

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

IFH Köln
Melanie Günther
Unternehmenskommunikation
+49 (0) 221 943607-23

presse@ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

DSGVO und PSD2: Zwei Richtlinien – ein Ziel bei personenbezogenen Daten?

Köln, 07. November 2019 – 2018 landete die DSGVO auf Platz eins der Herausforderungen von Handelsunternehmen. Knapp eineinhalb Jahre später sind die Mehrwerte der DSGVO noch nicht erkennbar, wie die ECC-Payment-Studie Vol. 23, des ECC Köln und Prof. Dr. Malte Krüger, zeigt. Nicht einmal die Hälfte der teilnehmenden Händler sieht das Ziel „Mehr Schutz für Kundendaten“ erfüllt. Auch unter den Konsumentinnen und Konsumenten fühlt sich nur knapp jede/r siebte sicherer beim Onlineshopping. Auch das Jahr 2019 hielt neue Herausforderungen für Händler bereit: So soll die neue Zahlungsdiensterichtlinie (PSD2) den elektronischen Zahlungsverkehr sicherer machen, erfordert aber gleichzeitig weitere Anpassungen auf Händlerseite. Darüber hinaus eröffnet die PSD2 den Payment-Markt für FinTech-Unternehmen und schafft neue Angebote.

Mehrwert der DSGVO fraglich

Der Schutz der Konsumentendaten ist vor allem im Rahmen des Onlinezahlungsprozesses von großer Bedeutung. Die Mehrwerte der DSGVO sind jedoch für die im Rahmen der ECC-Payment-Studie Vol. 23 befragten Händlerinnen und Händler sowie Konsumentinnen und Konsumenten noch nicht erkennbar. Nicht einmal die Hälfte der Handelsunternehmen sieht den Schutz der Kundendaten als erfüllt an. Auch bei den Konsument*innen fühlt sich nur knapp jede/r siebte sicherer beim Onlineshopping. Die Nachteile liegen auf der Hand: Mehr als ein Drittel der Händler gibt an, dass Onlinebestellungen sowohl für das Unternehmen, als auch für Kund*innen komplizierter geworden sind und jede/r sechste Konsument*in bestätigt dies.

PSD2 öffnet Payment-Markt und sorgt gleichzeitig für Verunsicherung

Hinzu kommt, dass mit dem Inkrafttreten der PSD2 weitere Datenschutzmaßnahmen im Bereich Onlinepayment umgesetzt werden müssen. Gleichzeitig eröffnet sie jedoch auch externen Dienstleistern wie FinTech-Unternehmen den Zutritt zum Payment-Markt. So schreibt die Richtlinie beispielsweise Banken vor, sogenannten Third Party Providern den Zugriff auf Kontodaten zu gewähren und somit Kontobewegungen weiterzugeben, sofern Kund*innen den Auftrag dazu erteilen. Demnach können Banken Kundendaten komplett an FinTechs übergeben, was jedoch dazu führen könnte, dass sensible Kundeninformationen in die Datenverarbeitung einfließen, denn diese werden aktuell ohne tatsächlichen Zweckbezug und Zustimmung der Verbraucherin oder des Verbrauchers gespeichert.

ECC-Payment-Studie Vol. 24 untersucht Herausforderungen der PSD2

Die ECC-Payment-Studie Vol. 24 wird sich daher intensiv mit dem Einfluss von FinTech-Unternehmen auf den Payment-Markt beschäftigen. Aktuell ist die Meinung aller Anbieter aus dem B2C-Business gefragt, die ihre Produkte online vertreiben. Neben neuen Produkten und Services, die sich für Händler und Hersteller ergeben, wird es einen Deep-Dive zur aktuellen Umsetzung und Herausforderungen im Rahmen der PSD2 geben.

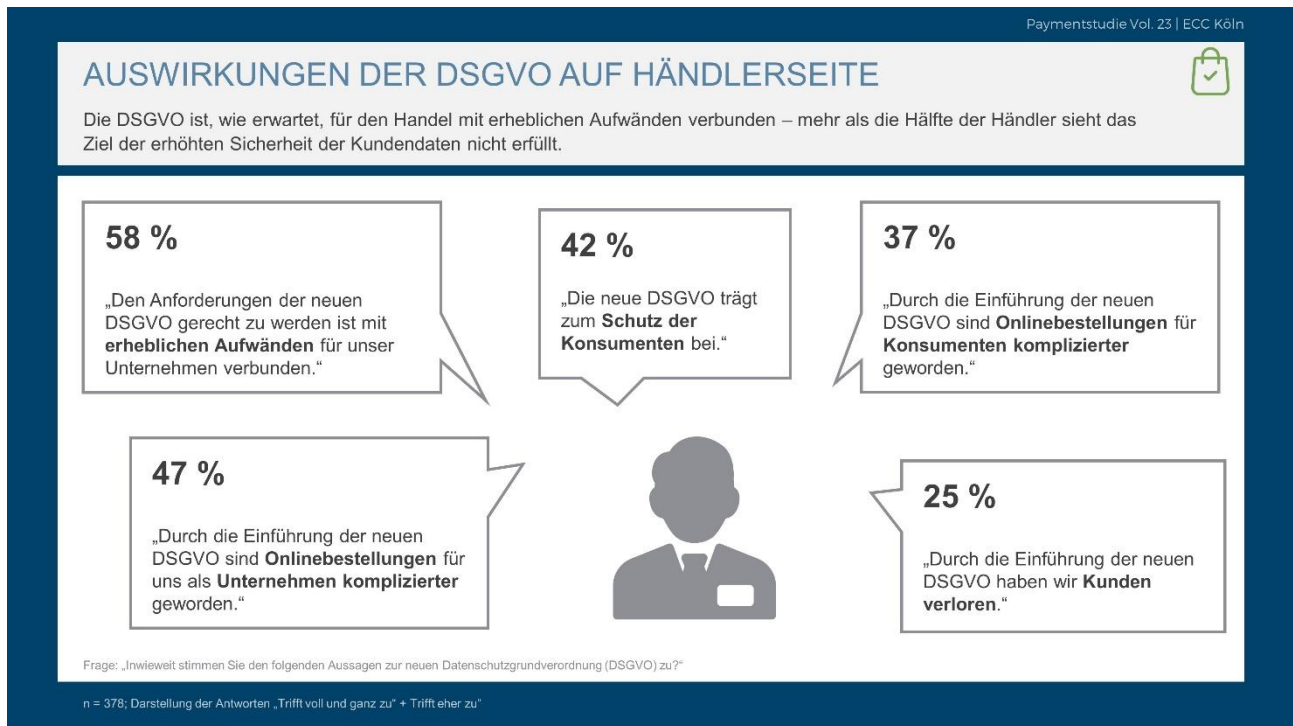
Leisten Sie Ihren Beitrag zur ECC-Payment-Studie Vol. 24 – DER Standardstudie im deutschsprachigen Payment-Sektor – und sichern sich ausgewählte Ergebnisse. Zur Umfrage geht es [hier](#).

Die Ergebnisse der Studie werden erstmalig im Rahmen des PaymentDays 2020 veröffentlicht und diskutiert. Ausgerichtet wird das Event durch das ECC Köln zusammen mit dem E-Commerce-Experten Michael Atug. Hier erwarten Sie spannende Vorträge aus Theorie und Praxis sowie Raum zum Netzwerken. Der PaymentDay 2020 findet am 27.02.2020 im RheinEnergie Stadion in Köln statt. Melden Sie sich schon jetzt an: www.paymentday.de

Wörter der Meldung: 461

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.468

*ECC-Payment-Studie Vol. 22



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Für die „ECC-Payment-Studie Vol. 23 – Der Payment-Markt aus Sicht der Händler und Konsumenten“ hat das ECC Köln in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Malte Krüger 2.000 Konsumentinnen und Konsumenten im November 2018 befragt, davon 1.000 aus Deutschland, 500 aus Österreich und 500 aus der Schweiz. Darüber hinaus wurde im November und Dezember 2018 eine Umfrage unter 298 deutschen Onlinehändlerinnen und -händlern durchgeführt. Experteninterviews ergänzen die Befragung. Die ECC-Payment-Studie nimmt bereits zum 23. Mal die Bekanntheit, Nutzung und Bewertung von Zahlungsverfahren sowie Trendthemen im Payment-Markt aus Sicht von Onlineshopper*innen und Shopbetreiber*innen unter die Lupe.

Die ECC-Payment-Studie wurde unterstützt von folgenden Unternehmen: PayPal Deutschland GmbH, Computop GmbH, Klarna GmbH, UNIVERSUM Group, Paysafe Pay Later™.

Die Studie kann online bestellt werden: www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie

Über das ECC Köln

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigem Market und Customer Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. *Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln.* Mehr unter: www.eckkoeln.de