

Neue europäische Pläne erschweren Online-Shopping und bauen Hürden für Verbraucher auf

- **Schnelles Bezahlen (Express Checkout) bei Online-Händlern soll eingeschränkt werden. Das betrifft heute die Hälfte aller E-Commerce-Umsätze**
- **61 % der europäischen Verbraucher sagen, dass zusätzliche Schritte beim Online-Bezahlvorgang zu einer höheren Abbruchquote führen**
- **Einschränkungen beim Zugang zu Online-Shopping-Angeboten außerhalb Europas betreffen Transaktionen im Wert von rund 6 Milliarden Euro**

Frankfurt am Main, 22. November 2016 – Die neuen europäischen Regelungen im E-Commerce führen zu erheblichen Einschränkungen beim Online-Shopping und zu höherer Komplexität für Verbraucher, befürchtet Visa.

Die Europäische Bankenaufsichtsbehörde (EBA) hat Vorschläge zur Umsetzung einer besonders strengen Verbraucher-Authentifizierung (strong customer authentication, SCA) vorgelegt. Die Pläne umfassen einen statischen Ansatz, wonach jede Transaktion über zehn Euro zusätzliche Schritte beim Bezahlvorgang erfordert. Diese können zum Beispiel die Eingabe von Passwörtern, Codes oder den Einsatz eines Kartenlesers beinhalten.

Unabhängige Marktforschung, die im Auftrag von Visa in fünf europäischen Ländern durchgeführt wurde, macht den potenziellen Einfluss dieser Veränderungen deutlich. In der Praxis bedeuten die Vorschläge:

- **Keine schnelle Zahlungsabwicklung (Express Checkout) beim Online-Shopping.** Hierzu gehören Bezahlvorgänge mit nur einem Klick – auch bei Anbietern, bei denen Verbraucher regelmäßig einkaufen. Außerdem zählen dazu automatische In-App-Zahlungen, wo Zahlungsinformationen bereits hinterlegt sind. Visa schätzt, dass die Hälfte aller E-Commerce-Transaktionen in Europa betroffen wäre. Die Ergebnisse der Marktforschung zeigen, dass fast zwei Drittel (61 %) der Befragten den Kauf abbrechen würden, wenn zusätzliche Schritte für den Bezahlvorgang beim Online-Shopping hinzukommen.
- **Eingeschränkter Zugang zum Online-Shopping außerhalb Europas.** Die Vorschläge sehen vor, dass internationale Webseiten den neuen europäischen Regelungen entsprechen müssen. Andernfalls werden Käufe automatisch abgelehnt. Visa schätzt, dass Zahlungen in Höhe von mehr als 6 Milliarden Euro betroffen wären. Das entspricht zwei Drittel aller europäischen Transaktionen über internationale Webseiten. Laut der von Visa in Auftrag gegebenen Umfrage kaufen 51 % der Befragten momentan auf Webseiten von Händlern außerhalb der EU ein.

- **Längere Schlangen an der Kasse** und Probleme bei der Nutzung von Karten, z.B. an Mautstellen und Parkplätzen, an denen derzeit keine PIN-Eingabe erforderlich ist. Allein in Frankreich betrifft dies über 500 Millionen Fahrten im Jahr.¹

„Diese neuen Vorschläge könnten Verbraucher beim Online-Shopping erheblich einschränken. Die Pläne bringen viele Komplikationen und Unannehmlichkeiten mit sich, wie beispielsweise abgelehnte Transaktionen sowie längere und kompliziertere Kaufabwicklungen mit wenig oder gar keinem Nutzen für die Verbraucher“, sagt Albrecht Kiel, Regional Managing Director für Zentraleuropa bei Visa.

„Wir unterstützen starke Sicherheitsmaßnahmen voll und ganz. Allerdings muss bei der Zahlungsabwicklung auch auf die Balance zwischen Sicherheit und Bequemlichkeit geachtet werden. Der geplante ‚One-size-fits-all‘-Ansatz erschwert Kunden, die Zahlung so zu tätigen, wie sie es möchten – unabhängig von Ort, Zeit oder dem verwendeten Gerät. Dies führt zu Kundenfrustration und verringerten Umsätzen.

E-Commerce ist in ganz Europa zu einer Erfolgsgeschichte geworden, trotz des schwachen gesamtwirtschaftlichen Wachstums in dieser Zeit. Die Initiative der Europäischen Bankenaufsichtsbehörde könnte diese Erfolgsgeschichte bremsen und die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Unternehmen gegenüber der Konkurrenz aus anderen Teilen der Welt verringern.“

Die Europäische Bankenaufsichtsbehörde wird die endgültigen Vorschläge für die neuen Standards am 12. Januar 2017 veröffentlichen. Sie sind die Antwort auf die Anforderungen der Payment Service Directive (PSD2). Diese schreibt die SCA für alle elektronischen Bezahlungen vor.

Albrecht Kiel fügt hinzu: „Es ist nicht nachgewiesen, dass die vorgeschlagenen Regelungen wirklich Betrug reduzieren. Aktuell haben wir ein System, das auf risikobasierter Authentifizierung basiert und funktioniert. Dadurch können intelligente Entscheidungen getroffen werden, ob beispielsweise ein bestimmter Einkauf mit einem Risiko behaftet ist. Hierbei werden zum Beispiel das genutzte Endgerät und vorherige Einkaufsmuster berücksichtigt.“

Die Betrugsrate bei Visa Karten liegt heute bei rund 5 Cent pro 100 Euro. Verbraucher sind vor Betrugsverlusten geschützt – dafür haften Händler und Banken. Sie nehmen das Risiko auf sich, um ihren Kunden ein reibungsloses Bezahlen zu gewährleisten.

Mehr Informationen zur Antwort an die Europäische Bankenaufsichtsbehörde von Visa finden Sie hier: <https://www.visaeurope.com/about-us/policy-and-regulation/>

¹ 545 Millionen Kartentransaktionen wurden im Jahr 2015 laut dem Jahresbericht von Autoroutes de France abgewickelt: <http://www.autoroutes.fr/FCKeditor/UserFiles/File/Chiffres%20clés%20ASFA%202016%20BD.pdf>

Über Visa Inc.

Visa Inc. (NYSE:V) ist ein globales Unternehmen für Zahlungstechnologie. Visa verbindet Verbraucher, Unternehmen, Finanzinstitute und Regierungen in mehr als 200 Ländern und Regionen und ermöglicht schnelles, sicheres und zuverlässiges elektronisches Bezahlen. Wir betreiben mit VisaNet eines der fortschrittlichsten Netzwerke für Transaktionsabwicklung weltweit. Dieses Netzwerk ermöglicht die Abwicklung von 65.000 Transaktionen pro Sekunde und bietet Verbrauchern Schutz vor Betrug und Händlern sichere Bezahlmöglichkeiten. Visa ist keine Bank und gibt selbst keine Karten aus, verlängert keine Kredite und legt nicht die Preise und Gebühren für Verbraucher fest. Die Innovationen von Visa ermöglichen es Finanzinstituten, ihren Kunden eine größere Auswahl zu bieten: unabhängig davon, ob sie direkt mit Debitprodukten, im Voraus mit Prepaidprodukten oder im Nachhinein mit Kreditkartenprodukten bezahlen. Mehr Informationen finden Sie auf unserer Webseite (www.visaeurope.com), dem Visa Vision Blog (www.vision.visaeurope.com) und [@VisaEuropeNews](https://twitter.com/VisaEuropeNews).

Kontakt

Alina Rietmann / Matthias Adel

Adel & Link Public Relations

Tel.: +49 69 153 40 45 35

visa@adellink.de

Website: www.visa.de

Twitter: [@VisaEurope_DE](https://twitter.com/VisaEurope_DE)

Instagram: [@Visa_de](https://www.instagram.com/Visa_de)