

# Der Zahlungsprozess

## Zahlungssysteme

Schon die Definition dessen, was Zahlungsarten im Internet sind, leidet unter der babylonischen Sprachverwirrung. So bleibt im Sprachgebrauch der Internet Branche unklar, was genau mit einem Zahlungssystem, einem Payment System, einer Zahlungsart, einem Bezahlverfahren oder schlicht einer Zahlung gemeint ist.

Wir werden den Begriff „Zahlungssysteme“ verwenden, um eine möglichst breite Diskussion über die Varianten im Markt führen zu können. Wir beziehen uns wiederum ausschließlich auf den Verkauf digitaler Güter, die über das Medium Internet verteilt werden. Damit fällt die Barzahlung – Ware gegen Geld – aus der Betrachtung. Es verbleiben die elektronisch unterstützten Zahlungssysteme im weiteren Sinne. Sie lassen sich für digitale Güter nach den spezifischen Ausprägungen bei Identifikation, Risikoübernahme und Buchung beschreiben.

Wenn wir bei dem klarsten Kriterium anfangen wollen, nehmen wir die Buchung. Die Buchung oder der Übertrag des Zahlungsmittels wird entweder aktiv oder passiv seitens des Käufers betrieben. In diesem Sinne ist die Buchung immer ein Einzug (passiv) oder eine Überweisung (aktiv).

Für die Identifikation gibt es einige Beispiele, die bereits als Zahlungsart bezeichnet werden. Die Identifikation kann mit einem Code erfolgen, der auf einer Plastikkarte gedruckt ist. je nach der Art des Mediums haben wir es mit einer Kreditkarte, einer Debet Karte oder einer Geldkarte zu tun. Die Identifikation kann über ein Handy erfolgen oder über ein Callcenter, in dem der Agent eine Kundennummer entgegen nimmt.

Die Identifikation kann genau so gut und sicher im Internet über die Eingabe einer Benutzernummer und eines Passwortes eingegeben und geprüft werden.

Eine weitere Klassifizierung richtet sich nach der Art der Risikoübernahme. Bei einer Vorkasse trägt der Käufer das Risiko der Erfüllung des Geschäftes. Ein Verkauf gegen offene Rechnung belässt das Zahlungsrisiko beim Verkäufer. Dazwischen gibt es Verfahren, bei denen das Risiko verteilt oder auf einen Dritten verlagert wird. Beispielsweise sind die Zahlungen über die Telefonrechnung oder über ein Treuhandkonto solche Varianten.

Die Einschätzung des Risikos ist subjektiv. Es ist die persönliche Bewertung darüber, ob ein Handel erfolgreich bis zum Ende abgewickelt wird. Das Ende ist der Tausch von Leistung gegen Zahlung. Wie wir an dieser Definition sehen, sind beide Parteien, der Käufer und der Verkäufer mit ihrem eigenen Einschätzungen beteiligt. Deshalb müssen wir die Interessen beider berücksichtigen. Sie hängen wiederum sehr davon ab, ob die Partner sich vertrauen.

Für die Akzeptanz von Vereinbarungen zur Zahlung unterscheiden wir folgende Varianten:

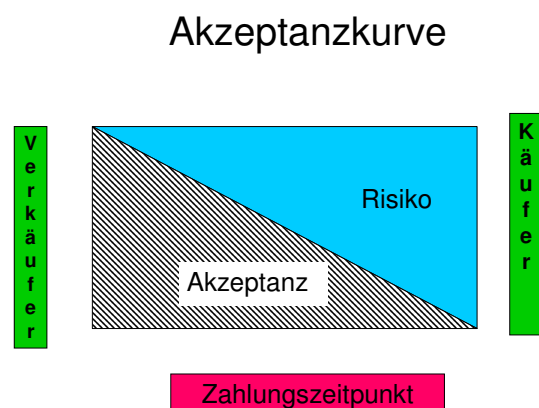
1. Sich gegenseitig vertrauende Partner, z.B. Wirtschaftsunternehmen, die sich aus jahrelanger Geschäftsbeziehung kennen oder Behörden, die über eine gemeinsame Aufsichtsstelle Informationen zur Bonität austauschen können.
2. Ein vertrauter Partner und ein unbekannter, z.B. ein bekanntes Handelsunternehmen und ein unbekannter Käufer; ein Konzern und ein kleiner, unbekannter Verkäufer.
3. Zwei unbekannte Partner, z.B. ein kleines Handelsunternehmen und ein neuer Kunde; zwei Privatpersonen, die sich bei einer Internet Auktion treffen.

Die erste Variante stellt die geringsten Anforderungen an die Organisation des Kaufprozesses. Der Verkäufer erbringt in der Regel die Leistung zuerst und gewährt damit einen Lieferantenkredit bis zur Zahlung. Die Zahlung erfolgt meist per Überweisung.

Die zweite Variante funktioniert im bilateralen Verhältnis, indem der unbekannte Partner einen Kredit gibt. Der unbekannte Käufer leistet eine Vorkasse, und gewährt damit bis zur Leistung des Verkäufers einen Käuferkredit. Der unbekannte Verkäufer gibt dem großen Wirtschaftsunternehmen, der Behörde oder einem anderen Unternehmen mit untadeliger Bonität einen Lieferantenkredit. Er erbringt seine Leistung, schreibt die Rechnung und erwartet anschließend die Zahlung, in den meisten Fällen ebenfalls per Überweisung oder Scheck.

Die dritte Variante ist für den Internet Handel typisch, jedenfalls erfordert sie eine beträchtliche Organisation des Leistungs- und Zahlungsverkehrs. Wir werden sie zur Grundlage unserer weiteren Betrachtungen machen. Ein unbekannter Verkäufer mit einem Internetshop bietet seine Leistung an, in unserer Betrachtung des iCommerce ein digitales Gut. Ein neuer Kunde fragt diese Leistung nach. Beide Partner haben eine entgegengesetzte Bereitschaft, ein persönliches Risiko einzugehen. Keiner von beiden ist bereit, einen Kredit zu geben. Je nach Zahlungszeitpunkt verteilt sich die Akzeptanz auf folgender vereinfachten Kurve:

Für beide Partner steigt die Akzeptanz mit fallendem Risiko, was nicht verwunderlich ist. Wenn allerdings keine dritte Partei im Spiel ist, sind die Erwartungen und Einschätzungen bei unbekanntem Partnern komplementär. Jeder will das Risiko bezüglich der Erfüllung des Geschäftes auf den Anderen abwälzen. Die verbreitete Praxis ist es, den Zahlungszeitpunkt oder den Leistungszeitpunkt soweit wie möglich nach hinten zu verschieben, d.h. erst nach der Leistung zu zahlen (Käufer), oder nach der Zahlung zu leisten (Verkäufer).



Das gegenseitige Misstrauen resultiert aus einer Unsicherheit, die in der Öffentlichkeit durch die Diskussion über den sicheren Zahlungsverkehr noch geschürt wird. Diese Diskussion ist allerdings einseitig, denn sie betrachtet nicht den sicheren Leistungsverkehr. Sie ist allenfalls für den Spezialfall der asymmetrischen Konstellation eines Bekannten Verkäufers und eines unbekanntem Käufers gültig. Die ordentliche Leistung ist dann vermutlich gesichert und es kommt darauf an, dass der Zahlungsverkehr vom Käufer zum Lieferanten auf eine sichere Basis gestellt wird.

Diese Situation ist im Internet auch anzutreffen, aber sie ist nicht die typische Variante in dem neuen Medium, das Tausende von relativ unbekanntem Verkäufern mit Millionen von potenziellen Kunden zusammen führt. Für den Handel zwischen Privatleuten wie zum Beispiel in Auktionen, ist die asymmetrische Konstellation ungültig. Bei zwei unbekanntem Partnern haben wir eine symmetrische Risikoerwartung. Der Käufer braucht eine Sicherheit bezüglich der Leistung; der Verkäufer eine solche bezüglich der Zahlung.

Wie wir an anderer Stelle schon dargelegt haben, ist das Internet ein Käufermedium; d.h. der Käufer bestimmt die Spielregeln, seine Präferenz determiniert die Geschäftsabwicklung. Er geht ins Internet oder verlässt das Medium, um einen Handel nach seinen Regeln abzuschließen. Dort trifft er auf einen fremden Anbieter.

Beide sind im Internet und im iCommerce zusammengekommen, um ein Handelsgeschäft erfolgreich abzuschließen. Jeder Partner will sein Risiko minimieren und die Zahlung zu seinen Gunsten verschieben, der Käufer nach hinten, der Verkäufer nach vorn. Beide müssen sich aufeinander zu bewegen, was in die Frage mündet, wer von beiden bereit ist, einen Kredit zu geben. Der Kunde leiht dem Verkäufer sein Geld, wenn er vor der Leistung zahlt. Je nach der gewählten Zahlungsart gibt es eine Vorkasse, die mit dem Geschäft unmittelbar zusammen geht. Es gibt aber auch die Variante, bei der der Kunde sein Geld schon elektronisch eintauscht, bevor zum Einkaufen los geht.

Auf der anderen Seite der Zahlungszeitpunkte steht die Überweisung nach Leistung. In dem Fall gibt der Verkäufer einen Kredit von der Leistung bis zum Zahlungseingang. Es bedarf keiner ausgefeilten Analyse zu erkennen, dass diese Variante mit einem Zahlungsrisiko und mit Zinskosten verbunden ist und keine hohe Akzeptanz beim Verkäufer findet.

Wir werden im Folgenden die Zahlungssysteme mit ihren Kosten, Risiken und Chancen darstellen. Wir sortieren sie nach dem Zahlungszeitpunkt in Bezug auf die Leistung. Diese Reihenfolge haben wir gewählt, weil wir später das Risikomanagement analysieren. Für die Untersuchung der wirtschaftlichen Ziele des Verkäufers müssen wir den gesamten Handelsprozess betrachten. Diese Analyse kann sich nicht auf die Kosten der Zahlungsart im engeren Sinne beschränken. Der Aufwand für Bonitätsprüfungen, Mahnwesen und Inkasso gehört untrennbar mit der Zahlungsart in die Kalkulation des Verkäufers. Es kommt für ihn nicht nur darauf an, ein gut akzeptiertes Zahlungsangebot für den Kunden darzustellen. Er muss sich in der Folge auch mit den Kosten auseinandersetzen, die bis zum endgültigen Abschluss des Handelsprozesses bei ihm anfallen.

Unsere Reihenfolge der verschiedenen Zahlungssysteme ist eine repräsentative Auswahl. Die bekannten und im Markt verbreiteten Systeme haben wir aufgenommen. Daneben gibt es sicher noch die ein oder andere Mischform. Wir haben die Varianten ausgewählt, die in einer Vielzahl von Shops realisiert sind und gliedern sie nach den Zahlungszeitpunkten:

#### Zahlung vor der Leistung

- Geldkarte
- Kaufkarten
- Vorkasse

#### Zahlung bei Leistung

- Exkurs: Nachnahme
- Lastschrift
- Paybox/Handypay
- Paypal
- WEB.Cent

#### Zahlung nach der Leistung

- 0190 Inkasso
- Net900
- Firstgate
- Kreditkarte

### **Zahlung vor der Leistung**

Dieser Zahlungsprozess hat zwei Varianten, die von dem Käufer auch unterschiedlich wahrgenommen werden. Der Eintausch seines Geldes in ein elektronisches Guthaben geschieht schon, bevor er sich überhaupt zu einem Kauf im Internet entschlossen hat. Das

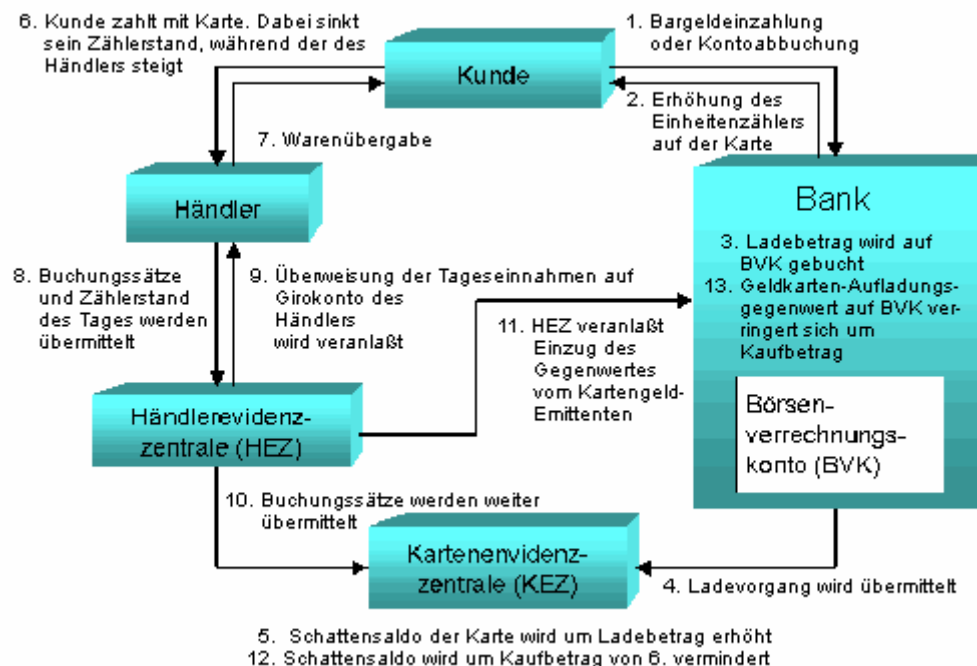
Guthaben wird auf eine Karte verbucht, die er beim Kauf entleeren kann. Davon zu unterscheiden ist die Vorkasse unmittelbar im Zusammenhang mit dem konkreten Kauf.

### Geldkarte

Die Geldkarte ist eine Chipkarte, teilweise auch „Smartcard“ genannt, mit einem aufladbaren Mikrochip. Seit Mitte 1996 ist die ec-Karte so als Geldkarte aufgerüstet worden. Sie lässt sich am Bankschalter oder an eigens dafür installierten SB-Ladegeräten mit einem Geldbetrag von maximal 200,00 € aufladen. Zu diesem Zeitpunkt wird der entsprechende Betrag bereits vom Konto des Karteninhabers abgebucht. Für den Internet Handel muss der Karteninhaber ein Lesegerät an seinem Computer installieren, das zwischen 50 € und 75 € kostet. Eine einmal getätigte Zahlung kann vom Kunden nicht mehr zurückgenommen werden. Die Verwendung dieser elektronischen Geldbörse ist deshalb von besonderem Vorteil für den Verkäufer, zumal die Kosten mit 3 Promille vom Umsatz gering sind.

Beim Aufladen der Karte und bei jeder Zahlung werden alle Daten bei einer Evidenzzentrale gespeichert. Sie prüft nach der Autorisierung das Guthaben auf der Karte und speichert alle Einzeldaten. Die Geldkarte gewährleistet also nicht mehr die Anonymität konventioneller Barzahlungen. Bei jedem Zahlungsvorgang wird gespeichert, wer, wann, an wen, welchen Betrag gezahlt hat. Alle Daten über das Zahlungsverhalten werden sechs Jahre bei der Evidenzzentrale gespeichert.

Mit dem Mikrochip sind über 30 Mio. ec-Karten ausgerüstet, die an ca. 100.000 Verkaufsstellen eingesetzt werden könnten. Trotzdem hat sich das Verfahren in der Praxis des offline Handels nicht durchgesetzt und es ist mehr als fraglich, ob bei einer zusätzlichen Investition in die Kartenleser diese Zahlart im Internet mehr Akzeptanz findet.



### Kaufkarten

Ohne eine installierte Hardware kommen Verfahren aus, die lediglich Informationen von einer Karte verarbeiten. Der Interessent kauft sich eine solche Plastikkarte, die mit einer

Prepaid Telefonkarte vergleichbar oder sogar damit kombiniert ist. Auf der Karte ist ein Key Code angebracht, den der Käufer bei der Bezahlung ins Internet eintippt. Ein Payment Server des Kartenherausgebers prüft die Berechtigung und das Restlimit auf der Karte. Anschließend erteilt er dem Händler die Zahlungszusage und bucht den Betrag vom Verfügungsrahmen der Karte ab.

Das System ist für die Verwendung im Internet relativ schwerfällig, da es zweimal das Medium wechselt. Beim Kauf der Karte wird reales Geld in elektronisch gespeichertes getauscht. Nach der Abwicklung des Handelsgeschäftes muss der Verkäufer warten, bis das Geld aus der virtuellen Verwendung auf seinem Konto gutgeschrieben wird. Er zahlt für die Abwicklung der Zahlung zudem noch eine hohe Provision von 35 – 40 Prozent vom Umsatz. Dafür entfällt aber jegliches Zahlungsrisiko auf seiner Seite.

Der Käufer hat den Vorteil, dass er bei dieser Zahlart tatsächlich anonym bleibt. Wie so oft, bringt dieser Vorteil seine Nachteile gleich mit: Ein Verlust der Karte ist gleichzeitig auch ein Verlust des eingezahlten Geldes.

Der Käufer trägt das Leistungsrisiko. Jede Störung des Leistungsprozesses führt trotzdem zu einer gültigen Bezahlung. Stellen wir uns vor, dass ein Download einer Datei aus irgendeinem Grund nicht funktioniert hat. In dem Fall wird dennoch das Geld von dem Guthaben der Karte abgebucht. Der Käufer gibt die Kartenummer in der Regel an, bevor er zum Abruf der Leistung zugelassen wird. Die Rückabwicklung des Geschäftes ist ausgesprochen kompliziert. Der Benutzer der Karte muss in jedem Fall seine Anonymität aufgeben, um möglicherweise eine Erstattung zu erhalten.

## **Vorkasse**

Die Vorkasse definiert keine Zahlart im engeren Sinne, sondern lediglich den Zahlungszeitpunkt. Der liegt vor der Leistung. Immerhin bezieht er sich aber, anders als beim Kauf einer Prepaid Karte, auf einen konkreten Kaufvorgang. Die Vorkasse wird vom Verkäufer vor allem dann verlangt, wenn er den Kaufinteressenten nicht kennt, oder wenn der Kaufbetrag eine Höhe überschritten hat, für die er das Risiko nicht tragen will.

Die sicherste Art der Vorkasse ist für den Verkäufer die Überweisung auf sein Bankkonto. Der Vorgang kann vom Käufer nicht mehr rückgängig gemacht werden. Viele Internet Käufer haben auch einen Anschluss an das Online Banking; aktuelle Statistiken weisen eine Deckung von über 70 Prozent der Kunden im Online Banking aus, die zudem im Internet einkaufen. In dem Fall geht der Übertrag relativ schnell. Der Kunde gibt seine PIN (Persönliche Identifikationsnummer) und TAN (Transaktionsnummer) auf der Internet Site bei seiner Bank ein. Für beide Parteien ist das ein sicheres Zahlungsverfahren.

Neuere Entwicklungen in der Bankenlandschaft wollen eine unmittelbare Überweisung beim Kauf realisieren. Im dem Fall soll der Kunde seine PIN und TAN in einem Fenster eintragen, das sich beim Check Out im Shop öffnet. Der Auftrag geht dann von dort zu seiner Bank, die das Geld direkt an die Händlerbank anweist. Diese Prozessvariante wird aber noch einige Abstimmungsarbeiten im Verkehr der Banken untereinander und mit dem Handel notwendig machen.

Neben dieser aktiven Übertragung aus Kundensicht kann der Shop eine passive Übertragung anbieten. Der Käufer lässt zu, dass der Händler Geld von seinem Bankkonto abzieht. Der Kaufinteressent gibt seine Bankverbindung und eine Erlaubnis zum Einzug auf den Internet Seiten des Händlers ein. Der Verkäufer zieht das benötigte Geld vom

Bankkonto per Lastschrift ein und führt anschließend den Kauf durch. Auf die Unterschiede beim Bankeinzug werden wir später noch ausführlich eingehen.

Bei allen Varianten der Vorkasse trägt der Käufer das Leistungsrisiko, d.h. er muss dem Verkäufer vertrauen, dass er die Leistung nach der Zahlung auch erbringt. Da im Internet viele Verkäufer unbekannt sind, wird das Verfahren der Vorkasse vom Kunden wenig akzeptiert.

## **Zahlung bei Leistung**

Ein echtes Zug um Zug Geschäft gibt es nicht im iCommerce. Manche Verfahren kommen dem sehr nahe, wenn der Zahlungszeitpunkt unmittelbar bei der Leistung liegt. Wir werden im Folgenden solche Prozesse untersuchen.

### *Exkurs: Nachnahme*

Im Versandhandel kennen wir die Abwicklungsart Nachnahme. Die Übergabe beim Käufer gegen Barzahlung birgt für beide Parteien ein geringes Risiko. Der Kunde sieht zumindest, dass er eine Lieferung bekommt, bevor er bar oder per Scheck bezahlt. Für den privaten Käufer ist das Verfahren noch eher akzeptabel, als für ein größeres Unternehmen. Letztere haben oftmals eine Warenannahme, die von der Buchhaltung getrennt ist. Je nach Höhe des Betrages ist die Zahlung mit Bargeld bei der Nachnahme umständlich. Die Kosten für den Logistiker sind nicht unerheblich und das Verfahren ist nur für physische Güter durchführbar. Im iCommerce, also bei digitalen Gütern, kann Nachnahme nicht angewendet werden.

### **Lastschrift**

Bei der Lastschrift wird der Verkäufer aktiv. Er gibt seiner Bank (Händlerbank) den Auftrag, vom Konto des Käufers bei dessen Bank den Rechnungsbetrag einzuziehen. In dem Verfahren gibt es zwei Varianten: Im Internethandel ist die Einzugsermächtigung gebräuchlich. Der Käufer erklärt sich einverstanden, indem er einen Text unterschreibt, der etwa folgenden Wortlaut hat:

*Hiermit ermächtige ich Sie widerruflich, die von mir zu entrichtenden Zahlungen bei Fälligkeit zu Lasten meines Kontos mit der Nummer xxx, Bankleitzahl xxx bei "Bank" durch Lastschrift einzuziehen.*

Der Text kann weitere Ergänzungen zum Zahlungsgrund oder zur Anerkennung der AGB enthalten. Er sollte in jedem Fall unterschrieben sein. Wir werden bei der Behandlung von Lastschriftrückgaben noch erklären, warum die Unterschrift von Bedeutung ist.

Der Bank des Käufers liegt die Ermächtigung zum Einzug nicht vor. Die Händlerbank schließt also mit dem Verkäufer eine Vereinbarung zum Einzug von Lastschriften. Diese Inkassovereinbarung ist eine Bedingung dafür, dass die Händlerbank die eingereichten Einzüge überhaupt annimmt.

Das gilt auch bei der zweiten Variante, dem Abbuchungsauftrag. Diese kommt im Internethandel praktisch nicht vor. Im Unterschied zur ersten Variante informiert der Käufer seine Bank mit etwa folgendem Text:

*Hiermit bitte ich Sie widerruflich, die von "Verkäufer" für mich bei Ihnen eingehenden Lastschriften zu Lasten meines Kontos mit der Nummer xxx einzulösen.*

Der Käuferbank liegt also ein ausdrücklicher Auftrag vor, dem der Kontoinhaber nicht widersprechen kann. Selbstverständlich kann er den Auftrag zurück ziehen. In der Regel gilt das aber nicht für die gerade ausgeführte Abbuchung. Abbuchungsaufträge werden meist zu

Gunsten von Dienstleistern abgeschlossen, zu denen der Käufer ein besonderes Vertrauensverhältnis hat. Der Verkäufer hat eine schnelle Sicherheit in Bezug auf die Zahlung. Eine Lastschriftrückgabe ist praktisch nicht möglich. Die Voraussetzungen sind im iCommerce kaum gegeben. Gerade bei digitalen Gütern wird der Kunde keine unbegrenzte Verfügung über sein Konto zulassen; vor allem dann nicht, wenn er den Verkäufer lediglich als Betreiber einer Internet Site kennt.

### *Lastschriftinkasso*

Der Verkäufer kann nicht ohne weiteres Lastschriften einziehen. Er muss sich mit seiner Bank in Verbindung setzen und einen entsprechenden Antrag stellen. Die Bank prüft die Bonität des Verkäufers und legt ihm einen Vertrag, eine Inkassovereinbarung, vor. Die Bank will ihr Risiko aus der Dienstleistung minimieren, denn schließlich sendet sie die Aufträge an die korrespondierende Bank des Käufers weiter. Jeder ungerechtfertigte Einzug verursacht Aufwand und Kosten. Der Shop muss deshalb seiner Bank per Vertrag bestätigen, dass:

- ihm eine unterschriebene Einzugsermächtigung vorliegt,
- die Forderungen fällig sind,
- Lastschriften bei Vorlage fällig sind,
- nicht eingelöste Lastschriften mit Wertstellung der Einreichung zurückbelastet werden und der Shop die Kosten trägt.

Darüber hinaus enthält die Vereinbarung die Kosten des Lastschriftverfahrens und eventuelle Verabredungen über Sicherheiten, die der Verkäufer zu stellen hat. Die Sicherheiten werden für den Fall verabredet, dass die Summe der Rücklastschriften zu hoch wird und die Bank bei Kündigung des Vertrages einen Rückzahlungsanspruch hat.

Die meisten Punkte des Vertrages beziehen sich auf das Lastschriftabkommen der Banken. Insbesondere auch die Ausnahmeverabredung, wenn der Verkäufer Lastschriften ohne Unterschrift einziehen will. Dann werden die Haftungsvorschriften des Einreichers nochmals verschärft. Nach Anlage 3 des Lastschriftabkommens kann der Einreicher mit seiner Bank vereinbaren, dass sie Einzüge bis zu 50,00 € tätigt, auch wenn keine schriftliche Zustimmung des Zahlungspflichtigen vorliegt. Der Verkäufer muss seine Bank aber von jeder Haftung freistellen.

Diese differenzierten Verabredungen kommen vor allem bei der Lastschriftrückgabe zum Tragen.

### *Rücklastschriften*

Wenn vom Zahlungspflichtigen eine Lastschrift zurück kommt, so ist das für den Einreicher nicht nur ärgerlich, es belastet ihn auch mit Kosten. In jedem Fall stellt die Bank des Käufers eine Gebühr von 3,00 € in Rechnung. Dazu kommen die Gebühren der eigenen Bank für die Rücklastschrift, die in dem Inkassovertrag vereinbart worden sind.

Nun ist das zwar eine ärgerliche, aber keineswegs hoffnungslose Situation. Der Käufer hat die Leistung erhalten, unterstellen wir das mal. In dem Fall muss er auf einem anderen Weg den fälligen Betrag zahlen und der Vorgang wird an das Mahnwesen abgegeben. Der Verkäufer hat einen Anspruch auf den Rechnungsbetrag und die angefallenen Kosten und Zinsen. Insofern verursacht die Rücklastschrift selbst beim Käufer keine Kosten, aber das nachfolgende Inkassoverfahren dafür um so mehr.

Mit der Rücklastschrift erhält der Verkäufer auch eine Mitteilung über den Grund. Das können Fehler sein, wie: Konto erloschen, Kontonummer falsch, Sparkonto oder Name gehört nicht zur Kontonummer. Es kommt relativ selten vor, dass der Käufer bestreitet, eine

Einzugsermächtigung erteilt zu haben, oder der Abbuchung schlichtweg widerspricht. Der weitaus häufigste Grund für eine Rücklastschrift im iCommerce ist aber „keine Deckung“.

Eine Rückgabe mangels Verfügungsrahmen kommt innerhalb von 3-4 Arbeitstagen beim Verkäufer wieder an und markiert den Start in ein Inkassoverfahren.

Sehr häufig wird die 6-Wochen-Frist zur Rückgabe von Lastschriften diskutiert. Der Umfang der Diskussion entspricht in keiner Weise der praktischen Relevanz des Themas. Solche Rückgaben kommen im Fall von berechtigten Einzügen so gut wie nie vor. Der reklamierende Kunde kann zwar sein Konto kurzfristig entlasten, er hat jedoch erhebliche Konsequenzen zu befürchten. Wenn jemand fälschlicherweise behauptet, er hätte die Willenserklärung zum Kauf gar nicht abgegeben, trotzdem aber die Leistung in Anspruch nimmt, so macht er sich des Betruges strafbar.

Da aber die Rückgabefrist ein gern diskutiertes Thema ist, werden wir im Folgenden darauf eingehen. Wer hat die 6-Wochen-Frist zu beachten?

Diese Frist beachtet einerseits die Bank des Käufers, indem sie eine Vorprüfung macht. Innerhalb der ersten 6 Wochen nach der Einreichung wird jede Lastschrift mit Widerspruch an die Händlerbank durchgereicht. Die belastet sie dem Konto des Verkäufers zurück.

Behauptet der Kontoinhaber nach der 6-Wochen-Frist, er hätte gar keine Unterschrift zu einer Einzugsermächtigung erteilt, dann wird seine Bank die Reklamation an die Händlerbank weiter leiten. Diese wiederum fragt beim Händler an, ob dem eine unterschriebene Einzugsermächtigung vorliegt. Kann der Verkäufer eine Unterschrift vorweisen, wird seine Bank der Annahme außerhalb der 6-Wochen-Frist widersprechen. Die Rücklastschrift wird wieder an die Bank des Käufers retourniert.

Außerhalb der 6-Wochen-Frist wird eine Reklamation wegen Widerspruchs jederzeit angenommen, wenn keine unterschriebene Einzugsermächtigung vorliegt. Dabei wird nicht die Frage gestellt, ob die Lastschrift berechtigt ist. Es genügt allein die Tatsache der fehlenden Unterschrift. Und jederzeit heißt tatsächlich unbegrenzt.

Beliebig lange kann aber auch jede andere unberechtigte Lastschrift zurück gegeben werden. Die 6-Wochen-Frist ist kein Schutz für einen betrügerischen Händler. Lastschriften ohne Gegenleistung braucht sich kein Käufer gefallen zu lassen; nicht innerhalb und nicht außerhalb der 6-Wochen-Frist. Die Bank des Händlers haftet für jeden Schaden, der aus der Weitergabe unberechtigter Lastschriften entsteht. Diesen Schaden wird sie sich ganz sicher von ihrem Kunden (dem Verkäufer) erstatten lassen. Häufen sich die Problemfälle bei der Bank, wird sie die Inkassovereinbarung mit dem Händler auf den Prüfstand stellen und in der Regel kündigen.

Die Lastschrift ist ein passives Verfahren aus Sicht des Käufers. Sie ist aber deshalb nicht risikoreicher. Gerade weil der Kontoinhaber einen Vertrauensvorschuß gibt, hat der Gesetzgeber dessen Position gut geschützt. Er kann sich jederzeit gegen unberechtigte Lastschriften wehren. Das Zahlungsverfahren verändert die Rechtspositionen des Kaufvertrages nicht. Der Verkäufer steht da eher etwas ungeschützter da. Platzt eine Lastschrift, muss er den steinigen Weg des Mahnwesens und des Inkassos gehen. Er setzt sich möglichen Betrugsversuchen aus, indem er auf die Zahlung mit dem Einzug vertraut und später seinem Geld hinterher läuft, wenn die Lastschrift mangels Deckung an ihn zurück belastet wird.

## **Paybox/Handypay**

Der Dienst „paybox“ wurde von der Deutschen Bank großzügig finanziert und inzwischen wieder eingestellt. Die Konzeption war nicht tragfähig.

Der Produktname „paybox“ stand für die Identifizierung des Kaufinteressenten über ein Handy. Im Hintergrund wurde die Zahlung ganz konventionell über einen Lastschriftzug durchgeführt. Deshalb musste der Teilnehmer sich für dieses Verfahren anmelden und eine entsprechende Einzugsermächtigung unterschreiben.

Der Kaufinteressent füllte seinen Warenkorb im Shop und ging zur Kasse. Bei der Auswahl des Zahlverfahrens klickte er im Shop auf den paybox Button und wurde danach durch die Identifizierung geführt. Im Web Formular gab er seine Mobiltelefon Nummer ein. Der zentrale Rechner wählte das Handy des Benutzers an und gab ihm den Zahlungsbetrag und den Empfänger vor mit der Aufforderung, seine PIN in das Handy einzutippen. Stimmt diese mit der registrierten Kennung überein, wurde dem Shop über die Internet Schnittstelle mitgeteilt, dass paybox den Kauf akzeptiert und abrechnet.

Der Betrag wurde nun von der paybox.net AG vom Konto des Käufers per Lastschrift eingezogen und dem Konto des Verkäufers gutgeschrieben. Auf der Zahlungsebene findet also ein einfacher Transfer außerhalb des Internet statt. Für die Käuferseite gelten alle Ausführungen, die wir oben für den Lastschriftzug gemacht haben. Der Verkäufer erhält sein Geld ganz konventionell mittels Überweisung.

Warum wurde „paybox“ wieder eingestellt?

Der Betreiber hat damit geworben, dass er 30 Millionen Handy Besitzer erreicht. Genau genommen hat er aber nur die Teilnehmer mit einem Internet Anschluss erreicht, die der Gesellschaft eine Zusage zum Lastschriftzug erteilt haben. Um diese zu adressieren, genügt ein einfacher Internet Zugang. Der Weg über ein Handy zur Ein- und Ausgabe von Zahlungsinformationen stellt für den iCommerce einen Medienbruch dar. Wenn der Teilnehmer ohnehin am Rechner sitzt und eine online Verbindung über das Internet aufgebaut hat, kann auch gleich über das Medium kommuniziert werden. Die Eingabe der PIN übers Internet würde das Verfahren erheblich beschleunigen.

Diesen Weg geht jetzt die Jamba! AG mit dem neuen Service „handypay“. Beim Erwerb von digitalem Kontent gibt der Käufer auf der Website des Anbieters seine Mobilnummer an. Er erhält eine SMS mit einem PIN-Code, den er dann wieder in das Bezahlfeld auf der Website eintippt. Der Zahlungsbetrag wird mit der nächsten Handyrechnung abgebogen. Die konkrete Zahlung läuft also außerhalb des Internet, entweder per Überweisung oder per Lastschrift.

Der Verkäufer kann nur fest vereinbarte Beträge zwischen 0,99 € und 9,99 € als Preis angeben, dafür zahlt er eine stolze Provision von mehr als 50% des Rechnungsbetrages. Das Vertragswerk ist extrem lang und für jeden Mobilfunkanbieter unterschiedlich. Der Anbieter schaltet noch ein unechtes Factoringverfahren dazwischen, über das die Forderungen an Jamba! verkauft werden. Geht die Forderung ins Inkasso, wird zunächst ein Kulanzbetrag von 25 € abgebogen. Der Rest wird dann unter Abzug von weiteren Kosten dem Verkäufer erstattet. Der Verkäufer trägt die Kosten der Rechtsverfolgung.

Das gesamte System bevorzugt den Mobilfunk-Provider in außerordentlichem Maße. Es bleibt abzuwarten, ob die Marktmacht der Provider ausreicht, das System im Markt durchzusetzen. Dem Käufer bringt es Vorteile, denn er kauft anonym ein.

## **Paypal**

Die USA sind das Land der Schecks und Kreditkarten. Die verschiedenen Arten der Kreditkarten werden wir später noch ausführlich behandeln. Mit Paypal ist eine Methode aus USA nach Europa gekommen, die eine Übertragung von Geld mit einem Email Scheck simuliert. Für jeden Teilnehmer am System wird ein Konto im Internet eingerichtet, über das er per Email verfügen kann. Die Autorisierung des Nutzers erfolgt über die Kreditkarte.

Paypal bezeichnet sich selbst nicht als eine Bank, ein Payment Prozessor oder Treuhänder. Sie ist nach eigener Aussage ein Agent.

Paypal bietet eine eingeschränkte Form der Risikoübernahme an. Im Gegensatz zu den europäischen Zusagen, die damit die tatsächliche Verantwortung für die Bonität des Kunden meinen, ist die amerikanische Form des Risikomanagement eine schlaue Empfehlung als Beratung.

Am Ende wird die Buchung durch Einzug oder Überweisung von einem Bankkonto vorgenommen. Paypal ist damit eine spezifische Zusammenstellung aus den Kriterien Identifikation, Risikoübernahme und Buchung, ohne eine eigene Innovation. Trotzdem hat es seinen Siegeszug über die Auktionsplattform eBay angetreten. Im Endeffekt hat Paypal ein geschicktes Marketing betrieben und ist damit ein Vorbild, wie man ein Zahlungsverfahren im Markt platziert.

Jeder Teilnehmer am Paypal System kann entweder Sender oder Empfänger sein. In der Regel ist er beides. Für den reinen Empfänger gelten weniger restriktive Voraussetzungen. Er gibt Namen, Adresse und Email Adresse an. Will er auch Geld transferieren, gibt er seine Kartenummer oder eine Bankverbindung an. Je mehr Funktionen des Systems er wahrnehmen will, desto mehr Informationen werden abgefordert. Lässt er zum Beispiel sein Geld auf den Paypal Konten verzinsen, muss er seine Sozialversicherungs- oder Steuernummer angeben.

Paypal prüft die Informationen, die eingegeben wurden an Dateien der Kartenunternehmen oder an anderen Negativdateien. Ist das nicht zweifelsfrei möglich, verlangt Paypal weitere Informationen, wie z.B. die Nummer des Führerscheins, die letzte Kreditkartenabrechnung, oder andere Informationen, die hilfreich sein können, um die Bonität des Antragstellers zu beurteilen.

Paypal bucht bei der Anmeldung 1,95 \$ von dem angegebenen Konto ab. Nach drei Tagen sieht der Teilnehmer den Betrag auf dem Paypal Konto. Auf dem Kontoauszug der Abbuchung bei der Bank erscheint eine vierstellige PIN. Mit dieser muss der Teilnehmer das Konto bei Paypal freischalten. Die gesamte Prozedur ist nicht einfach und sie geht auch nicht schnell.

In dem Paypal System werden drei verschiedene Arten von Konten angeboten. In Zusammenarbeit mit Visa gibt es weitere vier Kontenarten, die aber lediglich ein Abbild der Abstufung innerhalb der Visa Organisation sind. Wir bleiben bei den Paypal Konten. Das einfachste Konto, die Einstiegsvariante ist das Personal Konto. Es kann lediglich für die Übertragung zwischen Paypal Konten genutzt werden. Die Möglichkeit zum Empfang von Geldern aus Kreditkarten Transaktionen ist den Premier und den Business Konten vorbehalten. Diese Konten sind unmittelbar mit einem Bankkonto verbunden, von dem Paypal fällige Zahlungen einzieht.

Ein Personal Konto wird kostenfrei geführt. Ein Premier oder Business Konto kann Kreditkartenzahlungen empfangen. Die Gebühr dafür ist 2,9% des Betrages plus 0,30 \$. Diese Variante ist für ein Verkäufer Konto notwendig. Mit der Gebühr sind keine weiteren Leistungen verbunden; insbesondere keine Risikoübernahme oder Treuhandfunktion.

Gebühren werden beim Übertrag aus dem Paypal System in die „reale Welt“ fällig. Der Anbieter will damit die Teilnehmer motivieren, ihr Geld im Kreislauf des Systems zu halten.

Die Übertragung auf ein „reales“ Bankkonto kostet 1,75 € und ist ab 25 \$ möglich. Die Einzahlung von einem Bankkonto kostet ebenfalls 1,75 €.

Kontoüberziehungen sind möglich, kosten aber erhebliche Zinsen und Gebühren. Paypal berechnet dafür 22% und mehr.

Zu allen diesen Zinsen und Gebühren kommen die Kosten der Kreditkartengesellschaften, die bei jeder Transaktion als Disagio erhoben werden.

Paypal beschreibt auf seinen Seiten die Dienstleistung mehr als ausführlich. Das hat sicherlich seinen Hintergrund in den restriktiven amerikanischen Bestimmungen zur Haftung der Produzenten und Vermittler. Allein das sogenannte „User Agreement“ umfasst 30 eng beschriebene DIN A4 Seiten – in Englisch. Jeder Transfer von Teilnehmern außerhalb der USA und Kanada wird mit einer zusätzlichen Gebühr von einem Prozent belastet. Diese haben nur eine Chance zur Teilnahme, wenn sie eine feste Anbindung ihres Paypal Kontos an eine Kreditkarte zulassen.

eBay hat PayPal gekauft und bietet nun in seinem Netzwerk den Dienst an. Damit ist die Grundausrüstung für das Zahlungssystem gesichert. eBay bietet auch die Bindung an die eigene Kreditkarte. Einfacher wird das Verfahren dadurch trotzdem nicht.

## **WEB.Cent**

WEB.Cent ist ein Zahlungsmittel mit dem man Content und Dienste im Internet bezahlen kann.

Um als Käufer mit WEB.Cents bezahlen zu können, muss man sich zunächst bei WEB.DE registrieren und ein freemail Konto einrichten, sofern man dort noch nicht registriert ist.

Anschließend kann man sich sein WEB.Cent Konto aufladen. Hierbei entspricht ein € Cent auch einem WEB.Cent

Die Bezahlung der gekauften WEB.Cents erfolgt per Kreditkarte, Bankeinzug, Überweisung oder Bareinzahlung. Je nachdem welche Art der Bezahlung man wählt stehen einem die WEB.Cents sofort und ohne Einschränkung zur Verfügung (bei Kreditkartenzahlung) oder mit Einschränkung (Bankeinzug, Überweisung, Bareinzahlung).

Nachdem man nun sein Konto aufgefüllt hat, kann man auf ca. 200 Webseiten mit WEB.Cents bezahlen.

Dies läuft wie folgt ab:

Schritt 1: Wunschprodukt aussuchen und auf „Kaufen“ klicken

Schritt 2: Als Zahlungsart WEB.Cent angeben

Schritt 3: Den WEB.DE Nutzernamen und das dazugehörige Passwort eingeben

Schritt 4: Kauf bestätigen

Schritt 5: Produkt wird freigeschaltet und steht nun zum Download bereit.

Die Seiten der Bezahlung werden verschlüsselt übermittelt.

Dadurch bietet WEB.Cent eine sichere, schnelle und einfache Möglichkeit der Bezahlung im Internet.

Der Betrag wird dem Anbieter umgehend gut geschrieben, ohne dass diesem die Kreditkartendaten etc. mitgeteilt werden müssen.

Wenn man mit seinem Produkt unzufrieden sein sollte, muss man sich an das WEB.DE Kundencenter wenden. Bei einer berechtigten Beanstandung werden die jeweiligen WEB.Cents zurückgebucht.

## **Zahlung nach der Leistung**

Die Zahlung nach der Leistung ist vom Käufer am besten akzeptiert, gibt sie ihm doch die Möglichkeit, eventuellen Fehlern bei der Leistungserbringung zu widersprechen und die Zahlung zurückzuhalten oder zurück buchen zu lassen. Wir haben die Varianten nach der Entfernung zum Kaufzeitpunkt sortiert.

0190 Inkasso  
Net900  
Firstgate  
Kreditkarte  
webcent

Wir betrachten auch hier nur die iCommerce Geschäfte mit digitalen Gütern. Der Käufer zahlt einige Zeit nach der Leistung über verschiedene Wege, die er beim Kauf verabredet hat. Das kann gemeinsam mit der Telefonrechnung, über einen Lastschriftzug oder per Überweisung geschehen.

### **0190 Inkasso**

Diese Form der Abrechnung bringt der User mit Sexseiten und erotischen Inhalten in Verbindung. Obwohl die Anbieter versuchen, gegen dieses Image zu wirken, ist das wenig erfolgreich. Tatsächlich gibt es mindestens zwanzig Anbieter für 0190 Inkasso, die einen sogenannten Dialer auf den Rechner des Käufers laden und anschließend die Zahlungsbeträge über die Telefonrechnung einziehen lassen. Alle diese Dialer bieten ihre Leistungen für die Abrechnung von „Adult Entertainment“ an.

Die Dialer Programme werden nach Auswahl auf den Rechner des Benutzers geladen. Sie trennen die aktuelle Browserverbindung und bauen eine andere, wesentlich teurere Verbindung über den Service 0190 auf. Die Kosten trägt (im Gegensatz zu einer 0180-er Nummer) immer in voller Höhe der Anrufer.

Zwischen dem Telekommunikationsanbieter und dem Nutzer steht in der Regel ein Dienstleister, der die Daten für die Abrechnung auf spezialisierten Rechnern und Routern erfasst. Er öffnet einen Datensatz beim Start des Dienstes und schließt ihn wieder am Ende der kostenpflichtigen Sitzung. Der Gesamtpreis wird je nach der Höhe der eingestellten Vergütung für die Verbindung ermittelt und dem Netzbetreiber (in der Regel der Telekom) überspielt.

Mit der auf die 0190 folgenden Ziffer wird der Tarif zugespielt. Im Service 0190 stellen die Telekommunikationsanbieter nicht nur die Netzinfrastruktur zur Herstellung von Telefonverbindungen bereit, sondern sie übernehmen zusätzlich das Inkasso für Dienstleistungen, die über das Telefon abgerufen werden können. Die gleichzeitige Inanspruchnahme von zwei verschiedenen Leistungen (Übertragungsleistung der Netzbetreiber und Informationsleistung des Dienst-Anbieters) bedingt, dass der Anrufer für

die Verbindung mehr bezahlen muss als für eine übliche Telefonverbindung. Von den Gesamteinnahmen wird nach Abzug des Anteils für die Übertragungsleistung anschließend der Inkassoanteil an den Anbieter weitergeleitet.

	Anrufer zahlt	Anbieter erhält
0190- 4, 6	0,41 €	0,11 €
0190- 1, 2, 3, 5	0,62 €	0,27 €
0190- 7, 9	1,24 €	0,755 €
0190- 8	1,86 €	1,275 €

Diese Zahlen sind eine grobe Richtschnur. Im Einzelnen können Sondervereinbarungen, Mengenrabatte und ähnliches vereinbart werden. Besonders vorsichtig sollte der Käufer sein, wenn hinter der 0190-er Nummer eine 0 folgt. In dem Fall kann der Anbieter frei wählen, welchen Kostensatz er vereinbart – und zwar auch unabhängig von den Zeiteinheiten. So kann allein die Einwahl schon mit einem beliebig hohen Betrag versehen werden. Als Anwendungsbeispiel für diese Art der Abrechnung wird immer gern der Verkauf von teurem Content genommen, der nicht an eine Zeit gebunden ist, z. B. der Download einer Studie oder einer Software. Leider werden aber mit der Vergütungsart dem organisierten Betrug neue Möglichkeiten geboten, sich Geld bei gutgläubigen Käufern zu beschaffen.

Wenn der Aufbau eines teuren Internet Zugangs unbemerkt bleibt, wird dem Benutzer der Eindruck vermittelt, er würde die Informationen über das Internet ohne weitere Kosten erhalten. Einige in betrügerischer Absicht als Viren oder trojanische Pferde aus den Rechner des Nutzers gespielte Programme trennen die Verbindung nicht automatisch nach dem Ende der Sitzung, sondern bauen bei jeder späteren Einwahl ins Internet die teure 0190 Verbindung wieder auf.

Der Gesetzgeber hat aktuell Möglichkeiten zur Verbesserung des Verbraucherschutzes geschaffen. Den Inhaber der Rufnummer erkennt man an den ersten drei Ziffern nach der 0190. Auf der Internet Seite der Regulierungsbehörde findet man den Betreiber zu den vergebenen Nummernkreisen.

Die Regulierungsbehörde hat keine gesetzliche Handhabe, die über 0190er Rufnummern erbrachten Dienstleistungen zu beeinflussen. Die Regulierung dient der ökonomischen, diskriminierungs- und störungsfreien Nutzung der Ressourcen sowie der Überprüfung von telekommunikationsrechtlichen Vorschriften und Verordnungen.

Strittige Entgelte, die auf die Nutzung von Dialer-Programmen zurückzuführen sind, fallen nicht unter das Telekommunikationsrecht, da der Internetnutzer mit dem Herunterladen des Dialers ein vertragliches Einverständnis gegeben hat. Hat er das nicht, kann und sollte er den Anbieter strafrechtlich verfolgen lassen. Um seine Ansprüche beim Dienstleister geltend zu machen, muss der Käufer dessen Name und Anschrift vom Netzbetreiber erfragen. Oftmals ist den Käufern der Preis der Leistung nicht transparent. Wenn dann das Entgelt mit der Telefonrechnung eingezogen wird, führen Streitigkeiten zur Zahlung unter Umständen zur Sperrung des Anschlusses.

Die vom Gesetzgeber verabschiedeten Regelungen nehmen neuerdings den Rechnungssteller (i. d. R. die Telekom) mit in die Verantwortung. Er muss den Kunden darauf hinweisen, dass er gegen strittige Forderungen Einwände erheben kann. Außerdem muss auf der Rechnung der vollständige Name und die ladungsfähige Anschrift des Anbieters mitgeteilt werden. Bei Verstößen gegen gesetzliche Vorschriften oder der Versendung unverlangter kostenpflichtiger Nachrichten oder Werbetexte ist der Rechnungssteller verpflichtet, die missbräuchlich genutzte Nummer zu sperren.

Die 0190er Abrechnung ist aus der Schmutzdecke kaum heraus zu holen. Trotz aller Gelöbnisse der Anbieter zur Besserung, wird die erträgliche Einnahmequelle nicht ohne

weiteres von den Bildfläche verschwinden. Selbst die Anbieter des Content, die über die Telefonrechnung das Geld einziehen, halten an der Variante fest, obwohl sie sehr teuer ist. Eine kleine Grundgebühr von bis zu 100,00 € erleichtert den Einstieg. Nach der oben gezeigten Tarifstruktur zahlt der Verkäufer eine Provision von 30% bis 70% von seinem Rechnungsbetrag an den Inkasso Dienstleister. Das lässt sich nur für den Verkauf von Content verkraften, der sehr geringe Grenzkosten verbraucht.

## **net900**

Das Verfahren wird von der in-medias-res GmbH angeboten. Der Anbieter legt seine Inhalte auf einem Webserver der net900 ab oder schließt seinen Server an das Netz der net900 an. Der Käufer lädt eine Software vor dem Bezahlvorgang auf seinen Rechner runter. Will er einen kostenpflichtigen Inhalt kaufen, wird die Verbindung zu seinem Internet Provider getrennt und eine neue Verbindung zum net900 Server aufgebaut.

Die herunter geladene Software ist ein 373 Kbyte großes Plugin für die gängigen Browser unter Windows. Die Software arbeitet dann als lokaler Proxy-Server und führt die Abwicklung durch. Nicht immer wird nach der Beendigung der Session die vorherige Proxy-Einstellung völlig wiederhergestellt. Insofern kann es zu technischen Inkompatibilitäten kommen.

net900 protokolliert die Verbindung und rechnet anschließend den Einkauf über die Telefonrechnung ab. Alternativ gibt es auch die Zahlung über Bankeinzug. Dazu gibt der Kunde bei der Installation neben seinem Namen Kontonummer und Bankleitzahl an. Er erhält daraufhin fünf Cent auf sein Konto mit einer PIN in dem Verwendungszweck. Diese gibt er fortan bei jeder Nutzung der Bezahlmethode an.

net900 läuft nicht bei jedem Provider und nicht mit jedem Telefonanschluß. Hat der Benutzer ein analoges Telefon, muss er selbst die Verbindung trennen und nach Eingabe des Passwortes und seiner PIN eine neue Verbindung zum Anbieter aufbauen. Schwierigkeiten hat net900 mit der Abrechnung in Firmennetzen. Hier ist praktisch nur die Zahlung über das Lastschriftverfahren möglich. Viele Benutzer lassen inzwischen wegen der Sicherheitsrisiken keine Installation von Dialern mehr zu. Auch diese können nicht an dem Bezahlverfahren net900 teilnehmen.

Bezüglich Risikoübernahme und Zahlungssicherheit gilt alles, was weiter oben zu Lastschrifteinzug und Zahlung per Telefonrechnung gesagt wurde. net900 übernimmt keine Zahlungsgarantie und bucht Anbieter bei Zahlungsstörungen den Rechnungsbetrag zurück. Zu den Kosten für die Dienstleistung selbst addieren sich alle weiteren Kosten für die Debitorenverwaltung, Mahnungen und Inkasso.

Das System ist nicht ganz einfach zu installieren. Der Anbieter zahlt eine einmalige Gebühr von 150,00 € und monatlich rd. 4,00 € für die Nutzung. Zusätzlich fällt eine Provision von 20% bis 40% vom Umsatz an. Damit eignet sich das Verfahren für digitale Güter und nur für solche.

## **Firstgate**

Unter der Bezeichnung Click & Buy hat die Firstgate AG einen Abrechnungsdienst für digitale Güter an den Start gebracht. Im Gegensatz zu den anderen Systemen kommt Firstgate ohne Installation einer zusätzlichen Software beim Käufer aus. Der Interessent registriert sich und gibt seine Bankverbindung oder eine Kreditkarte zur Abbuchung der fälligen Beträge am Monatsende an. Er braucht keinen Software Download und keinen Dialer für eine 0190er Verbindung zuzulassen. Firstgate verfolgt die Kaufprozesse über Cookies, die der Nutzer an seinem Rechner allerdings freischalten muss.

Von allen vorgestellten Systemen ist click & buy zu den einfachen und komfortablen zu zählen. Es kann von jedem Rechner genutzt werden, braucht keine spezielle Software und steht nach der einmaligen Registrierung für alle angeschlossenen Dienste zur Verfügung. Der Benutzer gibt sich selbst ein Paßwort und einen Benutzernamen, muss allerdings dann noch auf die Versendung einer PIN warten. Einen ersten Betrag gibt Firstgate aber jedenfalls schon mal frei, um den spontanen Käufer auf kleinem Niveau bedienen zu können. Die Höhe des ersten Limits wird in Abstimmung mit dem Verkäufer festgelegt.

Für den Verkäufer ist der Anschluss seines Angebotes an Firstgate ebenfalls sehr einfach und komfortabel. Das gesamte System wird im zentralen Rechenzentrum als ASP Lösung verwaltet. Damit ist die Software unabhängig von der Plattform des Anbieters. Firstgate hat sich die Methode patentieren lassen, mit der ein Bereich auf dem Server des Anbieters zu einem kostenpflichtigen Bereich erklärt wird. Dieses sogenannte Content Rewriting fordert auf Seiten des Anbieters kaum Aufwand. Er erhält bei der Anmeldung seines Dienstes bei der Firstgate einen neuen Link, den er als Adresse anstelle seines alten Links verwendet. Damit bindet er seine HTML-Seite in das Abrechnungssystem der Firstgate ein.

Der Käufer wird geprüft, wenn er auf eine solche kostenpflichtige Seite geht. Zunächst einmal checkt Firstgate, ob er überhaupt noch im System zugelassen ist. Schlechte Zahler oder Kunden mit Negativeinträgen werden von der weiteren Nutzung ausgesperrt. Andererseits wird aber auch geprüft, ob er beispielsweise noch eine gültige Zugangsberechtigung für die Seite hat. Dann zahlt er selbstverständlich nicht nochmals. So ermöglicht click & buy die Abrechnung von Abonentensystemen.

Bei einer Transaktion wird das Kreditlimit des Käufers überprüft, bevor die Transaktion freigegeben wird. Anschließend wird das Limit angepasst und der Betrag auf dem vereinbarten Weg vom Konto des Käufers abgezogen. Gibt es Zahlungstörungen, werden mehrfache Zahlungsläufe versucht. Bleibt auch das fruchtlos, übermittelt Firstgate alle Daten zu Zahlungshöhe, Benutzer und Bankverbindung an den Anbieter und gibt ihm somit das Risiko zurück. Eine echte Risikoübernahme seitens Firstgate gibt es nicht.

Der Anbieter zahlt im Standardfall eine einmalige Gebühr von 25,00 € und eine monatliche Grundgebühr von 5,00 €. Von jeder Transaktion zieht Firstgate eine Provision zwischen 30% und 40% ab. Wegen des einfachen Zugangs für Anbieter und Kaufinteressenten hat das System seinen Markteintritt sehr dynamisch gestalten können. Es gilt heute im deutschen Markt als das am meisten verbreitete Verfahren zur Abwicklung von Content bis zur Höhe von 5,00 €. Neue Anbieter wie die Telekom oder T-Online werden es nicht leicht haben, die Firstgate als First Mover einzuholen.

## **Kreditkarten**

Kreditkarten haben ihren Ursprung in den ehemaligen „Travel & Entertainment“ Karten in den USA. Dort haben sie auch die größte Verbreitung, sowohl in der Gesamtzahl, als auch in der Anzahl der Karten pro Person – fünf Karten hat jeder Amerikaner im Durchschnitt. Diese Tradition hat dazu geführt, dass ein Amerikaner sein Konto bei einer Kreditkartengesellschaft hält. Dort nimmt er auch einen Kredit in Anspruch, wie der Name schon sagt. Die erste Kartengesellschaft war der Diners Club. Eine weitere heute noch reine Kartengesellschaft ist American Express, d.h. eine Gesellschaft, die sowohl die Beziehung zum Kunden, als auch zum Händler hält. Sie sammelt das Geld bei ihren Kunden ein und überweist es abzüglich des vereinbarten Disagios an die angeschlossenen Händler.

Visa und Master Card haben diese Funktionen getrennt. Sie arbeiten mit Banken oder anderen Multiplikatoren zusammen und geben die Kundenbetreuung aus der Hand. Die Kooperationspartner schalten oftmals einen sogenannten Acquirer dazwischen, ein

Rechenzentrum, das die Umsätze der Kunden einsammelt, konsolidiert und an die Händlerbank überweist. Die größten Acquirer in Deutschland sind B+S und Citicorp. Über sie laufen fast alle Visa Umsätze und seit 2000 auch im sogenannten Dual Acquiring die Eurocard Umsätze.

Wir kommen später nochmals auf die verschiedenen Mitspieler im deutschen Kartenmarkt, wenn wir die Aufteilung der Erträge aus dem Internet Clearing besprechen. Zunächst wollen wir die verschiedenen Abrechnungsmöglichkeiten für Kartenautorisierungen anschauen, damit wir deren Verwendung und Entwicklungschancen für den iCommerce einschätzen können. Kreditkarte ist ein Sammelbegriff, die Feinheiten erschließen sich uns erst, wenn wir die verschiedenen Formen der Nutzung und Abrechnung betrachten. Die Zahlung an den Händler erfolgt immer in dem vertraglich festgesetzten Zeitraum. Die Zahlung des Kunden an die Gesellschaft macht den Unterschied aus.

### **Kreditkarten (im engeren Sinne)**

Die reine Kreditkarte amerikanischen Zuschnitts ist eher mit einer Kundenkarte in Deutschland zu vergleichen. Die Bank, die Mineralölgesellschaft, der Handelskonzern oder andere Gesellschaften gewähren dem Kunden einen Kredit im wahren Sinne des Wortes. Der Karteninhaber kann bis zu einer bestimmten Linie verfügen, dem sogenannten Limit, das er von der Kartengesellschaft eingeräumt bekommt. Sein Kredit entsteht mit dem Einkauf beim Händler. Er zahlt ihn in Raten an die Gesellschaft zurück. Die Gesellschaften nehmen dafür Zinsen bis zu 26% per anno. Die Einnahmen aus den Kreditzinsen, Überziehungszinsen oder anderen Gebühren sind die Haupteinnahmequelle für die Kartengesellschaften. Dazu nehmen sie von den Händlern und Service Providern Disagien und Gebühren jedes Mal, wenn der Kunde einkauft.

### **Charge Cards**

Das sind die ehemaligen Travel & Entertainment Cards, die in vielen Fällen keinen Kredit für den Kunden herauslegen. Andererseits begrenzen sie die Verfügung aber auch nicht auf ein Limit. Der Kunde kann soviel einkaufen, wie er will. Die Ausnahme ist das Kerngeschäft der Reisefinanzierung. Für Flüge, Hotelbuchungen, oder andere Ausgaben auf Reisen gewähren die Gesellschaften (wie AMEX und Diners Club) eine Rückzahlung mit bis zu 36 Monatsraten. Die Zinsen für diesen „Reisekredit“ betragen 19% bis 21% und sind damit alles andere als günstig. Für alle anderen Überziehungen gewähren die Gesellschaften eine Zahlungsfrist von drei Monaten, in der sie „nur“ 18% Zinsen berechnen.

Zusätzlich nehmen die Gesellschaften noch jährliche Gebühren von den Kunden von bis zu 100 \$. Den Händlern berechnen sie relativ hohe Disagien, wenn der Kunde einkauft. Diese Variante ist damit kaum günstiger, als die oben genannten Kreditkarten.

Läßt der Karteninhaber sich auf seine Kredit- oder Charge Card Geld auszahlen, statt seinen Kredit mit Warenkäufen aufzubauen, wird es nochmals teurer. Manche Banken nehmen bis zu 4% extra Transaktionsgebühr für das sogenannte „cash advance“. Damit ist diese Variante nochmals erheblich teurer, als der Kreditkauf.

### **Debit Cards**

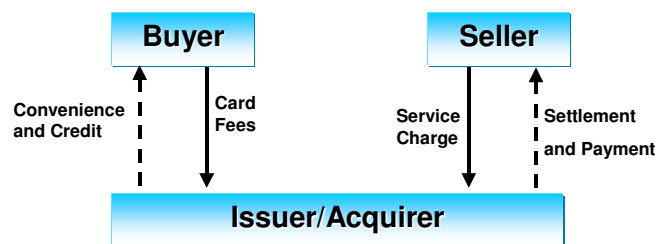
Debit Cards werden von Banken ausgegeben, und kombinieren in Amerika die Funktion eine ATM Karte (für Geldautomaten) und eines Schecks. Nach der Zahlung mit einer Debit Karte wird der Betrag automatisch von dem Bankkonto abgebogen. Diese Karte entspricht in ihrer Funktionalität der EC Karte.

## Kooperationen

Die in Deutschland ausgegebenen Kreditkarten des Bankensystems entstammen einer Kooperation mit Mastercard. Dieses Unternehmen erlaubt die Zwischenschaltung eines Vermittlers ebenso, wie die VISA Karte, hat sich jedoch die Zusammenarbeit mit den Banken gesichert. VISA hat daraufhin den Weg der Kooperation mit dem Handel gesucht. Im sogenannten Cobranding finden wir deshalb heute hauptsächlich VISA im Handel und Mastercard bei den Banken.

Die Eurocard ist die am meisten verbreitete sogenannte Kreditkarte. Sie wird nur in Kooperation mit Banken herausgegeben und entspricht in ihrer Funktionalität der Charge Card. Das Zusammenspiel der Partner beim Clearing der Eurocard ist ein typisches Beispiel für ein sogenanntes „four party“ System. Die reinen Kreditkarten AMEX und Diners sind ein „three party“ System, da sie die Abrechnung in direktem Kontakt und Vertragsverhältnis sowohl mit dem Händler, als auch mit dem Kunden halten. Die beiden kommen in jeder Variante per definitionem vor.

### Credit Card Clearing

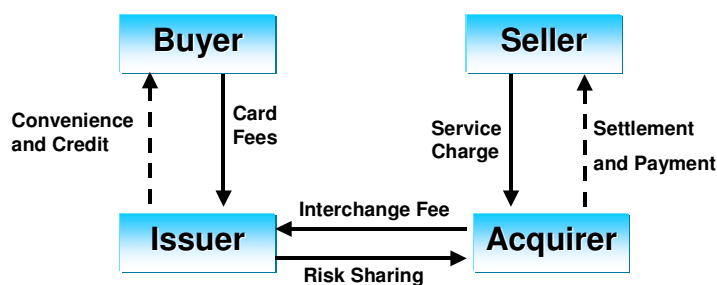


### Three Party System

VISA, Mastercard und Bankcard haben die Funktionen acquirer und issuer getrennt. Beide arbeiten beim Clearing der Zahlungsflüsse zusammen. Der issuer sammelt das Geld für die Einkäufe von den Karteninhabern ein. Er verkauft die Dienstleistungen der Kreditkarte an den Kunden. Die Banken sind mit der Eurocard in diesem Sinne die issuer. Für den issuer wird der acquirer als Dienstleister tätig. Er verkauft die Leistungen der Karte an den Handel. Der acquirer bindet die Händler technisch an das System und überträgt die Zahlungen auf die Händlerkonten. Er sichert dem Händler gegen ein Disagio die Zahlung für seine Leistung zu. Konkret kauft er ihm die Forderung gegenüber dem Kunden ab und schreibt den Gegenwert seinem Konto gut (Jedenfalls hat er das bis zum Urteil des BGH getan).

Das Disagio steht nun zwischen den beiden Partnern zur Verteilung an, als sogenannte Interchange Fee. Beide haben vereinbart, die Kosten nach den Leistungen untereinander zu verteilen; wobei der issuer der Finanzier des Systems ist und der acquirer sein Agent. Die Rolle des Letzteren ist mehr oder weniger die eines Marketing Partners und eines technischen Transaktionsprozessors. Im iCommerce hat er bisher jede Verantwortung für die Zahlung des Kaufbetrages von sich gewiesen, wenn der Käufer irgendeine Reklamation angebracht hat, oder schlichtweg nicht gezahlt hat.

## Credit Card Clearing



### Four Party System

Der issuer trägt die Kosten der Kartenausgabe und die Kreditrisiken des Karteninhabers. Im Gegenzug nimmt er dafür Jahresgebühren und Zinsen ein. Er gibt dem Karteninhaber andererseits die Zusicherung, Zahlungen zurück zu buchen, falls irgendein Betrug mit der Karte geschieht, oder falls der Händler seine Leistungen nicht erbringt. Nun kann es aber auch geschehen, dass der Händler nicht mehr zurück belastet werden kann, weil er zum Beispiel insolvent geworden ist, oder sonst wie unauffindbar ist.

Andersherum gilt das aber auch, wenn mit einer gestohlenen oder frei erfundenen Kreditkartennummer betrogen wurde. Diese Fälle werden später ausführlicher diskutiert werden, wenn wir auf die Verwendung der Kreditkarten im iCommerce eingehen. Die Fälle des Kreditkartenbetrugs teilen sich in einer vertraglich verabredeten Quote der issuer und der acquirer. Bei der Eurocard waren das im Jahre 2000 immerhin rd. 6 Mio. EURO. Visa berichtet über ähnliche Entwicklungen. Bei ihr hat sich im gleichen Zeitraum das Gesamtvolumen zwar nicht erhöht, aber der Anteil des Betrugs im Internet hat sich verdreifacht. Insgesamt sollen in dem Jahr laut einer Studie von Meridien Research den Online Händlern 1,6 Mrd. \$ verloren gegangen sein.

Während die Gesellschaften noch Pläne schmiedeten, wie sie durch eine Verbesserung der Identifikation im mail order Business die Sicherheit erhöhen können, traf sie ein Urteil des BGH. Dieses Urteil schreibt das Zahlungsrisiko der Kartengesellschaft zu. Die bisherige Praxis, die Forderung an den Händler zurück zu geben, wenn der Kunde nicht zahlt, wurde verurteilt. Das Geschäft sei kein Forderungsverkauf, sondern ein selbständiges Schuldversprechen. Soweit die juristische Formulierung.

Tatsächlich beendet dieses Urteil in eine unfaire Praxis der Kartenunternehmen. Mit dem Disagio wurde im Face to Face Handel eine konkrete und belastbare Garantie bezahlt. Im Distanzhandel erhielt der Verkäufer für dieselbe und teilweise sogar noch höhere Provision praktisch Nichts, außer der Identifizierung einer Karte. Wieviel diese Leistung wert ist, sehen wir bei der Abrechnung der EC Karte (debit card). Nur wenige Cent nimmt die Bank für das Prozessing, und einige Cent mehr, wenn die Zahlung am Konto autorisiert und überprüft wird.

Das BGH Urteil stellt anheim, die Gebühren für das Kartenprozessing zu erhöhen, aber das Risiko zu tragen. Insofern warten wir gespannt, ob es das komplementäre Urteil auch geben

wird, das den Kartengesellschaften (den Banken) eine niedrige Gebühr vorschreibt, wenn sie nur die Identifizierung einer Karte anbieten.

Wir werden demnächst wohl neue Verträge und erweiterte Erkennungsmethoden der Kartenherausgeber sehen. VISA hat mit dem „certified by VISA“ schon begonnen. Der Kunde muss beim Distanzkauf eine zusätzliche vierstellige Nummer angeben, die auf der Karte gedruckt ist. Damit werden wenigstens die Fälle eingedämmt, in denen Betrüger sich eine plausible und „richtige“ Kartennummer selbst berechnet haben. Der Missbrauch durch gestohlene Karten oder der Verkauf gespeicherter Daten ist damit noch nicht beseitigt.

Der Gefahr will man mit sicheren Übertragungsmethoden zu Leibe rücken. Hier unterscheiden wir zwischen den einfachen symmetrischen Methoden, bei denen beide Teilnehmer den gleichen Code verwenden und den asymmetrischen Verfahren. Das Problem liegt darin, dass der Empfänger den Code kennen muss, um die Dateien wieder zu öffnen. Der Schlüssel muss also erst einmal auf sicherem Wege ausgetauscht werden. Dieses Problem wird im Internet auf unterschiedliche Weise gelöst.

#### *SSL (Secure Socket Layer)*

Dieses Verfahren ist bereits in die Webbrowser als sichere Datenübertragung integriert. SSL verbindet asymmetrische und symmetrische Verfahren der Datenverschlüsselung, um jeweils die Vorteile der Verfahren zu nutzen. Um SSL für seine Webseiten zu verwenden, benötigt der Verkäufer einen SSL fähigen Web-Server. Der SSL-Server ist bei einem sogenannten Trust Center angemeldet und erhält ein Zertifikat, das einen öffentlichen Schlüssel und ein Identitätsnachweis enthält. Dieses Zertifikat wird bei einem Verbindungsaufbau an den Käufer gesendet. In den gängigen Webbrowsern sind die Trust Center Zertifikate vorinstalliert. Dadurch kann der Käufer feststellen, ob der Server offiziell zugelassen ist. Dann schickt der Browser, per asymmetrischen Verfahren, einen, nur für diese Sitzung gültigen symmetrischen Schlüssel. Die restliche Sitzung erfolgt mittels des schnelleren symmetrischen Verfahrens. Der Aufbau und der Austausch aller notwendigen Daten erfolgt dabei vollkommen automatisch. Nur wenn der Browser den Server nicht identifizieren kann, fragt er nach, ob der Käufer diesem Server vertraut.

#### *SET (Secure Electronic Transaction)*

SET kann man als eine Erweiterung von SSL sehen. Der Verschlüsselungscode wurde verlängert und um die Authentifizierung der Teilnehmer ergänzt, indem ein Bankinstitut in die gegenseitige Zertifizierung eingeschaltet ist. Die Authentifizierung erfolgt durch eine elektronische Unterschrift bzw. Signierung. Voraussetzung ist, dass Händler und Käufer bei einer Bank ein SET Konto eröffnen und eine entsprechende Software auf Ihrem Rechner bzw. Server installieren. Um SET auf Händlerseite einzusetzen, benötigt man daher einen SET-fähigen Server. Dann erfolgt wie bei SSL alles automatisch.

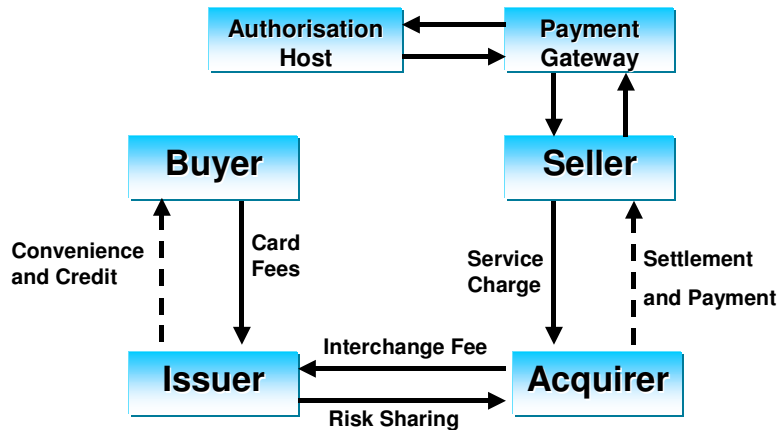
Der Käufer erhält aus dem Online-Shop seinen Warenkorb zugesandt, sein Browser verschlüsselt diese Daten, hängt die Kreditkartendaten an und signiert diese. Die Daten werden an den Händler zurückgeschickt. Dieser hängt die Bestelldaten ab und leitet nur die Rechnungssumme und die Kreditkarteninformationen an seine Bank. Die Bank entschlüsselt die Daten und kann anhand der Signaturen sowohl den Käufer als auch den Händler authentifizieren.

Der Rechnungsbetrag wird über die Karte des Käufers abgebucht und dem Händler gutgeschrieben. Die Bank sendet eine Bestätigung an den Händler, der wiederum eine Bestätigung an den Käufer sendet. Das läuft alles sekundenschnell und stets verschlüsselt ab. Der Händler kennt die Kreditkartennummer des Käufers nicht und die Bank weiß nicht,

was der Käufer bestellt hat und dennoch können alle sicher sein, mit genau der Person ein Geschäft gemacht zu haben, mit der sie es wollten. Der Vorteil von SET liegt auf Händlerseite, da die Händler nun, wie bei der realen Vorlage von Karten, die Echtheit der Karte und die Legitimierung des Benutzers prüfen können. Damit tragen sie bei Einsprüchen auf Käuferseite nicht mehr das alleinige Ausfallrisiko.

SET ist ein six Party Verfahren. Neben den vier bekannten Teilnehmern – Käufer, Verkäufer, Acquirer und Issuer - treten die Bank und die Zertifizierungsstelle zusätzlich auf.

### Credit Card Clearing



### Six Party System

Das SET Verfahren simuliert ein Face to Face Geschäft. Für diesen Fall übernimmt die Kartengesellschaft (Issuer) das Zahlungsrisiko, weil die Identität des Karteninhabers eindeutig ist.

Das Leistungsrisiko ist bei allen Verfahren mit Kreditkarten nicht gelöst. Dem Käufer ist es nur ein schwacher Trost, dass er eine Lieferung reklamieren kann. Denn eine sichere Übertragung der Daten schützt ihn trotzdem nicht vor Fehlern des Verkäufers. Der Installationsaufwand auf beiden Seiten ist hoch. Beide Partner müssen ein spezielles SET Konto bei einer der beteiligten Banken eröffnen und sich ein Zertifikat besorgen. Deshalb geht heute nur ein Bruchteil aller Kreditkartenzahlungen über eine sichere SET Verbindung.

Akzeptanzkurve.JPG

<http://www.vorlesungen.info/files/Akzeptanzkurve.JPG>  
<http://www.vorlesungen.info/files/Akzeptanzkurve.JPG>