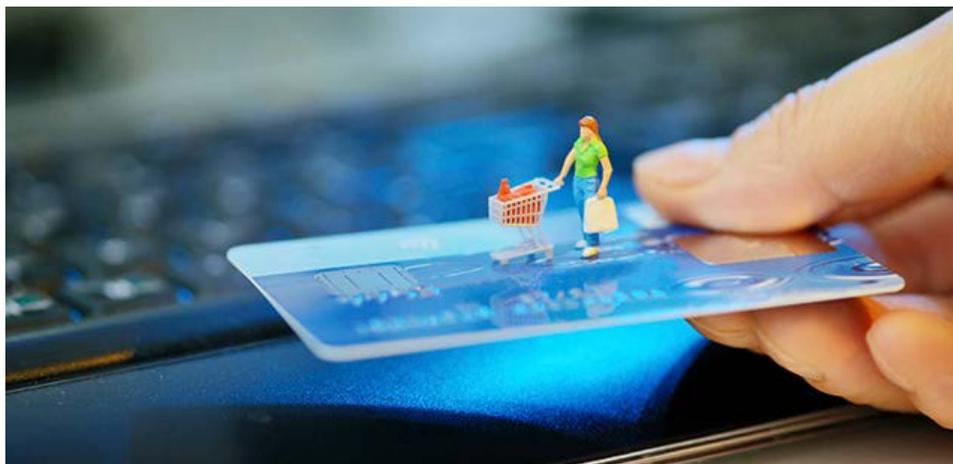


Shopbetreiber müssen 2-Faktor-Authentifizierung für sicheren Zahlungsverkehr umsetzen

Durch die Payment Services Directive 2 der Europäischen Union (**PSD2**) sollen Verbraucher beim Online-Shopping sicherer bezahlen können. Shopbetreiber müssen daher ihre Zahlungsarten PSD2-konform anpassen, um keine Abmahnungen und Bußgelder zu kassieren.



Online-Einkauf: Shopbetreiber müssen bis spätestens 31. Dezember 2020 die PSD2-konforme Umstellung der Zahlungsarten in ihrem Online-Shop umsetzen.

Die Europäische Union arbeitet schon seit langem an einem Konzept, um den Bezahlvorgang in Online-Shops sicherer zu gestalten. Mit der Zahlungsdiensterichtlinie (PSD2), die zweistufig im Januar 2018 und September 2019 in Kraft getreten ist, wird nun erreicht, dass Verbraucher, Händler und Unternehmen eine maximale Wahlmöglichkeit und Transparenz bei Zahlungsdiensten haben.

Rückblick: Schon seit 2007 wurden die EU-Binnengrenzen sukzessiv abgeschafft und die verschiedenen Zahlungsverkehrsmärkte der EU-Mitgliedstaaten harmonisiert, was den freien Verkehr von Waren, Dienstleistungen und Kapital zwischen den Mitgliedstaaten ermöglichte. Seitdem können auch Zahlungsdienstleister wie Klarna oder PayPal europaweit ohne Wettbewerbsnachteile agieren. Kunden haben dadurch mehr Rechte bei Auskünften, Autorisierungen und Durchführungen von Transaktionen, Erstattungen von Zahlungen sowie Haftungen im Falle von unautorisierten Zahlungen.

Neuen und innovativen Zahlungsmitteldienstleistern soll durch die PSD2 der Markteintritt erleichtert werden. Um dies zu erreichen, müssen Banken ihre Schnittstellen zu Konten und Zahlungssystemen öffnen. Um die dadurch entstehen-

den Sicherheitsrisiken abzufedern und Verbraucher bei elektronischen Zahlungen angemessen zu schützen, findet die neue Kundenauthentifizierung SCA (Strong Customer Authentication) Anwendung.

Durch die SCA und den damit verbundenen zusätzlichen Verifikationsmechanismus können Banken und Kartenaussteller leichter überprüfen, ob eine online veranlasste Zahlung tatsächlich legitim ist. Dabei können folgende Faktoren zum Einsatz kommen, aus denen jede Bank und jeder Zahlungsdienstleister individuell zwei Kombinationen auswählen kann:

- etwas, was nur der Kunde weiß, bspw. ein Passwort
- etwas, was nur der Kunde besitzt, bspw. ein Token oder ein registriertes Handy
- etwas, was den Kunden eindeutig identifiziert, bspw. ein Finger- oder Gesichtsabdruck

Seit Inkrafttreten der PSD2-Bestimmungen müssen Shopbetreiber die sichere 2-Faktor-Authentifizierung in ihrem Bezahlsystem integrieren. Ist dies nicht der Fall, muss eine Bank die Kartenbelastung ablehnen. Die Folge: Bestellungen werden aufgrund von abgelehnten Kartenzahlungen storniert. Zudem drohen Abmahnungen und Bußgelder. Shopbetreiber müssen bis spätestens 31. Dezember 2020 die PSD2-konforme Umstellung der Zahlungsarten in ihrem Online-Shop umsetzen. Diesen zeitlichen Aufschub hat die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) gewährt.

Standard Online-Shops, die mit Magento oder Shopware betrieben werden, sind meist nicht selbst Zahlungsanbieter, sondern setzen

den Bezahlvorgang mit Hilfe eines Payment-Service-Providers wie Wirecard oder PayOne um. Hier sind also die Zahlungsanbieter selbst in der Pflicht, die SCA in den Bezahlvorgang zu integrieren. In diesem Fall genügt es, Kontakt mit dem Payment-Service-Provider aufzunehmen und das Extension-Update für den Bezahlvorgang nachzurüsten. Shopbetreiber können in diesem Zuge auch überlegen, neue Online-Zahlungsmittel für ihre Kunden anzubieten, die nicht nur SCA-zertifiziert sind, sondern auch einfache Umstiegsszenarien anbieten.

Ein Nachteil der starken Kundenauthentifizierung: Erfahrungsgemäß steigt mit jedem zusätzlichen Schritt innerhalb des Bezahlvorgangs die Kaufabbruchrate – Kunden wollen möglichst einfach und schnell bezahlen können. Daher empfiehlt es sich, im Zuge der Integration der PSD2-konformen Zahlungsarten, den Online-Shop systematisch zu optimieren, um dem Kunden ein attraktives Einkaufserlebnis zu ermöglichen.

Schon kleine Verbesserungen wie eine leichte Navigation auf der Seite, mobil-angepasste Bilder und konkrete Produktbeschreibungen können die Nutzer-Convenience erhöhen und Kaufabbrüche verhindern.

Hendrik Herms

IMPRESSUM

Verlag

Deutscher Fachverlag GmbH, Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main
Registergericht AG Frankfurt am Main HRB 8501
UStIdNr. DE 114139662

Geschäftsführung: Peter Esser (Sprecher), Sönke Reimers (Sprecher),
Markus Gotta, Peter Kley

Aufsichtsrat: Andreas Lorch, Catrin Lorch, Peter Ruß, Angela Wisken
Redaktion: Christina Kahlen-Pappas (verantwortlich),
Telefon: 069 7595-1153, E-Mail: christina.kahlen-pappas@dfv.de

Verlagsleitung: RA Torsten Kutschke,
Telefon: 069 7595-1151, E-Mail: torsten.kutschke@dfv.de

Anzeigen: Eva Triantafyllidou,
Telefon: 069 7595-2713, E-Mail: Eva.Triantafyllidou@dfv.de

Mitherausgeber:

BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Fachbeirat: Gregor Barendregt, Carl Zeiss AG; Andrea Berneis, thyssenkrupp Steel Europe AG; Ralf Brandt, divieni patch Beteiligungs GmbH; Joern-Ulrich Fink, Central Compliance Germany, Deutsche Bank AG; James H. Freis, Jr., Chief Compliance Officer, Deutsche Börse AG; Otto Geiß, Fraport AG; Mirko Haase, Hilti Corporation; Dr. Katharina Hastenrath, Frankfurt School of Finance & Management; Corina Käsler, Head of Compliance, State Street Bank International GmbH; Olaf Kirchhoff, Schenker AG; Torsten Krumbach, Bosch Sicherheitssysteme GmbH; Dr. Karsten Leffrang, Getrag; Prof. Dr. Bartosz Makowicz, Europa-Universität Viadrina Frankfurt/Oder; Thomas Muth, Corpus Sireo Holding GmbH; Stephan Niemann; Dr. Dietmar Prectel, Osram GmbH; Dr. Alexander von Reden, BSH Hausgeräte GmbH; Hartmut T. Renz, Citi Chief Country Compliance Officer, Managing Director, Citigroup Global Markets Europe AG; Dr. Barbara Roth, Chief Compliance Officer, UniCredit Bank AG; Jörg Siegmund, Getzner Textil AG; Eric S. Soong, Group Head Compliance & Corporate Security, Schaeffler Technologies AG & Co. KG; Elena Späth, AXA Assistance Deutschland GmbH; Dr. Martin Walter, selbstständiger Autor, Berater und Referent für Compliance-Themen; Heiko Wendel, Rolls-Royce Power Systems AG; Dietmar Will, Audi AG.

Jahresabonnement: kostenlos

Erscheinungsweise: monatlich (10 Ausgaben pro Jahr)

Layout: Uta Struhalla-Kautz, SK-Grafik, www.sk-grafik.de

Jede Verwertung innerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

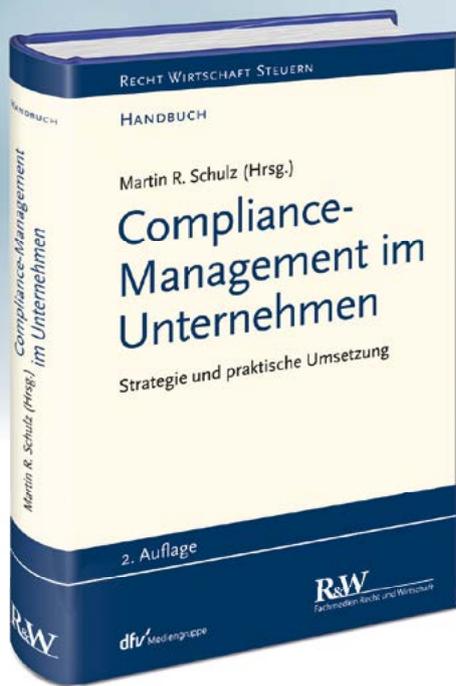
Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. Mit der Annahme zur Alleinveröffentlichung erwirbt der Verlag alle Rechte, einschließlich der Befugnis zur Einspeicherung in eine Datenbank.

© 2020 Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt am Main



Hendrik Herms verantwortet den Geschäftsbereich Consulting der **Löwenstark Online-Marketing GmbH**. Er befasst sich mit komplexen Kundenproblemen im Bereich E-Business und entwickelt hierfür maßgeschneiderte digitale Lösungen und Strategien. Dabei greift er auf eine langjährige Erfahrung als Digitalverantwortlicher in verschiedenen Medienhäusern zurück.

Erfolgsfaktor Compliance-Management



Herbst
2020

Das Handbuch

Mit seinen vielfältigen Perspektiven und Handlungsempfehlungen aus Wissenschaft und Praxis will das vorliegende Handbuch dazu beitragen, Compliance-Management als anspruchsvolle Führungsaufgabe erfolgreich zu bewältigen.

Die Schwerpunktthemen sind:

- Erläuterung der Grundlagen eines wirksamen Compliance-Managements
- Vorstellung einer ganzheitlichen Integration zentraler Management-Aspekte
- Hinweise zum Aufbau einer effektiven Compliance-Organisation
- Umgang mit Compliance-Risiken
- Verknüpfung rechtswissenschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Kenntnisse
- Zahlreiche Praxisbeispiele und Gestaltungsempfehlungen

Topaktuelle Neuauflage und Erweiterungen zu:

- Geldwäscheprävention
- Selbstreinigung im Vergaberecht
- Verbandsanktionengesetz
- Whistleblowing-Systeme
- Datenschutz und Cyber Security
- Tax Compliance
- Interne Untersuchungen

Der Herausgeber

Prof. Dr. **Martin Schulz**, LL.M (Yale) lehrt deutsches und internationales Privat- und Unternehmensrecht an der German Graduate School of Management and Law (GGs) in Heilbronn. Er leitet dort das Institut für Compliance und Unternehmensrecht und verfügt zudem über langjährige Erfahrung als Rechtsanwalt.

Alle Autoren sind ausgewiesene Experten aus der Wissenschaft, renommierte Rechtsanwälte und Unternehmensjuristen sowie Compliance-Officer, die über langjährige Kenntnisse und Erfahrungen im Umgang mit Compliance-Themen in Unternehmen verfügen.

Martin Schulz (Hrsg.)

Compliance-Management im Unternehmen Strategie und praktische Umsetzung

2., aktualisierte und erweiterte Auflage 2020 | Handbuch
vorbestellbar | ca. 1.000 Seiten | geb. | ca. € 159,-
ISBN: 978-3-8005-1738-1

Weitere Informationen
shop.ruw.de/17381