

## Presseclipping

---

Kunde: Computop

Publikation: Onlinehändler News

Ausgabe: 16.01.2020

Seite: Online

Titel: „Im Payment gibt es keine Revolution, nur Evolution“

Auflage / Page Impressions pro Monat: 221.200 PIs

URL: <https://www.onlinehaendler-news.de/e-commerce-trends/payment/132280-payment-trends-2020-computop-ralf-gladis-interview>

**16.01.2020**

**Autor:** Michael Pohlgeers

**Rubrik:** Payment

## Interview mit Computop-Gründer Ralf Gladis

„Im Payment gibt es keine Revolution, nur Evolution“



Payment im Online-Handel gehört zu den Bereichen, in dem die Händler unbedingt am Ball bleiben müssen. Dabei geht es nicht nur um die Kundenbedürfnis, die sich durch neue Entwicklungen verändern und erfüllt werden müssen, sondern auch um gesetzliche Regelungen, die Händlern das Leben erschweren können. Wir haben mit Ralf Gladis, Gründer und Geschäftsführer des Payment-Service-Providers Computop, über die Payment-Entwicklungen gesprochen, mit denen sich Händler in diesem Jahr auseinandersetzen müssen.

**OnlinehändlerNews: Herr Gladis, was waren die wichtigsten Payment-Themen im Jahr 2019?**

Ralf Gladis: 2019 stand im Zeichen der Umsetzung der PSD2 und von 3D Secure 2.0. Computop ist ja als besonders beratungsstarker PSP bekannt, und wir haben gemerkt, dass unsere Händler hier viele Fragen haben. Dass die EZB dann zum Jahresende Druck aus dem Kessel genommen hat, war sehr positiv, denn leider waren noch nicht alle Akteure im Zahlungsprozess soweit, eine reibungslose Abwicklung zu gewährleisten. 2019 war aber auch das Jahr, in dem sich Apple Pay im Markt bewähren musste. Dadurch ist das Thema Mobile Payment auch in Deutschland stärker in die Aufmerksamkeit gerückt.

Biometrie wird eines der wichtigsten Themen



**Ein neues Jahr liegt nun vor uns. Welche Entwicklungen im Payment-Bereich werden Händler nun in den nächsten Wochen und Monaten beschäftigen?**

Wir sehen mehrere Themen, die 2020 eine große Rolle spielen werden, allen voran Biometrie. Mobile Commerce wird immer wichtiger, und Händler sind gut beraten, ihren Kunden einen komfortablen Login über TouchID oder FaceID anzubieten. Das erschwert den Identitätsdiebstahl. Vor allem aber können Händler so die Kontrolle über die Authentifizierung zurückgewinnen, die ihnen mit 3DS2 verloren geht. Wenn sich der Kunde bereits mit einem sicheren Prozess biometrisch anmeldet, muss der Issuer keine weitere Authentifizierung durchführen, sondern lässt die Kartenzahlung reibungslos durchgehen – gut für die Konversionsrate. Aber auch Omnichannel bleibt wichtig. Wir werden eine noch engere Verzahnung von

Online- und stationärem Geschäft sehen. Ein großer Knackpunkt bleibt dabei die Zahlungsabwicklung über eine einzige Plattform, denn ohne saubere Übergabe der Zahlungsdaten bleiben Käufe und Retouren zwischen den Kanälen einfach halbherzig.

**Die PSD2 treibt den Handel nun schon seit geraumer Zeit um, vor allem die starke Kundenauthentifizierung sorgt für Unruhe. Wie wird die Umsetzung der PSD2 Ihrer Meinung nach verlaufen?**

Vor allem entspannter als in den letzten Wochen vor dem 14.09.2019. Händler, Acquirer und Issuer haben verstanden, dass es ernst wird. Das 3DS2.2-Protokoll, dessen Implementierung viele der wichtigen Ausnahmen der PSD2 erst ermöglicht, wird nach und nach Einzug halten und für die „Frictionless Payments“ sorgen, die uns versprochen wurden. An das Computop Paygate angebundene Händler, die jetzt schon PSD2-ready sind, könnten den Zeitvorsprung bis zum Jahresende nutzen, einen Schritt weiter zu gehen und Biometrie zu integrieren.

„Komfort ist der Treiber im Zahlungsverkehr“

**Welche Trends werden Online-Händler auch noch über das Jahr hinaus beschäftigen?**

Die meisten Themen brauchen länger als ein Jahr, um sich durchzusetzen. Scheitern geht schneller. Im Payment gibt es keine Revolution, nur Evolution, weil sich die Gewohnheiten der Menschen nur langsam ändern. Immerhin geht es um ihr Geld. So wie uns Mobile Payments schon seit Jahren beschäftigen, wird uns auch die Einführung der Biometrie noch länger in Atem halten. Bei beidem müssen wir einfach dranbleiben und immer an der Nutzerfreundlichkeit arbeiten. Denn Komfort ist der Treiber im Zahlungsverkehr.

**Vielen Dank für das Gespräch!**