

Michael Bratl: „Mit Mastercard Secure Code und Verified by Visa wird Onlineshopping noch sicherer, die Kreditkartendaten sind mit einem Passwort geschützt. Das funktioniert wie der PIN-Code der Maestrokarte“, erklärt der Produktmarketingexperte der Paylife Bank.

Kreditkarten mit Passwort

Christian Stemberger

economy: Der Einkauf im Internet wird immer beliebter. Warum?

Michael Bratl: Hier spielen viele Faktoren zusammen. Mittlerweile haben wir Kunden, die mit dem Internet aufgewachsen sind. Für die ist online einzukaufen genauso selbstverständlich wie etwa online zu spielen. Der Kunde erspart sich den Weg ins Geschäft und damit Zeit. Die Produktvielfalt ist größer und der Preisvergleich einfacher.

Auch die Kreditkarte wird immer beliebter. Zieht der Erfolg des Onlinehandels sie mit?

Nein, der Grund für die Erfolgsgeschichte der Kreditkarte ist die zunehmende Mobilität der Endverbraucher. Auf Auslandsreisen ist sie ein sehr unkompliziertes und daher beliebtes Zahlungsmittel. Dazu kommt der Versicherungsschutz, den Kreditkarten bieten.

Online kommen immer neue Zahlungsmittel dazu, verliert die Kreditkarte deswegen Marktanteile?

Nein, der Onlinehandel wächst insgesamt und die Kreditkarte be-



Als virtuelle Einkaufsstraße bietet das Internet größte Produktauswahl und einfachen Preisvergleich. Sichere Zahlungsmittel machen das Shopperlebnis perfekt. Foto: Bilderbox.at

hauptet ihren Marktanteil von mehr als 70 Prozent ohne Mühe.

Warum hat Sicherheit beim Onlineshopping eine so große Bedeutung?

Im Internet wird ein Kauf nicht Zug um Zug – also Ware gegen Geld – abgewickelt. Daher spielt die Vertrauensfrage eine noch größere Rolle als bei einem Einkauf in der realen Welt.

Was macht die Kreditkarte sicher?

Nur Händler, die einen Vertrag mit einer kartenausgebenden Bank haben, können auch Geld abbuchen. Allein die Existenz eines Kreditkartenvertrags beweist schon eine gewisse Seriosität des Händlers. Bei Vorauskasse beispielsweise hat der Kunde diese Gewissheit nicht. Dazu werden die Karteninhaber unterstützt, wenn Probleme auftauchen sollten – etwa wenn die Ware gar nicht geliefert wurde.

Welche Vorteile hat der Händler?

Der Kunde zahlt ja nicht bar, der Händler gewährt dem Kartenzahler also einen Kredit. Trotzdem muss er sich nicht darum kümmern, ob die-

ser Kunde über die notwendige Bonität verfügt und wie hoch das Risiko des Zahlungsausfalls ist.

Sie arbeiten daran, die Kreditkarte noch sicherer zu machen.

Richtig. Die großen Kreditkartengesellschaften haben schon vor längerem ein Zahlungsverfahren auf Basis der 3D-Secure-Technologie eingeführt: Mastercard Secure Code und Verified by Visa. Dabei gibt der Karteninhaber bei der Transaktion ein Passwort ein – ähnlich dem PIN-Code der Maestrokarte. Dadurch steigt sowohl die Sicherheit des Kunden, denn seine Kartendaten sind nun passwortgeschützt, als auch die Sicherheit des Händlers, da er für diese Transaktion eine Zahlungsgarantie erhält.

Wenn ein Händler 3D-Secure eingeführt hat, kann man bei ihm nur mehr mit 3D-Secure einkaufen?

Nein. Der Händler kann weiterhin mit Kunden abrechnen, die nicht für 3D-Secure registriert sind.

Ist die Registrierung für den Kunden kompliziert?

Das dauert nur wenige Minuten.

Sie pochen vehement auf die Einhaltung des Datenschutzstandards der Kartenindustrie, genannt PCI DSS, durch die Händler.

Ja, die sichere Verarbeitung und Speicherung von Kreditkartendaten ist für alle Beteiligten von großer Bedeutung. Die einfachste, kostengünstigste Lösung für den Händler ist hier, die Kreditkartendaten erst gar nicht selbst zu verarbeiten, sondern dies einem Zahlungsabwicklungsdienstleister zu überlassen.

Was würden Sie einem Händler, der auf größtmögliche Sicherheit Wert legt, noch empfehlen?

Schalten Sie Ihren gesunden Hausverstand ein! Wenn eine Kreditkarte in kurzer Zeit zehnmal hintereinander eingesetzt wird oder wenn aus Übersee eine Bestellung mit einem sehr hohen Warenwert eingeht, sollte der Händler immer Vorsicht walten lassen.

Wie kann der Händler hier den Überblick behalten?

Da bieten die Zahlungsabwicklungsdienstleister Monitoringsysteme an.

Zur Person



Michael Bratl ist für Produktmanagement und Marketing Business Development Acquiring bei Paylife verantwortlich.

Foto: Paylife Bank