

Presseclipping

Kunde: Computop

Magazin: ChannelPartner - www.channelpartner.de

Ausgabe: Online

Titel: „Click to Pay – Geldbeutel 3.0“

Datum: 14.09.2022

Redakteurin: Ronald Wiltscheck

URL: <https://www.channelpartner.de/a/click-to-pay-geldbeutel-3-0.3341212>

Click to Pay – Geldbeutel 3.0

Schon Ötzi hatte ihn vor über 5.000 Jahren und auch die Ägypter und Römer trugen ihn mit sich herum – den Geldbeutel.



Ist die automatische Geräteerkennung eingeschaltet, entfällt beim digitalen Einkauf das lästige Eintippen weiterer Daten (Kreditkartennummer, Ablaufdatum, CVC-Code, Einmalpasswort, etc.)

Foto: Antonio Guillem - shutterstock.com

Zunächst war das Portemonnaie für Münzen gedacht, es veränderte sich dann aber im Laufe der Zeit - mit der Weiterentwicklung des Geldes: Für die Scheine gab es schließlich eigene Fächer und auch Debit- oder Kreditkarten haben seit Längerem ihren festen Platz. Da ist es nur recht und billig, dass es für das digitale Bezahlen auch einen digitales Geldbeutel wie Click to Pay gibt - der nächste Schritt des Portemonnaies.

Einfach ein bisschen besser

Am POS (Point of Sale) eher selten, werden Zahlungen im E-Commerce immer wieder abgebrochen. Der Grund ist ein zu umständlicher und langsamer Check Out: Bevor bezahlt werden kann, muss die Kreditkarte aus dem Geldbeutel gekramt, die Kartendaten müssen eingegeben und meistens eine Sicherheitsabfrage durchgeführt werden - alles Hürden, die dazu führen können, dass der Kunde den Onlineshop ohne Einkauf verlässt. So gaben etwa in der aktuellen Bundesbank-Studie 19 Prozent der 25- bis 34-Jährigen an, den Kaufvorgang abzubrechen, wenn eine mobile TAN oder ein Passwort nötig sind.

Hier können Wallets wie Click to Pay, das von den sechs größten Kartengesellschaften gemeinsam entwickelt wurde, zu einem echten Gamechanger werden: Ist die automatische Geräteerkennung eingeschaltet, muss die gewünschte Karte im Click to Pay-Wallet lediglich ausgewählt werden - kein langwieriges Eintippen von Ablaufdaten, Karten- oder Prüfnummern mehr. Außerdem entfallen in der Regel zusätzliche Authentifizierungsmaßnahmen.

Möglich wird das, indem bei der initialen Kartenregistrierung im Click to Pay-System ein Token mit Device-ID für das verwendete Endgerät angelegt wird. Wird von diesem Gerät erneut mit der Karte bezahlt, dann tauschen die Kartengesellschaft und der Payment Service Provider (PSP) des Shops diesen Token aus, ergänzt um ein Einmal-Kryptogramm. Der Token besteht aus einer beliebigen Zahlen-Buchstabenkombination und ersetzt die Klardaten der Kreditkarte. Da die Zusammensetzung des Tokens auf keinem Algorithmus basiert, können die Daten rechnerisch nicht zurückgewandelt werden. So haben Hacker keine Chance, auf die Karteninformationen zuzugreifen. Bei Ablauf der Karte werden die Daten mithilfe der Token-Technologie automatisch erneuert.

Ein schneller Check Out für schnelle Entscheidungen

Laut der PWC-Studie "Gen Z is talking. Are you listening?" beeinflussen positive Produktbewertungen auf Social Media über 30 Prozent der Digital Natives bei ihrem Kaufverhalten. Außerdem kaufen 26 Prozent von ihnen einen neuen Pullover oder den Dekoartikel, weil sie Angeboten und Werbeanzeigen aus den sozialen Medien folgen - was wiederum zu häufigeren Spontankäufen führt.

Da das Gehirn alle drei Sekunden eine Entscheidung trifft, sollte auch der Check Out so schnell wie möglich ablaufen - besonders bei spontanen Kaufentscheidungen. Ansonsten könnten Kaufabbrüche die Folge sein. Spontanshopper, die kein Kundenkonto besitzen, können daher mit Click to Pay den Express-Check Out nutzen: Sowohl die Karteninformationen als auch Rechnungs- und Lieferadresse sind im Wallet hinterlegt. Beahlt der Kunde, übergibt der digitale Geldbeutel die Daten an das Backend des Shops, wo sie anschließend weiterverarbeitet werden. Das Bezahlen wird so wesentlich schneller und trägt so zu einer höheren Konversion bei.

Sicherheit trotz Geschwindigkeit

Neben Geschwindigkeit und Komfort spielt auch die Sicherheit im Check Out für die Kunden eine entscheidende Rolle. Daher werden die Kreditkartendaten nicht nur durch die Token-Technologie geschützt, sondern auch durch Biometrie und das 3-D Secure 2-Verfahren. Wie die Next-Gen Impact Studie von 2022 ergab, ist das vor allem für die Gen Z ein Pluspunkt. Immerhin ist ihnen Sicherheit wichtiger als allen anderen Generationen. Auch in der Wahrnehmung der Nutzer hat das Bezahlen mit dem Smartphone insgesamt dazugewonnen: In der 2020 erschienen Studie der Initiative Deutsche Zahlungssysteme sahen nur knapp ein Viertel dieses Bezahlfahren als sicher an. Im Folgejahr waren es bereits 50 Prozent.

Als Händler Click to Pay im Shop anbieten

Wallets wie Click to Pay kommen besonders bei der jungen Generation gut an: In der aktuellen Bundesbankstudie gaben 40 Prozent der 18- bis 24-Jährigen an, eine Debit- oder Kreditkarte in einem Wallet hinterlegt zu haben. Bei den 25 bis 34-Jährigen sind es 34 Prozent. Da gerade Millennials und die Generation Z für den Handel immer wichtiger werden, sollten ihre Bezahlvorlieben von den Shopbetreibern berücksichtigt werden.

Um Wallets wie Click to Pay integrieren zu können, müssen sich Händler jedoch zunächst bei ihrem PSP erkundigen, ob dieser das Bezahlverfahren unterstützt. Für das Verfahren selbst gibt es wiederum zwei Umsetzungsmöglichkeiten: Entweder kann der Click to Pay-Button am Ende oder bereits am Anfang des Check Out-Prozesses integriert werden. Bei Ersterem wird der Button dem Kunden erst bei der Auflistung der verfügbaren Zahlarten angezeigt, sprich nachdem er sich in den Kundenbereich eingeloggt oder seine Bestelldaten eingegeben hat. Bei einer Integration zu Beginn des Bestellprozesses kann Click to Pay mit dem Express-Check Out einer seiner Stärken ausspielen: Gelegenheits- und Einmalkäufer müssen keine zusätzlichen Bestelldaten eingeben, ein Klick genügt. Eine Kombination beider Verfahren ist jedoch ebenfalls möglich.

Wer eine Visakarte besitzt, für den ist Click to Pay keine Zukunftsmusik mehr: Seit 2021 bietet die Kartengesellschaft ihren Kunden die Möglichkeit, ihre Visakarte im Wallet zu nutzen. MasterCard zieht dieses Jahr nach. Auch Diners und American Express befinden sich schon in der Vorbereitung. Aber bereits jetzt ist klar: Mit der Integration von Click to Pay stellen Händler ihren Kunden ein Wallet zur Verfügung, das nicht nur mit starken Marken auftrumpft, sondern auch in Sachen Geschwindigkeit und Sicherheit beim Kunden punkten kann - und das mit einem Klick.