

Nützliche Tipps für mehr Sicherheit im Check-out-Prozess

Paymill Ratgeber

11 AUGUST 2015, MÜNCHEN, DEUTSCHLAND

ZUSAMMEN-FASSUNG

Eine Branchenumfrage des Bundesforschungsministeriums unter knapp 600 Online-Händlern verschiedenster Größen hat ergeben, dass etwa 70 Prozent der Befragten Shop-Betreiber bereits Opfer von Online-Betrug (Fraud) geworden sind. Der jährliche Gesamtschaden im Online- Einzelhandel ist in den letzten Jahren rapide angestiegen. Nach Berechnungen der deutschen bbw Hochschule betrug die Gesamtsumme im Jahr 2014 ungefähr 1,85 Milliarden Euro. Gegenüber dem Jahr 2010 ist das eine Steigerung von 63 Prozent. Der Münchner Bezahl dienstleister Paymill rät Online-Händlern daher zu einfachen, wie effektiven Maßnahmen im Check-out Prozess und gibt ihnen dafür drei wichtige Tipps, wie sie sich gegen Cyberkriminelle wappnen können:

1. Auf Kartensicherheit setzen

Sicherheitsprotokolle, wie 3-Domain secure, stellen sicher, dass der Warenkauf vom rechtmäßigen Karteninhaber getätigt wird. Das Authentifizierungsverfahren steht für die meisten Kredit- oder Girokarten zur Verfügung. Dazu muss sich der Karteninhaber für den Service registrieren und erhält von seiner Bank einen persönlichen PIN bzw. ein Kennwort. Eine Zahlung findet nur statt, wenn eine korrekte Eingabe erfolgt des zusätzlichen Passworts. Paymill bietet seinen Kunden daher 3-D secure standardmäßig an, um das Betrugsrisiko zu senken.

Der größte Vorteil für Händler ergibt sich durch die rechtlich festgelegte Haftungsumkehr. Sollte trotz des 3-D secure-Verfahrens ein Betrugsfall stattfinden, entfallen für Shop-Betreiber meist die teuren Rückbuchungs- und Verwaltungsgebühren der Kreditkarten-Anbieter. Das Sicherheitsprotokoll bietet aber auch Endverbrauchern guten Schutz, da gestohlene Karten dadurch nicht für fremde Shopping Trips eingesetzt werden können. Dies schafft Vertrauen beim Kunden und kann sich positiv auf die Conversion Rate auswirken.

2. Verdächtiges Kaufverhalten beobachten

Die Payment-Experten von Paymill kennen einige Verhaltensmuster bei Online-Betrügern. Auf die folgenden Punkte sollten Shop-Betreiber daher ein besonderes Augenmerk legen:

- Nach einer Zahlung wird kurzfristig die Lieferadresse geändert.
- Eine hohe Frequenz an Bestellungen geht in einer kurzen Zeitspanne an eine Lieferadresse.
- Zu ungewöhnlichen Uhrzeiten kommt eine Vielzahl von Bestellungen ein.
- Verschiedene Kunden nutzen für ihre Bestellung die gleiche Lieferadresse oder anonyme Packstationen.

Tipp: Wenn zu große Zweifel bzgl. der Identität des Käufers bestehen und alle Identifikationsmaßnahmen gescheitert oder nicht eindeutig sind, ist es besser die Transaktion rückzuerstatten und die Ware nicht zu versenden.

3. Versandinformationen überprüfen

Paymill rät jedem Kunden, bei ungewöhnlichen Bestellungen eine Bestellbestätigung zu versenden. Eine Überprüfung von Lieferadresse und Kontaktdaten des Kunden mittels Online-Suche ist zudem hilfreich. Sollten außerdem Rechnungs- und Lieferadresse an auffällig unterschiedlichen Orten liegen oder eine andere Kontaktperson in der Adresse angegeben sein, empfiehlt man mit dem Kunden telefonisch oder per E-Mail in Kontakt zu treten. Im Fall einer ungültigen E-Mail Adresse oder Telefonnummer, sollte man mit besonderer Vorsicht agieren.

Trotz all dieser Vorkehrungen empfiehlt Paymill Händlern weiterhin ein wachsames Auge zu behalten, da auch diese Maßnahmen keinen 100%-Schutz garantieren. Zusätzliche Informationen zu einem sicheren Check-Out Prozess gibt es auf paymill.de/3-d-secure.

Über Paymill:

Die entwicklerfreundliche Schnittstelle des Online-Zahlungsdienstleisters Paymill erlaubt es, Zahlungen über Kreditkarte, PayPal und Lastschriftverfahren auf Websites sowie mobilen Anwendungen entgegen zu nehmen. Damit sind Unternehmen in ganz Europa in der Lage, Zahlungen weltweit und in mehr als 100 Währungen zu akzeptieren. Die Schnittstelle gibt die volle Kontrolle über den Checkout und erlaubt damit User-Experience sowie die Conversion zu verbessern. Höchste Sicherheitsstandards nach PCI DSS werden gleich mitgeliefert und garantieren Datensicherheit und Betrugsprävention aus einer Hand.

RELEVANTE LINKS

 **Zusätzliche Informationen zum Check-Out-Prozess**
<http://paymill.de/3-d-secure>

 **Paymill Webseite**
<https://www.paymill.com/de>

BILDER



ONLINE-BETRÜGER STOPPEN

WICHTIGE TIPPS FÜR EINEN SICHEREN CHECK-OUT-PROZESS

WICHTIG: WENN SIE EINEN UNTERSCHIEDLICHEN CHECK-OUT-PROZESS SEHEN, SIND SIE WAHRSCHENLICH BEI EINER FÄLSCHUNG.

+63%
Anstieg der Online-Betrugsfälle im Vergleich zu 2017

70%
Der Online-Betrug wurde bereits Opfer von Betrug

- 1 Auf Kartensicherheitslevel achten**

Wichtigste Maßnahme ist es, den Sicherheitslevel zu überprüfen. Wenn der Sicherheitslevel nicht auf dem höchsten Niveau ist, sollten Sie den Kaufvorgang abbrechen und den Verkäufer kontaktieren.

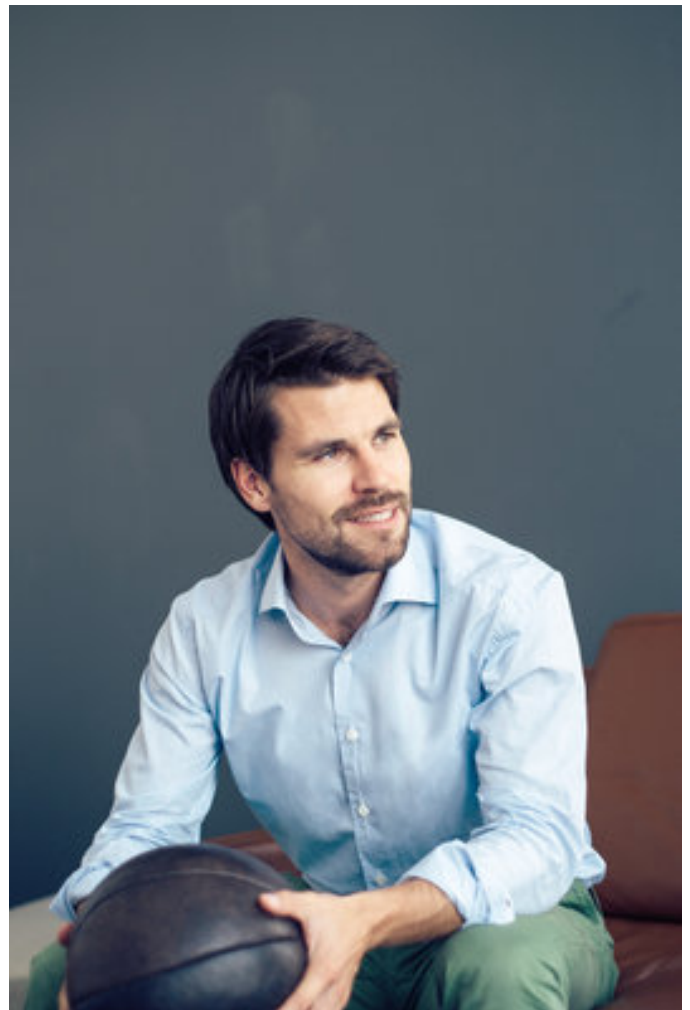
Wichtigste Maßnahme ist es, den Sicherheitslevel zu überprüfen.

Wichtigste Maßnahme ist es, den Sicherheitslevel zu überprüfen.
- 2 Verdächtiges Kaufverhalten beobachten**

Wichtigste Maßnahme ist es, den Sicherheitslevel zu überprüfen.

Wichtigste Maßnahme ist es, den Sicherheitslevel zu überprüfen.

Wichtigste Maßnahme ist es, den Sicherheitslevel zu überprüfen.





PRESSEKONTAKTE



Fatih Aydin

COMMUNICATIONS MANAGER

fatih.aydin@rckt.com

+49 173 7953638

hello.fatih

ÜBER RCKT. ROCKET COMMUNICATIONS

RCKT. is a full service communications agency from Berlin.

We believe in the power of communication and strong brands.

Our home is the vibrant tech and startup scene. As communications professionals we are united in our core beliefs:

We create compelling and entertaining content to deliver traction

We always listen to our clients, their customers and markets

We love the Internet and embrace technology

We share our passion and go the extra mile
We always stay calm and humble
We love freedom and allow to be different and brave
We keep our word and deliver what we promise

This is the ABC of communication.

Agenda

“PR is dead”. This statement makes our industry shiver. But not us. We have been watching closely as the global media landscapes develop and change. Rather than mourning traditional PR, we look forward to a vibrant future of living content that matches the pace of the digital age. It starts right now. We believe that there is and will be a dynamic range of public and media relations, consumer as well as business communications, digital content and offline activities, positioning of people and products, personally tailored stories and real-time interactions across a spectrum of channels and an increase of speed that shapes our agenda. We understand all these correlations and interdependencies. Better: We live, set and surf the agenda – anytime and anywhere.

Branding

A brand is more than the appearance of a company. It's the company's heart and soul. Through insightful crafting, a brand has the power to tap into the deepest aspirations of customers' hearts. We build brands from scratch. Starting with the company's vision and customer insights, we develop engaging brand personalities and lay the groundwork for a company's product and internal culture. Branding isn't about broadcasting a set of messages to the public but about joining a conversation and community. We tune into them and dig out real and relevant stories of high content-value. We believe a brand is the product of a thousand small gestures, which is why we accompany brands throughout their whole journey: from billboards to animations, from branded content to integrated digital campaigns; from young startups to market leaders – we shape brands that are there to stay. Together, we build long-term value for your company.

Content

We've learned a thing or two about proper content over the last few years: First, everyone wants content. Second, very few actually have good content. To produce great content, you have to be brave and be passionate about what you are doing. The days when we looked up to TV stations and editorial offices as the paragons of good content are long gone. The leaders in relevant content are no longer a select few media players, but rather the masses of customers, users, and members of the digital community. A new generation of content creators from all around the globe has taken the place of the old guard. This talented group is creating outstanding content on a daily basis, whether it be more extensive pieces on blogs and YouTube vlogs or shorter work on Twitter or Vine. They inspire us to tell stories that are worth being told and shared with others. We believe in content that is fun, immersive and informative, and at the very least will simply put a smile on your face.

RCKT.

RCKT. Rocket Communications Pressemitteilungen