



Online-Tool hilft Händlern bei der Erkennung seriöser Kunden

Neues Risk Analytics-Tool von Adyen

München, 21. Februar 2012 – Adyen, Anbieter von Technologien für Online-Zahlungen, stellt eine signifikante Erweiterung seines Risk Analytics-Tools vor. Online-Händlern erhalten damit vollständige Einsicht in relevante Parameter Ihres Transaktionsvolumens und können ihre die Risk-Einstellungen zur Betrugsabwehr so optimieren, dass valider Umsatz maximiert wird und wirklich kaufbereite Kunden nicht fälschlicherweise abgehalten werden.

Risikomanagement und die wirkungsvolle Abwehr von Betrugsfällen stellen eine schwierige Aufgabe dar, die der detaillierten Kenntnis des Kundenverhaltens bedarf, und viel Aufmerksamkeit, Analyse und Geduld fordert. Für effektive Betrugsprävention ist es wichtig Transaktionen aus verschiedensten Blickwinkeln zu überprüfen. Sind dabei die Einstellungen zu strikt, werden viele kaufwillige Kunden beim Kaufabschluss abgewiesen, was den Verlust baren Umsatzes bedeutet. Bei zu großzügigen Einstellungen kann durch Betrug ein enormer Schaden verursacht werden. Die richtige Kalibrierung der Schutzeinstellungen stellt daher für viele Internet-Händler täglich eine Aufgabe mit hoher Bedeutung aber auch hoher Herausforderung dar und bietet meist deutlichen Spielraum für Verbesserungen.

Das Risk Analytics-Tool von Adyen liefert detaillierte Informationen darüber, aus welcher Richtung die Betrugsversuche kommen. Dies kann sich auf Standardparameter, wie zum Beispiel Herkunftsland des Kunden, der verwendeten Kreditkarte, IP-Adresse, Konsistenz bezüglich der Benutzerdaten, Häufigkeiten etc, aber auch auf Device Fingerprints, d. h. die Kennung einzelner Computer beziehen. Durch die erweiterten Funktionalitäten überprüft Adyen nicht nur in Echtzeit alle eingehenden Transaktionen auf Betrugsversuche, analysiert kontinuierlich die Wirksamkeit der aktuellen Risk-Einstellungen und sondern gibt auch Vorschläge zur Optimierung zur Steigerung von validen Umsätzen bei gleichzeitiger Kontrolle des Betrugsrisikos. Die so genannte „What-if“-Analyse liefert den Einzelhändlern in Echtzeit Einblicke in die möglichen Konsequenzen dieser Änderungen, d.h. wieviel mehr Umsatz erzielt werden könnte. Normalerweise ist dies nur im Trial-and-Error-Verfahren möglich, wobei neue Einstellungen jeweils zunächst über einen längeren Zeitraum erprobt werden müssen.

Mit diesem neuen, weitergefassten Ansatz möchte Adyen eine Balance zwischen der rigorosen Prüfung bei Online-Zahlungen und der unbeabsichtigten Ablehnung seriöser Kunden („falsch positive Erkennung“) herstellen. Der Unterschied zwischen dem System von Adyen und herkömmlichen Tools zum Schutz vor Betrugsversuchen besteht darin, dass viele vorhandene Tools betrügerische Machenschaften um jeden Preis verhindern wollen.

Roelant Prins von Adyen erläutert dazu: „Es macht keinen Sinn, reguläre seriöse Kunden abzuschrecken. Unser neues Risk Analytics-Tool liefert unseren Kunden wesentlich detailliertere Erkenntnisse zu tatsächlichen Betrugsmustern sowie Empfehlungen, wie sie die Einstellungen der Betrugserkennung ändern sollen. Je nach verwendetem Geschäftsmodell geht ein Händler möglicherweise lieber ein gewisses Betrugsrisiko ein, wenn dafür der



Umsatz wesentlich höher ist. Allerdings kann dies natürlich beispielsweise bei Online-Dienstleistungen sinnvoller sein als beim Verkauf teurer Kameras.“

Aad Verveld, CFO von Emesa, der Muttergesellschaft von Aladoo.de und anderen, ist mit den Möglichkeiten der von Adyen gebotenen detaillierten Betrugsschutz-Einstellungen sehr zufrieden. Das Unternehmen erlebte eine zunehmende Anzahl von Kreditkarten-Transaktionen, die sich nachträglich als betrügerisch herausstellten. In enger Zusammenarbeit mit Adyen wurde die Plattform so konfiguriert, dass die Betrugsversuche erheblich abnahmen, ohne dass gleichzeitig auch die „falsch positiven Erkennungen“ und die Kaufbereitschaft negativ beeinflusst wurden. „Wir verfügen jetzt über wesentlich bessere Informationen über die Authentizität von Transaktionen, und dank der Adyen-Plattform können wir bei Vorfällen schneller reagieren.“

Ernst Hiemstra, Manager Webstore bei Scotch & Soda, begrüßt ebenfalls das Konzept von Adyen gegen betrügerische Machenschaften bei Online-Zahlungen. „Die Plattform und die Reporting-Tools von Adyen helfen uns, die meisten Betrugsversuche rasch zu erkennen. Wir haben auch Situationen erlebt, in denen Adyen eine sehr proaktive Einstellung gezeigt und uns auf festgestellte abweichende Verhaltensmuster hingewiesen hat.“

Weitere Informationen finden sich auf <http://www.adyen.com> oder auf [Twitter](#) bzw. [LinkedIn](#)

Über Adyen

Adyen ist der führende Anbieter globaler Internetzahlungssysteme für mittlere bis große E-Commerce-Handelsunternehmen. Adyens richtungsweisende Internetzahlungslösung ermöglicht Einzelhändlern eine erhebliche Steigerung der Konvertierungsraten durch ein optimiertes Online-Zahlungsverfahren. Diese Komplettlösung lässt sich innerhalb weniger Tage implementieren und verbindet Unternehmen mit ihren Kunden in aller Welt durch ein stetig wachsendes Angebot an Zahlungsmethoden. Zu den Adyen-Kunden zählen namhafte Unternehmen wie booking.com, KLM, Spreadshirt.com, PopCap Games, Spilgames, und Vodafone. Weitere Information erhalten Sie unter www.adyen.com.

Kontakt:

Adyen BV
Christine Nitsch
Tel.: +31 (20) 240 1240
eMail: christine.nitsch@adyen.com
Web: www.adyen.com

Pressekontakt:

AxiCom GmbH
Sascha Smid
Junkersstraße 1
D-82178 Puchheim
Tel.: +49 (0)89 800 90 827
eMail: sascha.smid@axicom.de
Web: www.axicom.de