

**SUCCESS STORY**  
Joules:  
Maßgeschneiderte  
Zahlungsoptionen

## BRASILIEN:

E-Commerce am Zuckerhut

## YAPITAL:

Bezahlen über alle Kanäle

## AUSBLICK:

Die Kasse der Zukunft



**60.000 Händler. 19 Länder. 1 Mission:**

**Empowering. E-Commerce.  
Worldwide.**



<http://infos.rakuten.de>

**R Rakuten**



# ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT (II)

Zeitreisen bis ins Jahr 2015 ...

beleuchtet die gleichnamige Science-Fiction-Film-Trilogie Ende der Achtziger Jahre. Im ersten Teil rauschen die Filmhelden bei ihrem Zeitsprung in die Vergangenheit nach 1955 knapp an der Weltausstellung 1964 vorbei. Anlässlich dieses Ereignisses beschreibt der Science-Fiction-Autor Isaac Asimov die Welt in 50 Jahren, also von heute. Seine Vorhersagen sind beeindruckend, denn er sieht räumliches Fernsehen, Bildtelefonie und Stromerzeugung aus Sonnenlicht etabliert, die Robotertechnik hingegen noch nicht ausgereift und ein großes Problem im Alltag.

Weil die Menschen mehrheitlich Maschinen bedienen, leiden sie massiv an der „Krankheit der Langeweile“ mit starken sozialen, mentalen und emotionalen Symptomen, so dass die Psychiatrie als medizinische Fachrichtung immer wichtiger wird. „Einige Glückliche werden kreative Arbeit machen können; sie werden die wahre Elite der Menschheit sein.“

Im zweiten Teil von „Back To The Future“ wagen die Filmhelden einen Blick in die Zukunft von 2015. Anlässlich eines Fachartikels im Business Reporter beschreibt der Mitbegründer von Computop Ralf Gladis die Kasse der Zukunft. Im Juli 2015 sieht er für die Kunden neue Einkaufserlebnisse mit einem Quick-Checkout, bei dem sie mit der Ware einfach an der Kasse vorbeigehen. Ein Kontrollblick auf das Handy bestätigt die Anzahl der gekauften Produkte sowie den automatisch bezahlten Kaufpreis. Eine Shopping-App navigiert den Kunden vorher durch das Geschäft. Verkäufer sind immer zur rechten Zeit am rechten Ort, weil sie die Position ihrer Kunden kennen. Auch die Produktauswahl ist kundenspezifisch optimiert, denn die App registriert, wo die Kunden interessiert stehenbleiben.

Warum das schon heute keine Zukunftsmusik mehr ist, erfahren Sie auf Seite 9 in diesem Heft und ich hoffe, dass Sie auch sonst beim Durchblättern an der einen oder anderen Stelle interessiert „hängenbleiben“.

Frank Arnoldt, geschäftsführender Gesellschafter

## INHALTSVERZEICHNIS

E-COMMERCE IN BRASILIEN	04
YAPITAL: BEZAHLEN ÜBER ALLE KANÄLE	06
DIE KASSE DER ZUKUNFT	09
KENNEN SIE COMPUTOP CHINA?	12
SUCCESS STORY JOULES	14
EXTENSION FÜR HYBRIS	16
AUSGEZEICHNETE LÖSUNG	17
DIE COMPUTOP-ADMINS	18
PARTNER IM FOKUS: SCENERIC	20
ALLES, WAS RECHT IST	22
INTERNATIONALE PRESSESTIMMEN	23

### IMPRESSUM

#### Redaktion & Verlag

Computop Wirtschaftsinformatik GmbH  
Schwarzenbergstr. 4 · 96050 Bamberg

#### Herausgeber

Frank Arnoldt, Ralf Gladis

#### Koordination

Helmut Schemm

#### Mitwirkung

Annie Abrams, Anna Goudinoudis, Jan-Claire Luzarraga,  
Dr. Peter Posse, Michael Rassinger, Petra Wagner

#### Druck

Rixen-Druck oHG · Hubertusstraße 11 · 47877 Willich

#### Entwurf & DTP-Produktion

bobureau\* Lars Banka · Jakobstr. 165 · 52064 Aachen

#### Bildnachweis

Computop; Studio 4 · Marion Renè Wagensonner;  
iStock.com: fotosipsak, isitsharp, rodho, SelectStock; Joules; sceneric; yapital

Die Redaktion übernimmt für die veröffentlichten Beiträge lediglich die presserechtliche Verantwortung. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion vom Herausgeber nicht übernommen werden. Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.



# E-COMMERCE IN BRASILIEN: CHANCEN UND RISIKEN AM ZUCKERHUT

Brasilien zählt zu den aufstrebenden Wirtschaftsnationen und ist mit seinen fast 200 Millionen Einwohnern der bevölkerungsreichste Staat Südamerikas. Als Mitglied der sogenannten BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) zeichnet sich Brasilien durch ein Wirtschaftswachstum aus, das weit über europäischen Standards liegt. Das Land spielt eine große Rolle als Exporteur von Rohstoffen (z.B. Eisenerz), aber auch bei Lebensmitteln wie Kaffee, Kakao oder Zucker.

## **Kaufkraft und E-Commerce**

Durch die Zunahme der Wirtschaftsleistung erhöht sich die Kaufkraft der brasilianischen Bevölkerung. Im Bereich E-Commerce durchläuft Brasilien ein rasantes Wachstum. 2012 erreichten die Online-Verkäufe einen Umfang von 17 Mrd. US-Dollar. Bis 2017 rechnet man mit einer weiteren Steigerung auf fast 30 Mrd. US-Dollar. Mittlerweile hat jeder zweite Brasilianer Zugang zum Internet, die Dichte an Mobilgeräten steigt kontinuierlich. Beim Thema Online-Payment muss der Händler allerdings einiges beachten..

## **Zahlungsmittel und Besonderheiten**

Ein großer Teil der Online-Zahlungen wird über Kreditkarten abgewickelt. Bei 75% dieser Zahlungen nutzen brasilianische Kunden die Ratenzahlung. Der Händler bekommt den vollen Betrag sofort gutgeschrieben, während die Bank an den anfallenden Gebühren verdient. Nur etwa ein Drittel aller Kreditkarten in Brasilien ist international für E-Commerce einsetzbar. Für die meisten lokalen Karten, auch wenn sie von AMEX, Mastercard oder Visa ausgegeben wurden, sind Verträge mit lokalen Partnern nötig, um diese annehmen und einen



guten Umrechnungskurs erzielen zu können. Zu den inländischen Karten in Brasilien zählen Aura, Elo und Hipercard.

Zusätzlich gehört die Cash-in-Lösung Boleto Bancário zu den verbreiteten Zahlungsmethoden im E-Commerce. Der Händler stellt dem Käufer dafür eine Art Pro-forma-Rechnung aus, die dann an Geldautomaten, bei Banken, Postfilialen, Einzelhändlern oder via Internet-Banking bezahlt werden kann. Auch reine Online-Überweisungen gehören zu den Zahlungsoptionen, die Kunden vom Händler in Brasilien erwarten.

### Risiken und Betrugsprävention

Das Betrugsrisiko im E-Commerce ist in Brasilien relativ gering. Brasilianische Kunden benötigen neben ihrer elfstelligen Steuernummer (CPF) auch eine gültige Telefonnummer für den Online-Einkauf. Ein Algorithmus überprüft dabei die Echtheit der Daten durch den Querabgleich mit öffentlich zugänglichen Datenbanken. Da der Großteil brasilianischer Karten nur für den inländischen Zahlungsverkehr freigegeben ist, können organisierte kriminelle Aktivitäten gegenüber ausländischen Händlern weitgehend ausgeschlossen werden.

### Steuern und Abgaben

Das brasilianische Steuersystem ist äußerst komplex. Importwaren werden mit Zöllen bis zu 60% belegt, es gibt über 300 verschiedene Steuerkategorien für Güter und Dienstleistungen. Abweichungen in den verschiedenen Bundesstaaten sind keine Seltenheit. Auch mit steuerlichen Aufschlägen beim interregionalen Handel mit Waren muss man rechnen. Um den Verkäufer vor den Tücken des brasilianischen Fiskus zu verschonen, empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit einem Zahlungsanbieter, der die örtlichen Gegebenheiten kennt und lokale Steuern auf ein Minimum reduzieren kann.

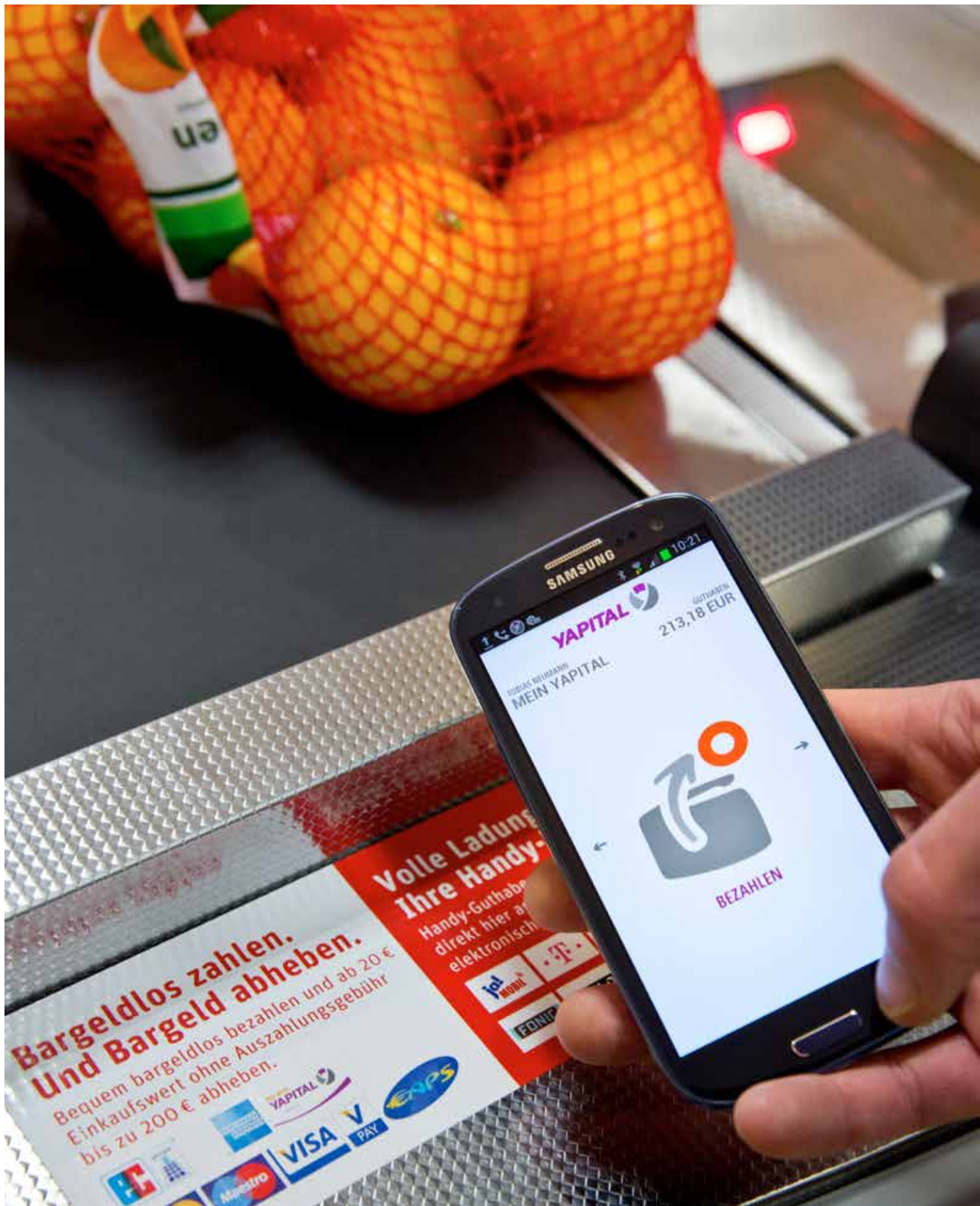
Um in diesem komplexen Umfeld die notwendige Expertise zu bieten, hat Computop kontinuierlich sein Know-how für Brasilien ausgebaut. Alle wichtigen Zahlarten wie lokale Kreditkarten, Boleto Bancário oder Überweisungen bei den führenden brasilianischen Banken sind im Paygate integriert.

Auch bei der Steueroptimierung und der Fremdwährungskonversion bieten die Payment People umfassende Unterstützung. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass Händler vom vollen Potential des brasilianischen Marktes profitieren.



**Hipercard**

**Gelten nicht nur am Zuckerhut:**  
*Im Paygate-Portfolio sind auch die wichtigsten südamerikanischen Zahlarten enthalten.*



**Bargeldlos zahlen.  
Und Bargeld abheben.**

Bequem bargeldlos bezahlen und ab 20 €  
Einkaufswert ohne Auszahlungsgebühr  
bis zu 200 € abheben.



**Volle Ladung  
Ihre Handy-**

Handy-Guthaben  
direkt hier an  
elektronisch



# YAPITAL: BEZAHLEN ÜBER ALLE KANÄLE

In Zeiten des Multichannel-Handels profitiert der Point of Sale online wie offline von Mobile Payment. Um sich auf diesem Markt durchzusetzen, muss eine mobile Bezahlmethode dem Handel und auch Konsumenten echten Mehrwert liefern wie etwa die Kompatibilität zu allen Vertriebskanälen. Yapital ist als erstes europäisches Cross-Channel-Payment genau darauf ausgerichtet, wie ein Rückblick auf das erste Jahr am Markt verdeutlicht.

Das erste europäische Cross-Channel-Payment Yapital ist seit Juli 2013 auf dem Markt und wird als mobile Zahlungsmethode bereits bei rund 50 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen sowohl online als auch offline akzeptiert. Darunter befinden sich beispielsweise Arqueonautas, baur, die Novum Group Hotels oder REWE. Erst kürzlich wurde die Zusammenarbeit mit otto.de, dem Dessous-, Wäsche- und Bademoden-Label Lascana, Hansa Funktaxi sowie der Hamburger Pizzeria „Bella Ciao“ verkündet.

Seit April 2014 funktioniert Yapital bei SportScheck auf allen Kanälen, das heißt in allen 18 Ladengeschäften deutschlandweit, im Onlineshop sowie beim Kauf auf Rechnung. Dabei wird der Charme einer Bezahlmethode, die auf allen Kanälen eingesetzt werden kann und sämtliche Ausgaben in einer Echtzeit-Übersicht auflistet, besonders deutlich.

Neben der kanalübergreifenden Komponente ist die Alltagstauglichkeit von Yapital essenziell: Yapital ist ein Everywhere Payment für den Everywhere Commerce. Yapital soll dem Konsumenten überall im Alltag begegnen. Aus diesem Grund sind Händler jeder Größe und jedes Vertriebskanals wichtig und interessant für Yapital. Um möglichst flächendeckend Akzeptanzstellen zu gewinnen, muss die Implementierung von Yapital bei den Geschäftspartnern so einfach wie möglich sein. Um diesen Anspruch zu gewährleisten, kooperiert

Yapital mit Partnern höchster Expertise auf ihrem jeweiligen Gebiet wie beispielsweise mit Computop als einem der führenden Dienstleister für den elektronischen Zahlungsverkehr im Online-Handel.

Das Produkt entwickelt sich stetig – von einer einfachen „Wallet-Lösung“ zum Cross-Channel-Payment mit Zusatznutzen. Sowohl die Möglichkeit, in Echtzeit alle Transaktionen einzusehen als auch die Funktion, anderen Yapital-Nutzern Geld zu senden, bringen schon jetzt handfeste Vorteile für die Konsumenten. Im Mai präsentierte Yapital eine Lösung, mit dem sich ein revolutionärer Verkaufskanal eröffnet: Dank der Platzierung eines QR-Codes neben einem Produkt wird schon bald der direkte Abverkauf vom Werbeträger möglich sein. Dies können beispielsweise das Schaufenster, der Newsletter oder das Werbeplakat sein. Mit einem einfachen Scan bezahlt der Kunde seine Ware und bestellt diese gleichzeitig nach Hause – On- & Offlinewelten verschmelzen miteinander. Weitere sinnvolle Funktionen werden nach und nach zugeschaltet.

Yapital verzeichnet eine stetig wachsende Zahl an Endnutzern, die derzeit bereits ohne aktive Konsumentenansprache im signifikanten fünfstelligen Bereich liegt. Dabei ist die Tendenz erkennbar, dass Yapital-Nutzer im Vergleich häufiger einkaufen als andere Konsumenten. Das Ziel von Yapital ist es, sich im Massenmarkt zu etablieren und eine europaweite Abdeckung zu erreichen.



*Yapital ist das erste europäische, bargeldlose Cross-Channel-Payment – über alle Kanäle hinweg, also stationär, mobil oder online.*

*Die Handhabung ist einfach, schnell und sicher: Nach der Online-Registrierung kann der Nutzer sofort über alle Kanäle hinweg mit Yapital Zahlungen vornehmen, Geld senden und empfangen.*

*Für Geschäftskunden ist Yapital eine garantierte Zahlart – das gibt Prozess-Sicherheit und senkt administrative Kosten. Zudem deckt Yapital nahtlos alle Handels- und Servicekanäle ab und erlaubt es so, Marketingkanäle zu Vertriebskanälen zu machen.*

*Geschäftskunden können daher mit Yapital nicht nur Kosten reduzieren, sondern gleichzeitig Umsatzpotentiale erschließen.*

*Yapital wurde 2011 als hundertprozentige Tochter der Otto-Group gegründet. Die Yapital Financial AG ist in Luxemburg als eGeld-Institut lizenziert.*



# SIMPLIFY YOUR GLOBAL REACH

## With business going global, why complicate things?

Choose a single supplier for all your eCommerce card processing needs.

With The International Acquiring Solution From Global Payments You Can:

- Reduce cost
- Reduce the number of acquirers / processors you work with
- Access local / regional markets in over 40 countries in Europe and Asia
- Offer transactional sales in 140 currencies
- Benefit from a robust, function-rich processing platform
- Simplify your reconciliation with powerful online reporting

Our team of experienced eCommerce consultants are well positioned to understand your specific needs. As a company that prides ourselves in being easy to do business with, we will build a solution that will work for you.



**To discuss your international card processing needs contact Stuart Blair:**

**Tel: +44 7703 912401**

**Email: [stuart.blair@globalpay.com](mailto:stuart.blair@globalpay.com)**





## DIE KASSE DER ZUKUNFT

Juli 2015, neue Einkaufserlebnisse sprechen sich herum:

„Der Quick-Checkout ist noch ungewohnt“, berichtet ein Kunde, „weil ich mit der Ware einfach an der Kasse vorbeigehe. Kurzer Kontrollblick auf das Handy: Acht Produkte für 166 Euro automatisch bezahlt, Sicherheitsetiketten entwertet und dank Kundenkarte ist der Rabatt berücksichtigt.“

Die passende Kundenkarte aktiviert eine Shopping-App, sobald der Kunde ein Geschäft betritt. Sie verbindet ihn auch mit dem WLAN für Kunden und navigiert dann durch den Laden. Wenn die App aktiv ist, sind immer Verkäufer zur Stelle, weil sie sehen, wo gerade ihre Kunden sind. Auch die Produktauswahl passt, weil die App registriert, wo die Kunden interessiert stehen bleiben. Daraufhin wird das Sortiment optimiert.

Für Konsumenten ist das Zukunftsmusik. Für den Handel sind die zugrundeliegenden Beacon- und App-Technologien bereits verfügbar und erprobt. Auch an der Kasse sorgen innovative Lösungen für neue Einkaufserlebnisse. Einfach am Ausgang automatisch abzurechnen ist ein radikaler Ansatz. Bis die Kassen wirklich überflüssig werden, etablieren sich aktuell drei solide Innovationen:

- Zahlung per Handy durch Abfotografieren von QR-Codes
- Kontaktloses Bezahlen mit Near Field Communication (NFC)
- Tablets mit mobilen POS-Terminals für Kartenzahlungen

REWE-Kunden können heute schon mit ihrem Handy bezahlen, indem sie an der Kasse einen QR-Code abfotografieren. Hinter der REWE-Lösung steckt Yapital, ein Zahlungsdienstleister des Otto-Konzerns, der neben stationären Zahlungen auch E-Commerce und M-Commerce unterstützt und damit in Europa Innovationsführer ist.

MasterCard und Visa setzen auf Funktechnologie:



**Ralf Gladis**  
CEO Computop

Die Zukunft im Handel basiert auf neuen Technologien, die ineinandergreifen. Einige Technologien bauen aufeinander auf. Das gilt für Beacons und Apps genauso wie für Tablets mit P2PE mPOS-Terminals. Die Erfahrung bei Computop zeigt, dass eine gute Zusammenarbeit der Dienstleister essentiell ist. Wer sich diesen innovativen Themen stellt, ist gut beraten, seine Partner im Vorfeld sorgfältig auszuwählen. Das Thema Payment sollte ganz oben stehen, weil hier große Einsparpotentiale liegen.

Die Kreditkarte von morgen kommuniziert per Funk mit dem POS-Terminal, so dass wir unsere Karten künftig steckenlassen können. Deshalb rüsten Banken die Kreditkarten ihrer Kunden mit Funkchips aus, und der Handel investiert in POS-Terminals mit NFC-Funktechnik. NFC funktioniert zwar schon, beispielsweise bei Starbucks, aber wegen der nötigen Investitionen wird es länger dauern, bis NFC flächendeckend verfügbar ist. Aufgrund der Gültigkeitsdauer vergehen 3 bis 5 Jahre, bis die Banken alle Karten ausgetauscht haben.

In England bereitet sich der Handel auf den Einsatz von Tablets vor: Die Verkäufer bekommen ein Tablet, um auch Produkte zu verkaufen, die im Laden nicht verfügbar sind, aber über den Onlineshop bestellt werden können. Die Online-Bestellung wird zusammen mit der Ladenware nicht an der Kasse, sondern direkt beim Verkäufer mit einem kleinen mPOS-Terminal bezahlt, das in die Hemdtasche passt und per Bluetooth mit dem Tablet verbunden ist. So dehnt der Händler seinen Umsatz auf Produkte im Online-Shop aus.

Der Kunde erhält erstklassigen Service, weil er die Waren schnell geliefert bekommt oder ein paar Tage später im Laden abholen kann. Und nebenbei wird die Kasse entlastet, weil der Kunde direkt beim Verkäufer zahlt. So halten die Onlineshops Einzug in das Ladengeschäft.

Investitionen in die Zukunft kosten Geld. Umso besser, wenn die neue Technik Kosten spart: Für mobile Lösungen mit Tablet und mPOS-Terminals haben Visa und MasterCard neue Sicherheitsstandards etabliert. Einen Teil seiner Investitionen kann der Handel gegenfinanzieren, wenn er POS-Terminals und Payment Provider nutzt, die Point-to-Point-Encryption (P2PE) unterstützen. Bei P2PE handelt es sich um starke Verschlüsselungstechnik, die dem Händler jährliche Kosten und erheblichen Aufwand für seine PCI DSS-Zertifizierung spart. Auch hier hat die Zukunft schon begonnen, denn P2PE POS-Terminals wie das DynaPro von Magtek sind schon verfügbar, und auch P2PE-Technik ist bei Computop bereits im Einsatz.



**Lateinamerika – der neue Wachstumsmarkt.** Die Wirtschaft der Gesamtregion pulsiert und entwickelt sich ausgezeichnet. Jährlich steigen auch die E-Commerce-Umsätze im zweistelligen Bereich. Die verwendeten Bezahlarten jedoch unterscheiden sich deutlich von denen in Europa: Lange nicht jeder Onlinekäufer verfügt über eine Kreditkarte

oder ein Bankkonto. PPRO kennt den Markt und seine Besonderheiten: Wir bieten die in Lateinamerika beliebtesten Zahlarten an. Denn wir möchten, dass dem Erfolg Ihres Onlineangebotes nichts im Weg steht. Vor allem nicht beim Bezahlen. [www.ppro.com](http://www.ppro.com)



# Global. Multichannel. Payment Processing.

Lassen Sie Ihren E-Commerce mit uns wachsen



Die richtige Auswahl an Payment-Lösungen ist wichtig, damit Sie Ihre Kunden überall erreichen. Mit dem Computop Paygate verfügen Sie über eine leistungsstarke Plattform.

Alleine in den letzten 12 Monaten gab es 36 Erweiterungen in Form von neuen Zahlarten und Schnittstellen zu Shop-Systemen. Das spart Händlern viel Zeit und Geld bei der Payment-Integration.

## 20 NEUE ZAHLARTEN IN 12 MONATEN

### INTERNATIONAL



### EUROPA



### LATAM



## 16 NEUE CARTRIDGES IN 12 MONATEN



# KENNEN SIE COMPUTOP CHINA?

Unsere fünf Kollegen in Shanghai arbeiten auf dem „Grundstück der Familie Xu an der Kreuzung zweier Flüsse“. So lautet übersetzt der Name des Stadtteils Xujiahui, gesprochen Schü-dschia-huä, wo sich unser Bürogebäude neben der berühmten St. Ignatius Kathedrale befindet. Analog zum Firmensitz in Bamberg ist Xujiahui geprägt durch den katholischen Einfluss und die Nähe zur Universität.



*Die römisch-katholische St. Ignatius Kathedrale wurde um 1906 von französischen Jesuiten in Shanghai erbaut.*

Das Computop-Büro in Shanghai leitet unser Vertriebsleiter für Asien Wilson Dong. Unsere Kollegin Sherry Li ist seine rechte Hand und Expertin für das Händler-Backoffice unserer asiatischen Paygate-Plattform, die wir im Rechenzentrum von GDS in Shanghai betreiben. Dort stehen unsere Paygate-Server direkt neben denen der Börse von Shanghai. Der Serverbetrieb erfolgt aus Deutschland, aber für die Softwareentwicklung vom Paygate China sind unsere chinesischen Kollegen Xinwen Wen und Peter Xie zuständig, die alle Bits und Bytes des Zahlungsverkehrs in China kennen.

Unsere Kollegin Xixi Wang bildet die Brücke zwischen den Kulturen. Sie ist Country Manager China und sitzt im Computop-Büro in Hongkong. Wie groß die kulturellen Brücken sein müssen, zeigt ein simples Beispiel im Restaurant: Zur Vorbereitung auf ihren ersten Besuch in Deutschland gehen wir in Shanghai gemeinsam französisch essen. Dass es kein deutsches Lokal ist, kann man vernachlässigen. Wirklich exotisch ist für unsere chinesischen Kollegen, dass jeder seinen eigenen Teller bekommt, von dem sich sonst niemand bedienen darf. Das ist in China, wo Essen immer in der Mitte des Tisches steht und von allen geteilt wird, ein äußerst ungewöhnliches Erlebnis. Danach waren unsere Kollegen vorbereitet, um sich in Bamberg mit fränkischen Biergärten, Schäufelr und Sauerkraut vertraut zu machen.

### **E-Commerce in China:**

#### **Umsatzstark, groß, ausgereift, komplex**

Einmal im Jahr kommen die Computop-Kollegen aus den USA, UK und China gemeinsam nach Bamberg, um sich hier auszutauschen und gegenseitig zu schulen. Gerade der chinesische Payment-Sektor entwickelt sich rasend schnell, denn China ist ein ausgereifter E-Commerce-Markt mit über 600 Mio. Internet-Benutzern, die 2013 rund 190 Mrd. US\$ online ausgegeben haben. China hat alles, was man für E-Commerce braucht: Breitband-Internet, G3-Mobilfunk und eine gute Infrastruktur, die preiswerte Lieferung auch in entlegene Gebiete Chinas erlaubt. Kein Wunder, dass der Umsatz des chinesischen Internet-Riesen Alibaba höher ist als der von eBay und Amazon zusammen. Auch viele Computop-Kunden wie C&A, Fossil, Metro Cash & Carry, die Otto Group und Swarovski sind bereits in China aktiv.

Für diesen wichtigen Markt betreibt Computop in Shanghai ein lokales Paygate, um die Zahlungsvorgänge in China zu beschleunigen und eine optimale Verfügbarkeit zu garantieren. Das ist nötig, weil die chinesische Firewall immer wieder Probleme mit Internetverbindungen nach China verursacht.

Durch den Betrieb von Paygate China in Shanghai, bleiben lokale Zahlungsvorgänge innerhalb der chinesischen Firewall und sind daher auch in China zuverlässig und schnell. Die lokale Präsenz bietet noch mehr Vorteile, denn Computop ist sowohl mit der internationalen als auch mit der lokalen Plattform von lokalen Acquirern wie Alipay und 99bill verbunden. So sparen unsere Kunden Geld. Denn ihre Disagio-Kosten für die lokale Zahlungsplattform mit RMB-Settlement liegen etwa 50% unter der internationalen Plattform.

Interesse an China? Computop hilft Ihnen gerne auch über das Thema Payment hinaus weiter.



*Selbstbewusst stellte sich die chinesische Unit dem Weißwurst-Frühstück.*



**Wilson Dong**  
Vertriebsleiter China



**Sherry Li**  
Backoffice



**Xixi Wang**  
Country Manager China



**Xinwen Wen**  
Software-Entwicklung



**Peter Xie**  
Software-Entwicklung

# JOULES: MASSGESCHNEIDERTE ZAHLUNGSOPTIONEN FÜR INTERNATIONALES GESCHÄFT

In den 80-er Jahren verkaufte Tom Joule, Gründer und Geschäftsführer von Joules, noch Country-Mode und Accessoires bei Reitsportveranstaltungen. Heute betreibt das britische Unternehmen landesweit eigene Läden und bietet dort hochwertige Kleidung für die ganze Familie. Die Kollektion ist darüber hinaus online und bei mehr als 600 Fachhändlern erhältlich.



Das Unternehmen befindet sich weiter auf Expansionskurs. Entsprechend war Joules auf der Suche nach einem kompetenten Partner, der Lösungen für den Zahlungsverkehr in den neuen Absatzmärkten bietet. Als wichtiges Kriterium bei der Auswahl des passenden Payment Service Providers erwies sich die von Joules genutzte E-Commerce-Software hybris. Eine vorkonfigurierte Schnittstelle zu diesem Shop-System war zwingend erforderlich.

### Immer die passende Zahlart

Computop unterstützt Joules mit seiner Zahlungsplattform Paygate. Diese lässt sich über ein zertifiziertes Plug-In direkt in die hybris Commerce Suite einbinden. Aktuell liegt der Fokus bei Joules auf den Absatzmärkten Großbritannien, USA und Deutschland. Für die amerikanischen und britischen Kunden wurden Kreditkarten und PayPal als Zahlungsoption implementiert.

In Deutschland gibt es jedoch abweichende Präferenzen für Bezahlmethoden. Die Kunden bevorzugen hier Lastschriften und den Kauf per Rechnung. Das Computop Paygate ermöglicht es Joules, seinen Kunden am deutschen Markt den Rechnungskauf über Billpay, Überweisungen via giro pay oder Paypal sowie die Bezahlung per Lastschrift anzubieten.

### PCI-konformes Payment

Das Unternehmen setzt zusätzlich das Token-System von Computop ein, mit dem sich Kreditkartendaten für spätere Einkäufe PCI-konform speichern lassen. Die Kunden können so wiederholt mit ihrer Kreditkarte zahlen, ohne die kompletten Daten immer wieder neu eingeben zu müssen. Eine teure und aufwändige PCI-Zertifizierung bleibt Joules dank der Token-Lösung erspart. Umfassende Funktionen zur Betrugsprävention befinden sich bei dem Modeunternehmen ebenfalls im Einsatz. So ist es zum Beispiel möglich, die vom Kunden verwendete IP-Adresse mit dem Herkunftsland der Kreditkarte abzugleichen.

James Davey, Direktor E-Commerce bei Joules zeigt sich mit der Wahl der Zahlungsplattform mehr als zufrieden: „Mit der Entscheidung zur internationalen Expansion unserer angebotenen Zahlungsmethoden begann für uns eine Entdeckungsreise, auf der wir mit verschiedenen Payment Service Providern über mögliche Optionen ins Gespräch kamen. Wir haben uns schließlich für das Computop Paygate entschieden, weil Joules damit die Zahlungsmethoden für Auslandskunden umfangreich erweitern kann. Das gilt besonders für Märkte wie Deutschland, wo die Kunden Alternativen zur Kartenzahlung bevorzugen.“

Mehr Sicherheit, mehr Liquidität, mehr Ertrag

## Debitoren- und Forderungsmanagement mit garantiertem Ausfallschutz

Keine Zahlungsausfälle in Ihrem Onlineshop, keine Arbeit mit der Debitorenbuchhaltung – dafür höhere Erträge und Kunden, die Ihre Kunden bleiben!

Das geniale Angebot von Ideal-Fullservice und Colleon im Computop Paygate. Denn zuviel Liquidität gibt es nicht.

Anfragen gerne per E-Mail an: [ausfallschutz@ideal-fullservice.de](mailto:ausfallschutz@ideal-fullservice.de)



# EXTENSION FÜR HYBRIS: PAYMENT LEICHTGEMACHT

hybris unterstützt Händler mit einer Commerce-Suite, die umfassende Funktionen für den Multichannel-Vertrieb bietet.

Renommierte Unternehmen wie Joules, Metro Cash & Carry oder JAKO-O setzen im Geschäftsalltag auf diese Lösung.



*hybris entwickelt seit 1997 Commerce-Lösungen auf dem europäischen Markt. In den Folgejahren kamen alle erforderlichen Bausteine hinzu: Multichannel-Funktionen, offene Standards, höchste Performance, Datenorientierung und Kundenorientierung. hybris ist inzwischen nicht nur in Mitteleuropa, sondern in insgesamt 15 Ländern präsent.*

*Das Unternehmen betreut mittlerweile mehr als 500 Kunden. Hierzu zählen viele bekannte Unternehmen aus der ganzen Welt: globale B2B-Marken ebenso wie B2C-Anbieter. Die Produktpalette umfasst Lösungen für Telekommunikationsunternehmen auf allen Kontinenten genauso wie für Anbieter von digitalen Produkten und Inhalten in den Bereichen Software, Spiele, Medien und Publishing.*

Das liegt auch an der einfachen Payment-Integration, die durch eine enge Kooperation der hybris AG mit Computop ermöglicht wird. Die reibungslose Abwicklung des Zahlungsverkehrs hat für Händler große Bedeutung. Um eine verlässliche Payment-Lösung für die eigene E-Commerce-Software anbieten zu können, hat sich hybris für eine Zusammenarbeit mit Computop entschieden. Das Resultat ist eine Extension, mit der sich die Zahlungsplattform Paygate einfach in die hybris-Lösung einbinden lässt.

## **Viele Optionen, wenig Aufwand**

Mehr als 20 Zahlarten stehen über die Extension zur Verfügung. Die große Auswahl erweist sich als besonders hilfreich, wenn verschiedene Märkte abgedeckt werden sollen oder eine Expansion in weitere Länder geplant ist. Allgemein lässt sich im E-Commerce der Trend feststellen, dass neben Kreditkarten auch alternative Zahlungsmethoden wie Online-Überweisungen oder der Rechnungs- und Ratenkauf zunehmend an Bedeutung gewinnen. Eine aufwändige und teure Integration einzelner Zahlarten zum fortlaufenden Erweitern vom Payment-Portfolio wird somit hinfällig.

Durch die Schnittstelle zum Computop Paygate bietet die hybris-Lösung nicht nur eine breite Palette an Zahlungsoptionen, sondern verfügt auch über essentielle Funktionalitäten zur Betrugsprävention. Ob Velocity Checks, Überprüfung des Kartenherkunftslands oder Analyse von IP-Adressen; für den Händler eröffnen sich viele Möglichkeiten, betrügerische Aktivitäten zu bekämpfen. Darüber hin-

aus lässt sich das Risiko von Zahlungsausfällen mit Adress- und Bonitätsprüfungen weiter minimieren.

## **Zahlungsverkehr, aber sicher**

Beim Einsatz der Extension für die hybris Commerce-Suite können sich Händler darauf verlassen, dass alle wichtigen Sicherheitsstandards im elektronischen Zahlungsverkehr erfüllt werden. Das garantiert die Zertifizierung vom Computop Paygate nach den strengen Regularien von PCI DSS. In der Praxis profitieren Händler dabei unter anderem von der Pseudokartenummer (PKN) als weitere Funktion der Extension. Die PKN ermöglicht es Unternehmen, Kreditkartendaten ohne eigene PCI-Zertifizierung rechtskonform zu speichern.

Damit technisch alles reibungslos läuft, haben hybris und Computop einen Experten für die Entwicklung der Extension mit ins Boot geholt. Die Agentur get.it aus Dortmund lässt ihr umfassendes hybris-Know-how in das Projekt einfließen. Die zusätzliche Zertifizierung der Extension direkt durch hybris sichert einen hohen Qualitätsstandard.

Bei allem steht der Mehrwert für den Händler im Fokus. Er verfügt mit der Extension über eine Lösung, um seinen Zahlungsverkehr sicher und reibungslos über die hybris Commerce-Suite mit minimalem Ressourceneinsatz abzuwickeln. Deshalb ist die Extension auch kostenlos auf dem Extend-Marktplatz von hybris oder direkt bei Computop erhältlich.





**21. & 22. April 2015 • Bamberg**  
**[www.planettrade.de](http://www.planettrade.de)**

# PLANET TRADE '15

## Handel 3.0: Globale Präsenz auf allen Kanälen

*E-Commerce, Mobile und Point of Sale wachsen immer stärker zusammen. Händler benötigen die richtigen Strategien und Lösungen, um auch künftig erfolgreich am Markt zu agieren. Auf dem Planet Trade 2015 berichten Händler aus der Praxis, wie sie ihr Geschäft zukunftssicher gestalten.*

## AUSGEZEICHNETE LÖSUNG

### Paygate gewinnt auf der CNP Expo

Computop ist für die beste „Card Not Present (CNP)“-Lösung außerhalb der USA ausgezeichnet worden. Den Preis nahm Jan-Claire Luzarraga, Head of Marketing USA, bei einer feierlichen Zeremonie auf der CNP Expo in Orlando entgegen.

Den CNP Award erhalten Unternehmen, die mit ihren Lösungen im zurückliegenden Jahr besonders überzeugen konnten. Kunden und Partner haben Computop die eigenentwickelte Zahlungsplattform Paygate zum Sieger gekürt.

„Die globale Zahlungsabwicklung ist von einem kontinuierlichen Wandel und einer hohen Komplexität geprägt. Das macht es zu einer echten Herausforderung, immer das passende Zahlarten-Portfolio weltweit anzubieten und die Erwartungen der Kunden konsequent zu erfüllen“, erklärt Geschäftsführer Ralf Gladis. „Umso mehr freuen wir uns über die Auszeichnung als beste CNP-Lösung außerhalb der USA, die wir dank unserer Kunden und Partner erhalten haben.“



*David McDonnell und Jan-Claire Luzarraga von Computop sowie Steve Casco von CardNotPresent.com (v.l.n.r.)*

# DÜRFEN WIR VORSTELLEN? DIE COMPUTOP-ADMINS!



„The Admin never sleeps“: Es ist Sommersonnenwende in Bamberg, kurz vor Sonnenaufgang. Ein herrlicher Tag steht bevor, und obwohl die Stadt noch schläft, ist bei Computop die Arbeit bereits voll im Gang. Für die Admins ist das am Tag des wöchentlich eingeplanten und an die Kunden kommunizierten Wartungsfensters normal. Auch wenn der Systembetrieb für die nötigen Arbeiten soweit wie möglich unterbrechungsfrei geplant ist, erfolgen Updates in Zusammenarbeit mit der Software-Entwicklung und Wartungsarbeiten am Paygate vorsorglich immer zu Zeiten mit erfahrungsgemäß geringem Datenverkehr. Bis die Kollegen etwa vom Vertrieb oder im Office ihre Arbeit aufnehmen, sind die Admins mit diesen Spezialaufgaben meist schon fertig.

Systemadministratoren arbeiten im Regelfall unauffällig im Hintergrund. So betrachtet hat diese Berufsgruppe eine auf den ersten Blick recht undankbare Aufgabe. Bei genauerem Hinsehen ist es auf den zweiten Blick aber auch kein gutes Vorzeichen, wenn die Heinzelmännchen der IT in den Fokus des (Medien-)Interesses geraten, weil das dann meist mit Systemausfällen, Hackerangriffen oder anderen unangenehmen Dingen zusammenhängt. So unauffällig wie möglich zu sein, ist also einerseits das Ziel der Systemadministration, erfor-

dert andererseits aber unermüdlich harte Arbeit teilweise außerhalb der normalen Geschäftszeiten. Dass ein System wie das Computop Paygate für Finanzdienstleistungen höchste Sicherheitsstandards garantiert und zuverlässig rund um die Uhr zur Verfügung steht, dafür sorgt bei Computop ein ganzes Team von Experten.

Die Admins kümmern sich in erster Linie um das Paygate als Herzstück für die Transaktionsverarbeitung der Händlerkunden von Computop. Aber

wo befindet sich das eigentlich? Am Hauptsitz in Bamberg zeugt nur noch ein alter Server-Raum mit Testsystemen von der Geburt der Transaktionsplattform um die Jahrtausendwende. Wenigstens seiner Heimatregion ist das System aber treu geblieben, denn seit vielen Jahren betreibt Computop das Paygate nun schon als autonome Housing-Lösung im fränkischen Verbund der Hochsicherheitsrechenzentren von Elaxy, einem Spezialanbieter für Banken, Versicherungen und Finanzdienstleister wie etwa Mercedes-Benz Bank, AXA Konzern AG und Deutsche Vermögensberatung AG. Ein Cluster-Verbund mit dedizierter Lichtwellenleiterstrecke (Glasfaser) an den räumlich getrennten aktiven Standorten Coburg und Rödental sorgt quasi für die Kraft der zwei Herzen.

Von mehr als 10 Millionen Zahlungstransaktionen pro Monat erreichen das Paygate in Spitzenzeiten bis zu 200 Anfragen parallel. Dabei müssen ca. 500 GB Transaktionsdaten pro 12 Monate gespeichert und archiviert werden. In einer klassischen Drei-Schicht-Architektur arbeiten dafür voll redundant je zehn Web- und Application-Server sowie das Datenbank-Cluster verteilt auf beide Rechenzentren. Durch zusätzliche Web- und App-Server ist das System jederzeit schnell und einfach skalierbar. Das kürzlich erweiterte Storage-System von NetApp bietet mittlerweile ebenfalls völlig redundant zwei mal 17 Terabyte Speicherplatz. Mit Hilfe dieser modernen Technologie können Backups in sehr kurzen Abständen erfolgen und im Fehlerfall auch schnell wiederhergestellt werden.

Den Kontakt zur Außenwelt sichert eine mehrfach redundante Breitbandanbindung über die technisch unabhängigen Provider Deutsche Telekom, SÜC-dacor sowie LAMBDANET. Durch die automatische Umschaltung auf den anderen Partner ist der nahtlose Betrieb auch gesichert, falls eine Leitung oder ein Provider ausfällt. Beide Rechenzentren sind untereinander über acht Glasfaserleitungen gekoppelt und arbeiten gemeinsam im aktiven Betrieb. Das Load-Balancing verteilt die Aufgaben getrennt für Web-Server und App-Server jeweils auf ein verfügbares System. Die Konzeption, Konfiguration, lückenlose Überwachung und Wartung dieser komplexen Architektur ist die Hauptaufgabe der Admins. Durch ihr Engagement konnte Computop 2013 die Verfügbarkeit vom Paygate zu 99,99 Prozent im gesamten Jahr gewährleisten. Ein mehr-

stufiges Überwachungssystem alarmiert die Administratoren per E-Mail oder SMS über Vorgänge, die von der Norm abweichen und eventuell ein Eingreifen erforderlich machen. Dafür ist rund um die Uhr eine Rufbereitschaft eingerichtet.

Darüber hinaus bereichern den Alltag der Admins aber unzählige weitere Aufgaben, die es nie langweilig werden lassen. Wer zum Beispiel wie Computop als Payment Service Provider Kreditkartendaten speichert, muss für Datensicherheit strengste Vorgaben einhalten und nachweisen, welche die Kreditkartenmarken gemeinsam als Standard definiert haben. Damit Computop die Zertifizierung gemäß PCI-DSS (Payment Card Industry – Data Security Standard) erhält und behält, erfolgt jährlich ein intensives mehrtägiges Audit, welches sich auf das gesamte Unternehmen erstreckt. Aufgabe der Administratoren ist es, bezüglich Hard- und Software stets die Einhaltung dieser Standards zu gewährleisten. Das klingt einfacher als gedacht und ist neben intensivem Monitoring vor allem mit aufwendiger, sorgfältiger Dokumentation sowie ständiger Weiterbildung verbunden.

Dagegen fast unscheinbar enthält die Aufgabenliste der Admins last but not least noch die Betreuung der IT-Arbeitsplatzinfrastruktur im Unternehmen. Bei vielen Arbeitsplätzen in so unterschiedlichen Bereichen wie Entwicklung, Support, Außendienst und Verwaltung in einem international agierenden Unternehmen ist das aber nicht mit Updates für Windows und Microsoft Office erledigt. Die Admins betreuen die einheitlichen firmeninternen Arbeitsplatzrechner ebenso wie die gesamte Telefonanlage und alle ins Firmennetz eingebundenen Mobiltelefone sowie kontrollierte VPN-Zugänge für Partner und externe Dienstleister. Dazu kommen spezielle Systeme für E-Mail-Verkehr, CRM sowie Projektmanagement. Besonders eng arbeiten die Admins mit den Software-Entwicklern zusammen, die beim Paygate-Update auch vor dem Morgengrauen mit von der Partie sind.

Bevor wir aber über die Arbeit der Software-Entwicklung in der nächsten Ausgabe berichten, lassen wir erstmal den Tag beginnen und gönnen unseren Heinzelmännchen ihre wohlverdiente Frühstückspause verbunden mit einem großen Dankeschön für eine so großartige Leistung!



**Markus Gunnermann**  
*Leitung IT-Administration*



**Maik Bakowski**  
*IT-Systemadministrator*



**Felix Ewald**  
*IT-Systemadministrator*



**Christian Hönig**  
*IT-Systemadministrator*



## SCENERIC: OMNIPRÄSENT

Sceneric ist einer der führenden weltweit agierenden E-Commerce-Systemintegratoren. Das Unternehmen hat sich auf Omni-Channel-Lösungen für globale Marken spezialisiert. Dabei ist Sceneric in vielfältigen Branchen wie etwa Einzelhandel, Finanzdienstleistungen, Verlagswesen oder B2B-Vertrieb aktiv. Dabei werden jährlich mehr als 3 Milliarden US-Dollar über die von Sceneric implementierten Plattformen umgeschlagen.

George Brandie, Jim Herbert, Wai Lok Ip und David Wyllie haben das Unternehmen im Jahr 2007 gegründet. Die Vier hatten sich bei der Implementierung einer E-Commerce-Plattform für den britischen Lebensversicherer Friends Provident Life kennengelernt. Ausgehend vom anfänglichen Fokus auf Content Management Plattformen bzw. der E-Commerce-Plattform von ATG fußt die Philosophie von Sceneric auf vier Grundpfeilern:

- Kontrolle der Plattform durch die Business-Anwender
- Lieferung hochwertiger technischer Lösungen
- Offenheit, Ehrlichkeit und Transparenz gegenüber den Kunden
- Kontinuierliche Verbesserung

Diese Philosophie hat den Expansionskurs von Sceneric entscheidend beeinflusst und beschleunigt. Seit 2010 ist das Unternehmen offizieller Partner von hybris, dem weltweit am schnellsten wachsenden Anbieter von E-Commerce-Lösungen. Sceneric unterstützt hybris bis heute bei mehr als 35 Projekten, Monat für Monat mit Leistungen wie zum Beispiel Managed Service Support, E-Commerce-Strategie und Business-Schulungen.

Seit 2009 ist Sceneric auch in Hongkong aktiv. Mit der Präsenz im asiatisch-pazifischen Raum konnte hybris Geschäfte in diesem Wirtschaftsraum akquirieren und seinen Wachstumskurs fortsetzen.

2012 wurde Sceneric von der damals weltweit größten unabhängigen Full-Service-Digitalagentur LBi übernommen. Dadurch konnte sich Sceneric als „One-Stop-Shop“ etablieren. Damit verfügen Kun-



# REAL SOLUTION

Intelligentes Forderungsmanagement

## Sichere Lösungen für E-Commerce

Als erfolgreicher Dienstleister im Bereich E-Payment bietet die REAL SOLUTION Gruppe die ZahlungsgarantiePLUS mit einer aktiven Zahlartensteuerung.



### Rechnungskauf und Lastschrift

Zahlungsgarantie – kein Risiko bei unsicheren Zahlarten  
Höhere Umsätze durch kundenfreundliche Zahlmethoden



### Vorauskasse

Automatisierte Verbuchung von Zahlungseingängen



### Debitoren-Services

Vollständige Übernahme der debitorischen Aufgaben



Premium-Partner der

**schufa**

“Real“ Solution GmbH // Tel +49 (0)40 37 47 58 -710 // Fax +49 (0)40 37 47 58 -739 // info@real-solution.de // www.real-solution.de

den über eine zentrale Anlaufstelle, um ihre Projekte umzusetzen. Das Leistungsspektrum reicht dabei von der Entwicklung einer Digitalstrategie über die Abstimmung zu Usability und Design des Online-Shops bis hin zu operativen Themen wie Hosting, Bewerbung und organische Suchmaschinenoptimierung.

Sceneric verfügt über zwei große Entwicklungszentren in Großbritannien und China, in denen aktuell mehr als 150 Ingenieure arbeiten. In den USA ist Sceneric mit Niederlassungen bzw. Projekten in Boston, New York und San Francisco vertreten. Alle Projekte lassen sich nach dem „Follow-the-Sun“-Prinzip steuern, weil dank Cloud-Hosting für Online-Tools die Entwicklung an verschiedenen Standorten erfolgt und Mitarbeiter rund um die Uhr an den Projekten arbeiten können. Auf Kundenwunsch kann die Entwicklung auch in einem Land erfolgen. Aktuell laufen 95 Prozent des Geschäfts von Sceneric über die hybric-Plattform, die verbleibenden 5 Prozent über ATG.

Die Expertise als internationaler Payment Service Provider macht Computop zu einem wichtigen

Partner für Sceneric. Die Möglichkeit, lokale und globale Zahlarten über eine Plattform anzubieten, unterstützt Sceneric-Kunden bei der Optimierung ihrer Konversionsrate. Deshalb kooperieren beide Unternehmen so oft wie möglich, bei großen Ausschreibung genauso wie bei einfachen Händleranfragen. Der Erfolg zeigt sich am Beispiel von Joules. Sceneric hatte das Mode-Unternehmen für den Zahlungsverkehr an Computop vermittelt.

Der Payment Service Provider konnte mit den passenden Zahlungsmethoden für den Expansionskurs weiterhelfen.

Dass Computop und Sceneric dieselben Grundwerte zum Aufbau hochwertiger, transparenter und kontinuierlich optimierter Lösungen vertreten, ist eine solide Basis für Ausbau und Stärkung der bereits heute erfolgreichen Partnerschaft in den kommenden Jahren.





# LICHT UND SCHATTEN: NEUES VERBAUCHER- RECHT IM FERNABSATZ



**Petra Wagner**  
*Rechtsanwältin  
in der Kanzlei  
Giesel Rechtsanwälte*

Am 13.06.2014 ist in Deutschland das Gesetz zur Umsetzung der EU-Verbraucherrechterichtlinie (VRRl) in Kraft getreten. Seit diesem Zeitpunkt gilt EU-weit einheitliches Verbraucherschutzrecht, auch für Fernabsatzverträge.

Dazu zählen telefonisch oder über das Internet geschlossene Verträge angefangen von Bestellungen in einem Onlineshop über schriftliche Aufträge aus einem Versandhandelskatalog bis hin zur Order via SMS oder Mobile Commerce. Jeder Online-Händler, der an Verbraucher verkauft, muss die neuen gesetzlichen Regelungen im Geschäftsverkehr beachten.

## Die Vorteile für Händler

Einige Regelungen sind für Händler vorteilhaft: Nach altem Recht genügte die Rücksendung der Ware für die Erklärung des Widerrufs. Nach neuem Recht muss der Verbraucher jetzt eine (formlose) Erklärung abgeben, warum er die Ware zurückschickt. Früher hatte eine fehlende oder falsche Widerrufsbelehrung zur Folge, dass das Widerrufsrecht nicht erlischt, also quasi ohne Frist weiter bestand. Nun gilt die einheitliche Frist von 12 Monaten und 14 Tagen ab Vertragsschluss, innerhalb derer das Widerrufsrecht ausgeübt werden muss. Nach altem Recht hatte das Unternehmen stets die Rücksendekosten zu tragen; diese konnten dem Verbraucher nur ausnahmsweise auferlegt werden. Jetzt sind die Rücksendekosten generell vom Verbraucher zu tragen.

## Die Herausforderungen für Händler

Aber wo Licht ist, ist auch Schatten, denn die Gesetzesänderung birgt für Händler auch neue Herausforderungen: Wesentlich strenger und damit schwieriger umzusetzen sind nun die Informationspflichten (Artikel 246a, 246b EGBGB) geregelt. Unter anderem muss der Händler den Kunden über folgendes informieren:

- Seine Identität inklusive Kontaktdaten
- Wesentliche Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen
- Gesamtpreis der gekauften Ware einschließlich sämtlicher Steuern und Abgaben sowie eventueller Zusatzkosten
- Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen sowie ggf. Laufzeit des Vertrags und Kündigungsbedingungen
- Widerrufsrecht sowie Widerrufsfrist und mit dem Widerruf verbundenen Rechtsfolgen

Die Form ist nicht vorgeschrieben. Allerdings müssen speziell im elektronischen Geschäfts- und Zahlungsverkehr dem Verbraucher die Informationen klar und verständlich ohne Zwischenschritte vorliegen, bevor er einen Vertrag eingeht, also seine Bestellung abschickt. Der Verbraucher soll dadurch vor Zusatzkosten geschützt werden, die außerhalb der Hauptleistung anfallen und für ihn nicht ohne weiteres ersichtlich sind. So können nun etwa zusätzliche Kosten für die Inanspruchnahme eines bestimmten Zahlungsmittels nur noch eingeschränkt auf den Verbraucher umgelegt werden.

Das Gesetz enthält eine Musterwiderrufsbelehrung, die es Händlern erleichtern soll, ihre Prozesse auf die neuen Vorgaben umzustellen. Bei Änderungen ist aber Vorsicht geboten, denn die Mustertexte sollte nur von Spezialisten geändert werden, weil (wieder) die Suche nach „abmahnfähigen“



und damit kostenträchtigen Fehlern darin auch ein Konkurrenzfaktor sein wird.

### Die Chancen für Händler

Zunächst ist es künftig noch wichtiger, den Kunden weltweit eine einfache und günstige Zahlungsmöglichkeit zur Verfügung zu stellen und den eigenen Onlineshop dahingehend zu optimieren. Nur so bleiben die Kosten niedrig und das Angebot konkurrenzfähig. Weiterhin sollten Shop-Betreiber darüber nachdenken, ob sie für Kunden die Rücksendekosten (weiterhin) kulanzweise zum Teil oder komplett übernehmen, also beispielsweise eine kostenlose Rücksendemöglichkeit innerhalb bestimmter Grenzen anbieten, um sich auch hier positiv von der Konkurrenz abzusetzen.

Verschiedene Szenarien sind denkbar. Lassen Sie sich als Händler von Ihrem Service Provider bei der Shop-Optimierung über die verfügbaren Möglichkeiten in Ihrem Segment beraten. Besprechen Sie Ihre Ideen zur Gestaltung der Zahlungsabwicklung und Umsetzung der Kauf- und Rücksendebedingungen mit Ihrem Anwalt, der diese in Ihren AGB und Ihrer Musterwiderrufsbelehrung abmahnsicher umsetzt. Eine vorausschauende Planung und gute Beratung hilft dabei, den Umsatz zu steigern und in der Zukunft kostspielige Fehler zu vermeiden.

*Hinweis: Für Inhalt, Vollständigkeit und Aktualität der Informationen übernehmen wir keine Gewähr. Rechtsanwältin Petra Wagner*

## COMPUTOP IM FOKUS

Internationale Pressestimmen

### Rakuten Selects Computop Paygate for its Online Payment Processing

Rakuten, one of the largest eCommerce marketplaces, has selected international payment service provider (PSP) Computop to support its customers with a more comprehensive payment portfolio. Computop's Paygate platform has initially been rolled out in Germany and Austria, with other European countries and international markets to follow.

The Paypers

### Computop übernimmt Zahlungsverkehr für Otto Group

Dicker Fisch für Computop: Der Payment Service Provider wickelt künftig den Online-Zahlungsverkehr der kompletten Otto Group ab. Damit laufen die Zahlungen der über 100 Otto-Konzerngesellschaften von Bonprix über Lascana bis hin zu MyToys über das Payment Gateway von Computop.

Internet WORLD Business

### illycaffè increases its subscription program's turnover by 20% in Europe and expands into China with Computop

Computop, a leading payment service provider, has announced that it has provided global payment solutions for illycaffè, the Italian espresso and lifestyle brand, and has been instrumental in helping the world-recognized retailer to increase its subscription program turnover by 20% in Europe.

Retail Times

### Computop Paygate 6.0 mit noch mehr Möglichkeiten für weltweiten und nationalen Zahlungsverkehr

Seit Anfang des Jahres ist die aktuelle Version 6.0 der globalen Multichannel-Zahlungsplattform Computop Paygate verfügbar. Die Eigenentwicklung aus der Software-Schmiede eines der führenden Anbieter von internationalen Zahlungsdienstleistungen (Payment Service Provider, PSP) überzeugt durch neue Lösungen und Funktionen, welche Händler bei ihren nationalen und weltweiten Geschäften noch gezielter gewinnbringend unterstützen können.

iBusiness

CA	932	WIEN	
SK	4758	BERN	
JP	125	Warschau	20:15
MA	523	Amsterdan	20:15
BA	913	Stockholm	20:20
UL	555	Oslo	20:25
LH	4234	Brüssel	20:25
LH	3416	Bukarest	20:25
AF	2419	Paris-CH. DE GAULLE	20:35
LH	194	Berlin-Tegel	20:40
SA	261	Johannesburg	20:40
NH	210	Tokio Narita	20:45

## Schneller durchstarten, wenn es international wird.

### Deltavista Lösungen für Ihr internationales Risikomanagement.

- Wir denken international und kennen uns in den Besonderheiten aus.
- Wir haben kompetente Auskunfteien in allen relevanten Ländern: Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen, Niederlande, Schweden, Norwegen, Belgien.
- Wir bieten markterprobte Lösungen für Ihr Risikomanagement.
- Unsere Stärken: Eine Schnittstelle, ein Produktformat, beste Daten und tiefgreifende Risikomanagementkompetenz europaweit.