlich für die Überprüfung dieser Faktoren?

Laut PSD2 ist es derjenige Dienstleister, der die Zahlung auslöst. Im für den Verbraucher schlimmsten Fall könnten es mehrere Identifikatoren für das selbe Konto sein: wenn die Bank ein anderes Verfahren nutzt als ein großer Händler, der selbst als Zahlungsauslöser auftritt oder als ein PSP, der ein Identifikationstool für seine angeschlossenen Händler ausrollt. Und schließlich können auch die Gerätehersteller selbst auslösend tätig werden und ein ganz eigenes Verfahren entwickeln.



Genau hier droht das Chaos: Wenn Händler, Banken und PSPs die Authentisierung des Kunden unterschiedlich durchführen, entsteht für den Konsumenten kein einheitliches Bild von Instant Payments. Aus Sicht eines PSPs wie Computop könnte Instant Payments im Online-Shop Zahlungsmethoden wie Vorkasse, Online-Banking und Lastschrift ersetzen. Wenn die Authentisierung bei Instant Payments in jedem Shop anders abläuft, wird das die Käufer irritieren und die Akzeptanz von Instant Payments beschädigen und verlangsamen.

Um Instant Payments zum Erfolg zu führen, sollte die EBA daher zumindest einen Minimalstandard für die Authentisierung festlegen, den alle Teilnehmer nutzen können, wenn sie keine eigene Authentisierung erfinden wollen.

Ein Standard ist notwendig – der darf die kleinen Anbieter aber nicht benachteiligen


Ein Standard für die Authentisierung von Instant Payments ist auch notwendig, um die Konzentration im Markt zu vermeiden. Soll ein Kunde authentisiert werden, muss man ihn erst identifizieren. Die dafür notwendige Selbstregistrierung der Kunden ist aufwändig. Die Konsumenten werden sich bei Amazon, OTTO oder Zalando sicher problemlos registrieren, weil sie dort häufiger einkaufen. Aber lohnt sich der Aufwand einer Registrierung auch in einem kleinen Shop, den man nur einmal im Jahr nutzt? Durch die notwendige Registrierung droht ein Konzentrationsprozess im Online-Markt, der die Großen bevorzugt und die Kleinen benachteiligt. Das kann nicht gewollt sein. Auch deshalb sollte es für Instant Payments einen Standard für

die Authentisierung geben, den kleine Händler ohne komplizierte Registrierungsprozesse nutzen können.

Der Markt wird das alleine nicht schnell lösen können, weil die Bereitstellung einer regulatorisch konformen Authentisierung zum einen die Registrierung von Millionen Konsumenten erfordert und zum anderen die Implementierung in vielen Tausend Online-Shops notwendig macht. Im stationären Handel ist die Lage ähnlich kompliziert: Wenn die Zwei-Faktor-Authentisierung für Instant Payments und für bestehende Zahlarten erzwungen wird, kann das im Handel einen Austausch von POS-Terminals und -Software nötig machen. Das wäre ein teurer und jahrelanger Prozess.

Banken, PSPs und Händler bewegen sich aktuell im regulatorischen Niemandsland.

2018 soll Instant Payments verfügbar sein. Um Wettbewerb und Innovation zu stärken, ist ausdrücklich vorgesehen, nicht regulierten Dritten wie FinTechs oder PSPs den Zugang zu Instant Payments zu gewähren. Allerdings ist eine Erlaubnis oder eine kleine Regulierung nötig. Da solche Regulierungsprozesse viel Zeit in Anspruch nehmen, wird es höchste Zeit, Klarheit über die Anforderungen zu schaffen, damit alle Marktteilnehmer die Zeit haben, sich auf Instant Payments und Zwei-Faktor-Authentisierung vorzubereiten. Viele Experten zweifeln heute schon, ob der Zieltermin 2018 zu halten sein wird.

Instant Payments und starke Authentisierung sind gut für Europa. Deshalb sollten wir uns bei der Regulierung und Umsetzung keine vermeidbaren Fehler leisten. 

OMNICHANNEL AUF DIE SICHERE ART

Ratsch, Klack oder Pieps: wie bezahlen die Kunden bargeldlos im stationären Handel? Das Geräusch bringt es an den Tag!

Wer noch zur Ratsch-Fraktion gehört, für den ist ein Wechsel der Kartenterminals überfällig. Denn die Magnetstreifen-Technologie ist fehlerbehaftet und leicht auszutricksen. Mit einem Klack rasten die aktuellen Kredit- und Debitkarten ein; die Datenübernahme erfolgt vom eingebauten EMV-Chip, der aufgrund der eingebauten Authentifizierung mittels PIN ein deutliches Plus an Sicherheit mitbringt. Wenn an den Kassen nur noch ein Pieps ertönt, dann ist der Händler technologisch fast ganz vorne: durch NFC lassen sich nicht nur die neuesten Kreditkarten kontaktlos auslesen, sondern auch die zukunfts-trächtigen Zahlungen per Smartphone entgegennehmen. Und was fehlt noch zur technologischen Spitze? Eine hochverschlüsselte Anbindung an das Computop Paygate mittels PCI P2PE. Der neue Verschlüsselungsstandard macht nicht nur die

Datenübertragung sicher, er spart am POS Nerven und Geld – und ist die Eintrittskarte in internationales Omnichannel-Business.

Die Daten von Kredit- und Debit-Karten stehen ganz oben auf der Wunschliste von kriminellen Hackern. Deshalb nehmen die Angriffe auf die POS-Systeme im Handel, Restaurant- und Hotelketten zu. Erst vor kurzem wurden Kartendaten der weltweiten Hotelketten Marriot, Hyatt und Sheraton gestohlen. Das ist nicht nur für die Kunden ärgerlich, sondern auch ein Imageschaden für die betroffenen Unternehmen.

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 ohne Zwischenspeicherung stark verschlüsselt. Dabei bekommt jede Zahlung einen neuen Schlüssel. Entschlüsselt werden die Daten erst bei Computop. Dank der starken Codierung dürfen die Daten über beliebige Geräte übertragen werden. Dabei werden keine Echtzeiten angezeigt oder gespeichert und können somit auch nicht gestohlen werden – das schont die Nerven. Aus diesem Grund sind Händler, die den PCI P2PE Standard nutzen, nahezu vollständig von der sonst notwendigen PCI-Zertifizierung ihrer IT-Systemlandschaft befreit. Ein paar Kreuzchen auf einem PCI-Fragebogen reichen. Das spart bares Geld.

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 mobilen Geräten und Apps für die Omnichannel-Strategie im Handel.



Omnichannel im Backend-Tool: in Computop Analytics werden Zahlungen aus allen Kanälen in einer gemeinsamen Liste dargestellt und können individuell bearbeitet werden.

let's make
payment
happen




Wichtige Voraussetzungen für echten Omnichannel

Um die Integration der verschiedenen Absatzkanäle wirklich durchgängig umzusetzen, muss ein Zahlungsdienstleister einige wichtige Voraussetzungen erfüllen. Zum einen muss die Plattform für die einheitliche Anbindung sowohl von E- und M-Commerce als auch POS-Terminals geeignet sein. Nur so ist gewährleistet, dass echtes Omnichannel-Reporting die Auswertung von Umsätzen in allen Kanälen, in allen Filialen und in allen Online-Shops möglich macht. Die Buchhaltung muss auf Settlement Files zurückgreifen können, die weltweit standardisiert sind, um beim Zahlungseingang automatisch bis dahin unbezahlte Bestellungen als „bezahlt“ zu kennzeichnen (Reconciliation). Der Support findet durch die einheitliche Verarbeitung dann nicht nur Online- und mobile Zahlungen, sondern auch die Daten aus dem stationären Handel. Der erste deutsche Zahlungsdienstleister, der 2015 als P2PE Solution Provider zertifiziert wurde, heißt übrigens Computop und stellt mit seinen Terminals POS-Lösungen mit P2PE-Verschlüsselung bereit.

Bisher war die Bezahlung an POS-Terminals im stationären Handel 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 modernen POS-Terminals sind weltweit einsetzbar, und über den zentralen Zugangspunkt können Händler ohne viel Aufwand die wichtigsten lokalen Zahlarten und die besten Acquirer für ihr internationales Geschäft auswählen. 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. Wichtig ist daher, dass die verfügbare POS-Hardware von Countertop-Terminals zum Einsatz im Kassenumfeld über mobile POS-Terminals und Multimedia Terminals bis zu Self-Service Terminals für Automaten reicht. Die Unterstützung einer breiten Auswahl aktueller Kassenslösungen von führenden Herstellern wie IBM, Microsoft Dynamics AX, NCR oder Oracle macht die Integration ebenfalls leichter.

Wer sich also vom Ratsch trennen will, um seinen Kunden mit Klack mehr Sicherheit und mit Pieps mehr Komfort zu ermöglichen: nur zu! Mehr Sicherheit, Erleichterungen bei der Omnichannel-Integration und weltweite Reichweite sind gute Argumente dafür, auf die neuen P2PE-Lösungen zu setzen. 

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

BESTENS VERNETZT: DAS PARTNER MANAGEMENT BEI COMPUTOP



Irene Liberal
*Head of
Partner Management*

Sichere Finanztransaktionen auf allen Kanälen und in der ganzen Welt: Dafür steht die Zahlungsplattform Computop Paygate. Um für jeden Kunden den perfekten Zahlarten-Mix, aber auch Zusatzservices wie Bonitätsprüfungen und Währungsumrechnung bieten zu können, verfügen die Payment People über ein solides Expertenetzwerk entlang der Wertschöpfungskette für Händler: es reicht von den führenden Playern des Ökosystems der Händler, also Agenturen, Shop- und ERP-Systemen über Banken, Payment-Anbieter, und Finanzdienstleister bis hin zu Dienstleistern für Finanzbuchhaltung. Um sie kümmert sich das Team des Partner Managements.

„Unsere Aufgabe ist es, die richtigen Partner für unsere Kunden zu finden“, bringt Irene Liberal, Head of Partner Management bei Computop,

die Kernaufgabe des Teams auf den Punkt. Auch an die Partner sind die Ansprüche hoch: „Da wir für unsere Kunden arbeiten, müssen die Partner zu unserer Unternehmenskultur passen und gleichzeitig die Produkte anbieten, die unsere Kunden heute (und auch morgen) brauchen.

Dass die technischen Lösungen sehr gut sein müssen, ist selbstverständlich: unsere Aufgabe ist es, dass die beteiligten Experten auch dieselbe Sprache sprechen und sich verstehen – eine essenzielle Grundlage für ein erfolgreiches Projekt.“



**Marie-Christin
Gräfin von Plettenberg**
Partner Manager

Dazu ist es wichtig, sich ganz genau anzusehen, wo die Wünsche, Ziele und Schwierigkeiten eines jeden Kunden liegen – und dann die Partner aus dem bestehenden Netzwerk zu vermitteln, die dem Kunden bei der Bewältigung dieser Herausforderungen am besten zur Seite stehen können. Für Großprojekte kann das aber auch bedeuten, Partner nach ganz individuellen Ansprüchen ausfindig zu machen. Auch die Wünsche der Partner selbst finden bei den Partner Managern Gehör. Sie stehen in engem Austausch und arbeiten gemeinsam am perfekten Angebot.

Wenn ein neuer Webshop aufgebaut werden soll oder eine Optimierung des bestehenden Angebots ansteht, haben Irene Liberal und ihre Kollegen die richtigen Partner für ihre Kunden an der Hand – und die richtigen Kunden für ihre Partner. Unabhängig davon, ob der Händler eine individuelle Lösung entwickelt oder ein Standard-Shopsystem einsetzen möchte, stellt Computop die passenden Payment Services bereit. Dieses komplexe Netzwerk stetig zu erhalten, zu erweitern und an die Bedürfnis-



Stefan Grieger
Partner Manager

se des Marktes anzupassen, gehört zu ihrer täglichen Arbeit. Darum ist es besonders wichtig, alle neuen Entwicklungen und Trends der Branche genau im Blick zu haben. Auf Partnerevents, Messen und in persönlichen Gesprächen bleiben die Partner Manager immer am Puls der Zeit.

Deshalb sitzen sie auch nicht alle im Hauptquartier in Bamberg. Computop hat Payment-Spezialisten aus ganz Deutschland akquiriert, die in Berlin, Hamburg, München oder Frankfurt arbeiten. So entsteht auch eine räumliche Nähe zu den Partnern und Playern der Branche. Innerhalb des Partner Managements sind die Aufgaben allerdings eher nach Themengebieten als rein geografisch verteilt.

Im Team gibt es mit Marie-Christin Gräfin von Plettenberg eine Spezialistin für nationale und internationale Agenturen sowie Shopsystemanbieter. Stefan Grieger ist der Mann für die Finanzpartner, Sabrina Jantschik die Expertin für die Bereiche Reselling und White Labeling Partnerschaften. Eines haben sie gemeinsam: Sie sind allesamt „alte Hasen“ in der Payment Branche – allein Teamleiterin Irene Liberal kann auf über 25 Jahre Erfahrung zurückblicken.

Das gilt auch für den Experten für die technische Seite: Bernd Schelter sieht sich als Prüfer und Übersetzer zwischen den vielen Beteiligten. Er eruiert die notwendigen Schnittstellen und technischen Voraussetzungen für mögliche Partner und kümmert


sich um deren Anbindung. Dabei steht er in regem Austausch mit Produktmanagement und Development bei Computop sowie den externen Agenturen, die die Module zur Anbindung ans Paygate zur Verfügung stellen.



Bernd Schelter
Partner Manager

Besonders eng ist auch die Zusammenarbeit mit den Kollegen aus dem Vertrieb. So ist das Partner Management vor rund zwei Jahren als dediziertes Team im Bereich Sales entstanden: Irene Liberal berichtet an die Bereichsleitung Sales & Merchant Services, Martina Schmitt. Die Synergien zwischen den beiden Teams weiß man gut zu nutzen, und auch übergreifend ziehen die Partner Manager zusammen mit der Geschäftsleitung und den Abteilungen Business Development, Product Management und Development an einem Strang.

„Das Geschäftsfeld ist ständig im Wandel“, erklärt Irene Liberal, „einen typischen Arbeitstag gibt es für uns deshalb nicht.“ Dass sich die Bedürfnisse am Markt schnell und andauernd ändern, ist für die Partner Manager Herausforderung und Ansporn zugleich. Das zeigt sich zum Beispiel am Bereich Omnichannel Payment, den Computop führend vorangetrieben hat. Für das Team bedeutete das, die richtigen Partner

auch für den stationären Handel zu gewinnen und mit den bestehenden Partnern zusammen die neuen Geschäftsfelder auszubauen. In Zukunft wird es darum gehen, das Netzwerk weiter in Richtung des Bezahlers auf allen Kanälen auszubauen. Auch deshalb wächst das Partner Management bei Computop stetig weiter: Noch in diesem Jahr kommen zwei neue Kollegen zu den Payment People dazu. 



Sabrina Jantschik
Partner Manager

VIEL NEUES IM JUBILÄUMSJAHR

Das Herz von Computop schlägt für die Zahlungsabwicklung. Und es hat einen Namen: Computop Paygate. So heißt die eigenentwickelte und über 20 Jahre hinweg optimierte Zahlungsplattform, die die Kunden der Händler und Finanzdienstleister mit Hunderten von Zahlarten in aller Welt verbindet – über ein einzige Anbindung. Und wie das Herz den menschlichen Körper mit Blut versorgt, pumpt das Computop Paygate unablässig Zahlungstransaktionen durch das Netz, 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr. Doch in der digitalen Welt lässt sich das Herz optimieren, und so arbeiten die über 20 Entwickler bei Computop auch 2017 daran, zahlreiche neue Features zu implementieren. Hier ein Überblick über die wichtigsten.

Mobile Payment

Angebote für das mobile Bezahlen etablieren sich zunehmend. Mit großen regionalen Unterschieden: in China geht ohne mobile Zahlarten wie **Alipay** oder **WeChat Pay** gar nichts, während beispielsweise die aufmerksamkeitsstarke Zahlart **Apple Pay** um den weniger affinen Markt Deutschland noch immer einen Bogen macht.

Dennoch haben die Payment People die Zahlungsangebote der beiden großen Betriebssysteme für mobile Geräte integriert: sowohl **Apple Pay** als auch **Android Pay** sind im Computop Paygate verfügbar. Übrigens auch für stationäre Händler: wer über kontaktlose Kartenterminals verfügt, kann schon heute Zahlungen ausländischer Kunden mit diesen Wallets entgegennehmen.

Doch auch der europäische Markt kennt innovatives mobiles Bezahlen. Aus Skandinavien kommen **Mobile Pay by Danske Bank** und **Swish**, das die schwedischen Zahlungsgewohnheiten revolutioniert hat. Beide wurden 2017 in das Computop Paygate integriert und stehen Händlern, die in Nordeuropa aktiv sind, zur Verfügung.

Mit dem **Mobile SDK** stellt Computop zudem einen leicht zu integrierenden Software-Baustein für App-Entwickler bereit, mit dem sich das mobile Bezahlen und die Anbindung an das Paygate ganz einfach in die Entwicklung händlereigener Apps für iOS und Android einbauen lassen.

Internationalisierung

Der Handel wird stetig globaler, und viele Händler haben die Erfahrung gemacht, dass sich erfolgreiche Sortimente häufig auch in anderen als den Heimatmärkten durchsetzen können. Hier winken neue Absatzchancen – wenn man sich auf die Zahlungspräferenzen der neuen Kunden einstellt.

In Europa, Südamerika und China ist Computop schon traditionell gut aufgestellt mit dem Angebot zahlreicher APMs, der alternativen Zahlarten jenseits von Kredit- und Debitkarten. Durch die gute Zusammenarbeit mit **PayU** als Partner kamen 2017 weitere populäre Zahlarten für Afrika und Indien hinzu. Allein für letzteres haben Händler somit die Wahl unter den gängigen lokalen Kredit- und Debitkarten sowie Online-Transfers von rund 20 Banken, ohne eine lokale Niederlassung zu benötigen.



*Offen für Zahlungen:
das Tor-Icon steht für
das Computop Paygate*

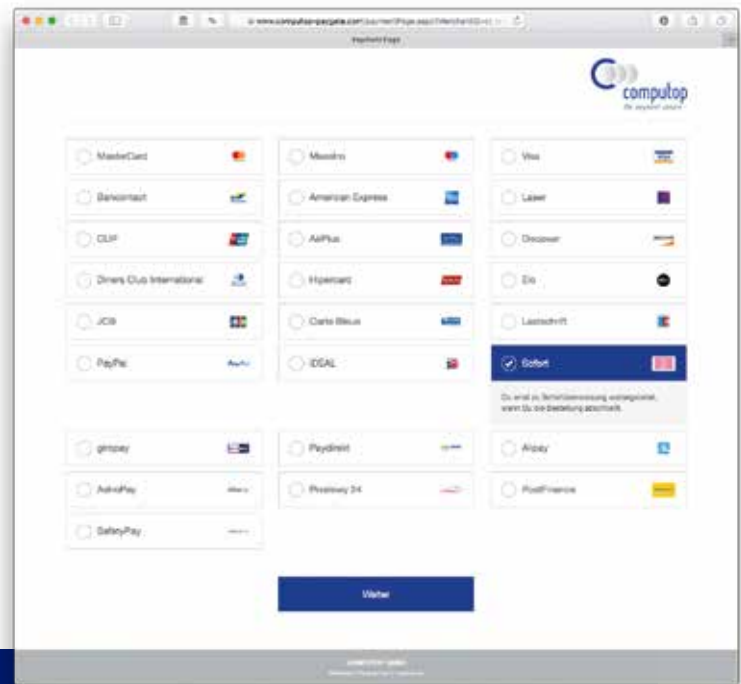
Computop ist damit auch der erste PSP, der alle Plattformen von PayU zusammenfasst und die Nutzung dieser vielfältigen Zahlarten mit nur einer Anbindung ermöglicht.

Mit anderen neuen Zahlarten wie **Dragonpay**, **e-Pay Petronas**, **PAYSBUY** wird das Angebot für Länder wie Malaysia, Thailand, Singapur oder die Philippinen weiter ausgebaut. Für den deutschen Markt mit seiner besonderen Affinität zu Rechnungs- und Ratenkauf ist **easycrredit by Teambank** als innovative Ratenkauf-Lösung neu in der Zahlartenauswahl, während mit **AfterPay** der Rechnungskauf in gleich neun europäischen Ländern realisiert werden kann.

Services

Für Händler, die gern eine überzeugende Auswahl an Zahlarten anbieten und dabei Wert auf besondere Flexibilität legen, hat Computop die **Hosted Payment Page** entwickelt. Diese Seite kann, wie auch das Kreditkarten- oder Lastschriftformular, im Design des Online-Shops gestaltet werden und führt die vom Händler ausgewählten lokalen Zahlarten übersichtlich auf. Für die Integration neuer Zahlarten reicht eine kurze Info an die Payment People, und schon ist das neue Angebot online verfügbar. Der Kunde wird durch den jeweiligen Zahlungsprozess geführt, ohne dass der Händler den Dialog in seinem Webshop programmieren muss. Am Ende steht nur die Information über die erfolgreiche Zahlung. Dieser Service steht bereits in 23 Sprachen für zahlreiche internationale Märkte zur Verfügung und wird stetig weiter ausgebaut.

Mit einem weiteren Angebot richtet sich Computop an Händler, die nicht nur die technische Abwicklung suchen, sondern auch das Vertragsmanagement und den Zahlungsfluss als Service beziehen möchten. Für viele Zahlarten bietet Computop schon heute das **Collecting** über Partner wie **PPRO** an. Eine weitergehende Lösung, die das komplette Payment aus einer Hand ermöglicht, wird 2018 an den Start gehen. [C](#)



Mit der Hosted Payment Page lässt sich eine große Zahlartenauswahl leicht und flexibel integrieren



COMPUTOP WÄCHST WEITER

...und braucht viele schöne Arbeitsplätze. Deswegen haben wir in der Schwarzenbergstrasse in Bamberg auch den ersten Stock übernommen und grundlegend renoviert. Alle anderen Etagen folgen. Dieses wunderschöne, hochwertige Büro ist der neue Standard und Modell für alle anderen Büros, sei es in Berlin, London, Shanghai, Hamburg oder Frankfurt.





Fotos: Bjoern Seitz

Das neue Büro in Berlin haben wir Ende Juni bezogen und sehr ähnlich eingerichtet.

Kommen Sie uns in Bamberg besuchen, wir haben tolle neue Meetingräume, einen super leckeren Kaffee und pressen Ihnen einen frischen Orangensaft an unserer Saftbar!

Unsere neue Adresse in Berlin:

[Computop – the payment people](#)

Gertraudenstr. 18, 6. OG

10179 Berlin

[JOBS@COMPUTOP.COM](#)

Lust, zu den Payment People zu gehören?
Aktuelle Stellenangebote auf [computop.com](#)





KUNDENDATEN – GRÜNDLICH GESCHÜTZT



von Donata Noack

Legal Counsel

Data Privacy Specialist

Seit 1. Mai 2017 ist mit Donata Noack eine Datenschutzexpertin im Team der Payment People. Die Juristin war zuvor bereits sechs Jahre als externe Datenschutzberaterin tätig, unter anderem auch für Computop. Deshalb ist sie schon bestens mit dem Unternehmen vertraut. Vom Frankfurter Office aus arbeitet sie derzeit hauptsächlich an der Umsetzung der neuen Datenschutzgrundverordnung. Das heißt in der Praxis: Prozesse prüfen, Vertragsmuster erstellen, Richtlinien entwerfen. Als Teil des Teams Legal ist sie außerdem Ansprechpartnerin für alle weiteren rechtlichen Belange.

Mit der am 25. Mai 2018 in Kraft tretenden EU-Datenschutz-Grundverordnung wird das Datenschutzrecht in Europa umfassend reformiert und noch mehr als bisher vereinheitlicht. Auch der Handel muss sich auf neue Anforderungen einstellen.

Derzeitige Rechtslage:

Derzeit gilt in Europa die EU-Datenschutz-Richtlinie (Richtlinie 95/46/EG). EU-Richtlinien finden in den Mitgliedstaaten nicht direkt Anwendung, sondern müssen in nationales Recht umgesetzt werden. Das unmittelbar anwendbare Regelwerk ist in Deutschland derzeit das Bundesdatenschutzgesetz, in welchem die EU-Datenschutz-Richtlinie umgesetzt und ausgestaltet wurde. Daneben gibt es zahlreiche spezialgesetzliche Regelungen zum Datenschutz in weiteren Gesetzen.

Zukünftige Rechtslage

Nun wird die EU-Datenschutz-Grundverordnung das zentrale, in Europa unmittelbar anwendbare Regelwerk zum Datenschutz werden. EU-Verordnungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie – anders als EU-Richtlinien – in den Mitgliedstaaten unmittelbar gelten und daher nicht in nationale Gesetze umgesetzt werden müssen. Mit Inkrafttreten der EU-Datenschutz-Grundverordnung wird die EU-Datenschutz-Richtlinie aufgehoben werden und das Bundesdatenschutzgesetz wird in seiner bisherigen Fassung nicht mehr gelten (gleiches gilt für die anderen nationalen Gesetze zum Datenschutz in den Mitgliedstaaten). Es wird ein komplett neues Bundesdatenschutzgesetz geben, in welchem nur noch einige wenige Punkte national geregelt werden, in denen die Datenschutz-Grundverordnung dies in sogenannten „Öffnungsklauseln“ ausdrücklich erlaubt. Zudem werden datenschutz-

rechtliche Regelungen für die Bereiche Polizei und Justiz getroffen werden.

Was wird sich ändern?

Die Datenschutz-Grundverordnung regelt, unter welchen Voraussetzungen personenbezogene Daten rechtmäßig verarbeitet werden können. Ihr räumlicher Anwendungsbereich wird weiter sein als derjenige der bisherigen Regelungen. Zukünftig wird das sogenannte „Marktortprinzip“ gelten, wonach die Datenschutz-Grundverordnung nicht nur für Verantwortliche und Auftragsverarbeiter in der Union gilt, sondern auch für solche mit Sitz außerhalb der Union, die Waren oder Dienstleistungen an betroffene Personen in der Union anbieten oder das Verhalten betroffener Personen in der Union beobachten. Die Transparenz- und Informationspflichten gegenüber betroffenen Personen werden umfangreich erweitert, ebenso bekommen betroffene Personen weitergehende Rechte als bisher (neu ist insbesondere das Recht auf Datenübertragbarkeit zwischen verschiedenen Stellen). Die Regelungen für die Auftragsverarbeitung (bisher Auftragsdatenverarbeitung) und das Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten (bisher Verfahrungsverzeichnis) ähneln den bestehenden Regelungen mit Änderungen in Teilbereichen, die technischen und organisatorischen Maßnahmen orientieren sich zukünftig an den Prinzipien Vertraulichkeit, Verfügbarkeit und Integrität. Zukünftig sind in bestimmten Fällen vor Beginn der Datenverarbeitung sogenannte



Datenschutz-Folgenabschätzungen zu erstellen. Das Pendant hierzu im Bundesdatenschutzgesetz ist die Vorabkontrolle, wobei mit der Datenschutz-Folgenabschätzung erweiterte und detailliertere Regelungen gelten werden. In der Datenschutz-Grundverordnung wird es schließlich neue Regelungen zu Haftung und Schadensersatz geben und die Sanktionen für Datenschutzverstöße werden wesentlich verschärft. Zukünftig können Geldbußen bis zu 20 Millionen Euro oder 4 % des gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahrs verhängt werden.

Computop trifft Vorbereitungen

Unternehmen in Europa müssen sich auf die EU-Datenschutz-Grundverordnung vorbereiten. Computop arbeitet bereits jetzt an der Umsetzung der neuen Vorschriften. Interne Prozesse werden überprüft und angepasst, Unternehmensrichtlinien überarbeitet, neue Vertragsmuster erstellt, Verträge entsprechend der neuen Vorschriften abgeschlossen, Verfahrensverzeichnis in ein Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten überführt, Datenschutz-Folgenabschätzungen erstellt und vieles mehr. Neue Vertragsmuster zur Auftragsverarbeitung, die den Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung entsprechen, sind für Kunden bereits jetzt auf Anfrage bei Computop erhältlich.

Sicherheitsmaßnahmen auf hohem Niveau.

Zum Schutz personenbezogener Daten werden technische und organisatorische Maßnahmen auf bewährt hohem Niveau getroffen. Computop ist nach dem Data Security Standard der Payment Card Industry (PCI-DSS) zertifiziert und unterzieht sich in diesem Zusammenhang regelmäßig strengen, externen Prüfungen. Das jeweils aktuelle Zertifikat kann auf der Webseite von Computop abgerufen werden, eine detaillierte Beschreibung aller im Rahmen der PCI-Zertifizierung zugrunde gelegten Prüfkriterien stehen auf der Webseite des PCI Standards Council unter www.pcisecuritystandards.org zur Verfügung.



Hinweis: Die Inhalte unserer Beiträge werden mit größter Sorgfalt recherchiert. Eine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Informationen kann jedoch nicht übernommen werden.

COMPUTOP IM FOKUS

Internationale Pressestimmen

The Reality Of High Street Shopping: Virtually Different

(...) Ralf Gladis explores how virtual reality is "by no means simply the stuff of movies anymore, offering safe and easy-to-use virtual reality shopping experiences for shoppers." (...)

Huffington Post Tech

Crosschannel-Payment: Worauf es in Zukunft ankommt

(...) Wenn der Kunde ein Produkt im Onlineshop bestellt, es aber im Laden um die Ecke abholen will, dann sollte er wählen können, ob er gleich online oder erst im Laden bezahlt. Meist nutzen Händler jedoch für das stationäre und das Online-Geschäft unterschiedliche Konten und Kreditkartenverträge. „Damit der Händler seine Bestände und Zahlungseingänge korrekt abgleichen kann, muss der Zahlungsdienstleister das stationäre und das Online-Payment beherrschen“, sagt Ralf Gladis, Geschäftsführer von Computop.(...)

iBusiness

Computop and AsiaPay form strategic partnership

Computop, a leading payment service provider, and AsiaPay, one of Asia-Pacific's most distinguished payment service providers, today announced their new strategic partnership. The relationship enables retailers to securely process payments in Asia-Pacific through Computop's Paygate payment gateway using the payment methods that consumers in the region prefer and trust, helping to positively impact sales and the overall customer experience. (...)

Finextra

EBA rudert bei E-Payment zurück

(...) Die Zahlungsdienstleister sehen Licht und Schatten in der kommenden Regulierung: Wenn die PSD2 zu Registrierungspflichten und Whitelisting führt, kann dies die KONzentration im E-Commerce weiter befeuern“, warnt Ralf Gladis. Andererseits verbindet der Geschäftsführer des Payment-Service-Providers Computop auch hohe Erwartungen an „Instant Payments“. Die Überweisung in Sekundenschnelle hat Gladis zufolge das Zeug zur „Killer-Applikation“ im Payment. (...)

Lebensmittel Zeitung

Sie wollen
mehr Kunden
gewinnen?

Wir bringen Sie mit Millionen Kartenbesitzern zusammen

Gemeinsam steigern wir Ihren Umsatz.

Ein Netzwerk. Viele Möglichkeiten. Nehmen Sie Karten
des Discover Global Network an und Sie erhalten Zugang
zu über 70 Millionen Kartenbesitzern weltweit.

Wir arbeiten zusammen

Erfahren Sie mehr unter DiscoverNetwork.com



Viele Karten. Ein Netzwerk.



United States
Discover Card



International
Diners Club



South Korea
BC Global Card



India
Rupay



Serbia
DinaCard



Brazil
Elo