

Verband Internet Reisevertrieb e.V., Leonhardsweg 2, 82008 Unterhaching

PER E-MAIL

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)

Vorzimmer GIT

Herr Jan Stockfisch

vorzimmerGIT@bafin.de

München, 13. September 2019

**Ergänzende Stellungnahme des Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) zum
Migrationsplan für SCA bei kartenbasierten Fernzahlungsvorgängen**

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir danken Ihnen ganz herzlich für die Möglichkeit im Nachgang des Gesprächs vom 4. September 2019 zur Umsetzung der PSD2/SCA nochmals schriftlich die Vorschläge und Anliegen der digitalen Touristik zur Übergangsphase und zum Migrationsplan einreichen zu dürfen.

Gerne möchten wir insbesondere auf folgende Punkte eingehen.

- Bewusstseinschärfung und Aufklärung der Endverbraucher
- Harmonisierte, grenzüberschreitende Umsetzung der Regularien
- Strukturierte Übergangsphase inklusive Migrationsplan
- Komplexe und spezielle Fälle in der Touristik

Bewusstseinschärfung und Aufklärung der Endverbraucher

Für eine erfolgreiche Einführung und Umsetzung der neuen Regularien ist nicht nur eine Umsetzung dieser seitens der Zahlungsdienstleister und Händler erforderlich, sondern ebenso eine intensive Aufklärungs- und Informationspolitik gegenüber den Endverbrauchern vorab notwendig. Eine solche reduziert das Gefühl der Verunsicherung durch die Veränderung und damit einhergehend das Risiko einer sinkenden Conversion Rate auf Seiten der Händler. Hier wünschen wir uns eine stärkere Verbreitung der Informationen an die Endverbraucher.

Harmonisierte, grenzüberschreitende Umsetzung der Regularien

Für die Touristik als international agierende Branche ist es von großer Bedeutung, dass bei der Umsetzung der Regularien ein europäisch harmonisierter Ansatz verfolgt wird und nicht zahlreiche unterschiedliche länderspezifische Herangehensweisen bezüglich Umsetzung sowie noch offener Fragen und möglicher Definitionen entstehen. Hierzu ist ein EEA-weit koordinierter und abgestimmter Zeitrahmen für die Umsetzung der Migrationspläne unerlässlich. Die meisten unsere Mitglieder empfehlen einen 6 bis 12 Monate dauernden Übergang.

Strukturierte Übergangsphase inklusive Migrationsplan

Wir würden bei der Entwicklung des Migrationsplans und auch der Statusfeedbacks empfehlen, dass man diesen entlang der einzelnen Stufen der Anbieter (zum Beispiel Issuer, Acquirer, Technikanbieter, Händler) aufbaut. Ein Frontend kann nur das ausliefern, was eine Schnittstelle liefert. Das heißt, einen Status von einem Händler einzufordern, bevor die Zahlungsdienstleister entsprechend fertig sind, ergäbe ein verzerrtes Bild. Ebenso sollte diese Übergangsphase klar strukturiert sein und aufzeigen, in welchen Zeiträumen die verschiedensten Stakeholder die Umsetzung abgeschlossen haben sollten. Dies ist insbesondere für die Unternehmen am Ende des sogenannten

development funnels von Bedeutung, um den eigenen Programmiererteam klare und finale Informationen bereitzustellen und deren Einsatzbereitschaft planen und sicherstellen zu können.

Zudem liefert solch ein klar strukturierter und terminierter Plan Planungssicherheit und Orientierung. Bei der Erstellung eines solchen Plans sollte unter allen Umständen ein ausreichender Zeitraum zur Durchführung von Tests berücksichtigt werden. Dies ist notwendig, da die Umsetzung der PSD2/SCA Regularien komplexe Änderungen in den Systemen und Prozessen beinhaltet.

Allerdings sollte eine solche Übergangsphase nicht zu lange andauern, da sonst die Gefahr einer Wettbewerbsverzerrung droht. Unternehmen die als Vorreiter die Regularien zeitnah umsetzen, könnten bei einer zu langen Übergangsphase einen erheblichen Wettbewerbsnachteil gegenüber abwartenden Unternehmen erleiden.

Komplexe und spezielle Fälle in der Touristik

Die neuen Regularien sind relativ deutlich und verständlich in ihrer Umsetzung, wenn es um klare und einfache Prozesse wie die Buchung eines Kunden via PC bei einem einzelnen Händler (z.B. Hotel, Fluggesellschaft) geht. In der Touristikbranche ist dies jedoch häufig nicht der Fall, da der Kunde vielfach nicht beim Anbieter direkt bucht, sondern dies über einen Vermittler erledigt. Die folgenden Anwendungsfälle illustrieren die komplexen Prozesse innerhalb der Reisebranche. Die Anwendung der neuen Regelungen auf die sich daraus ergebenden Zahlungsvorgänge sind nicht eindeutig definiert.

- a) Vermittler: eine Partei führt die Authentifizierung im Auftrag einer anderen Partei durch

Ein Online-Reisebüro (OTA) bietet in der Regel eine große Auswahl an individuellen Reiseprodukten an, wie zum Beispiel Flug, Hotel, Mietwagen, Versicherungen etc. Dabei können sie sowohl als Händler sowie auch als Vermittler auftreten. Dies ist mitunter

abhängig von der vertraglichen Beziehung mit dem Service Anbieter. Da das OTA die Buchungsdetails der Kunden handhabt, muss es stellvertretend für den Anbieter (Hotel, Mietwagenanbieter etc.) die Authentifizierung des Kunden durchführen. Die Interpretation der RTS ist unter diesen Umständen insbesondere in Bezug auf das dynamische Verlinken von Authentifizierung und Autorisierung problematisch und es besteht keine einheitliche Meinungen hinsichtlich der Anwendung der Regularien.

b) Paket: mehrere Bestandteile beinhalten eine Buchung

Ein OTA kann neben individuellen Leistungen auch Pakete aus Leistungen anbieten wie zum Beispiel Flug + Hotel, Flug + Mietwagen, Hotel + Mietwagen etc. Erneut kann der OTA sowohl als Vermittler oder Händler auftreten. Da es aber nur einen Punkt des Kundenkontakt gibt, kann auch nur eine Kundenauthentifizierung während des Buchungsprozesses stattfinden, die mit den unterschiedlichen Anbietern geteilt wird. Auch hier besteht bezüglich der Interpretation der Regularien keine einheitliche Meinung innerhalb des Ökosystems.

Wir hoffen, mit unseren Ausführungen einen konstruktiven Beitrag zur Diskussion zu leisten. Als Verband der digitalen Touristik stehen wir jederzeit mit unserer Expertise für den weiteren fachlichen Austausch zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Michael Buller

Vorstand Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)

Über den Verband Internetreisevertrieb e.V. (VIR)

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) repräsentiert die digitale Touristik, die laut FUR-Zahlen von 2019 rund 65 Prozent der Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit vorabgebuchten Leistungen ausmacht. Zu den VIR-Mitgliedern gehören mehr als 90 Unternehmen, die in der digitalen Touristik tätig sind. Sie unterteilen sich in die vier Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service & Travel Technology sowie Start-up. Der VIR fungiert als Ansprechpartner für Verbraucher, Medien, Politik und die Branche selbst bei sämtlichen Themen rund um die digitale Touristik.