



Renovierung erfolgreich

Warum man mit Giropay nun besser zahlt als mit PayPal oder Kreditkarten

Giropay, das Bezahlssystem deutscher Banken und Sparkassen, hat sich neu erfunden. Es ist schneller, günstiger und vor allem datensparsamer als PayPal und Kreditkarten. Wir erklären die Vorzüge des Systems und warum wir einen Umstieg empfehlen.

Von Tobias Weidemann

Klick-klick. Ihre neuen Klamotten liegen im Warenkorb, nun geht es an die virtuelle Kasse. Aber welche Bezahlart soll es sein? Neben bekannten und komfortablen Vertretern wie PayPal und Kreditkarte oder auch Rechnung und Lastschrift steht in einigen Shops „Giropay“ zur Auswahl. Sie haben bisher einen Bogen um dieses Feld gemacht? Damit sind Sie nicht allein: Vielen Kunden war das Bezahlverfahren entweder zu umständlich oder sie kannten es nicht einmal. Denn nur vergleichsweise wenige Händler und Marktplätze bieten es bisher überhaupt an – während PayPal, Visa und Mastercard der Standard sind.

Das wollen viele deutsche Banken und Sparkassen nun ändern. Deshalb haben sie Giropay mit dem ebenfalls verschmähten hauseigenen Bezahl dienst Paydirekt zusammengelegt und gründlich renoviert: Das Ganze firmiert jetzt nur noch unter dem Namen „Giropay“. Insbesondere den Bezahlprozess haben die Kreditinstitute stark vereinfacht und eine neue Smartphone-App dafür entwickelt. Damit können Kunden zukünftig sogar online per Girocard shoppen; bisher konnten sie mit der Karte nur an der Ladenkasse zahlen. Wir haben uns das neue Giropay angesehen und nach Hintergründen und weiteren Plänen gefragt.

Bisher nur Nischenprodukte

Paydirekt und Giropay sind im Onlinehandel keine neuen Akteure. Die deutschen Banken und Sparkassen hatten deren Einführung jedoch so lange hinausgezögert, bis die Konkurrenz sich bereits etabliert hatte, und verwirrten ihre Kunden dann mit zwei unterschiedlichen Systemen nebst umständlicher Bedienung. Da half es auch nicht, dass die Daten bei beiden Verfahren auf deutschen Bankservern blieben.

All das schlug sich in den Marktanteilen nieder. Trotz millionenschwerer Werbezuschüsse für Onlinehändler, die ihren Kunden das Bezahlen per Paydirekt schmackhaft machen sollten, kam der Dienst 2020 gerade einmal auf 3,3 Millionen Zahlungen mit einem Volumen von rund 290 Millionen Euro. Zum Vergleich: Der Gesamtumsatz im deutschen Onlinehandel lag 2022 laut Handelsverband Deutschland (HDE) bei rund 100 Milliarden Euro, und diese Summe enthält noch nicht mal die Umsätze mit Konzerttickets oder Fahrkarten. Den Großteil des Umsatzes wickelten PayPal und Rechnungskauf ab (jeweils rund 28 Prozent im Jahr 2021), gefolgt von Lastschrift und Kreditkarten.

Seit Mai 2021 führen die deutschen Banken die beiden Systeme nun unter dem (passend zur Girocard eingängigen) Namen „Giropay“ zusammen, wobei die Bezeichnung „Paydirekt“ verschwindet. Giropay soll dabei zum einen „der

Brückenkopf für die digitalen Zahlungslösungen“ sein, wie es Henning vorm Walde als Geschäftsführer der für das neue Giropay verantwortlichen Paydirekt GmbH formuliert. Zum anderen soll das neue Giropay zum Wallet mit drei Autorisierungsmethoden werden: Zu den beiden alten aus Giropay und Paydirekt gesellt sich die digitale Girocard als neues Verfahren.

Damit verfolgen die Banken laut vorm Walde das Ziel, den Zukunftsmarkt der digitalen Zahlungslösungen nicht den US-Playern zu überlassen. Man wolle das Giropay-Ökosystem „zu einem Omnichannel-Zahlungssystem ausbauen“, heißt es in schönstem Marketingdeutsch – sprich: einem einheitlichen Verfahren für Online- und Offline-Einkäufe.

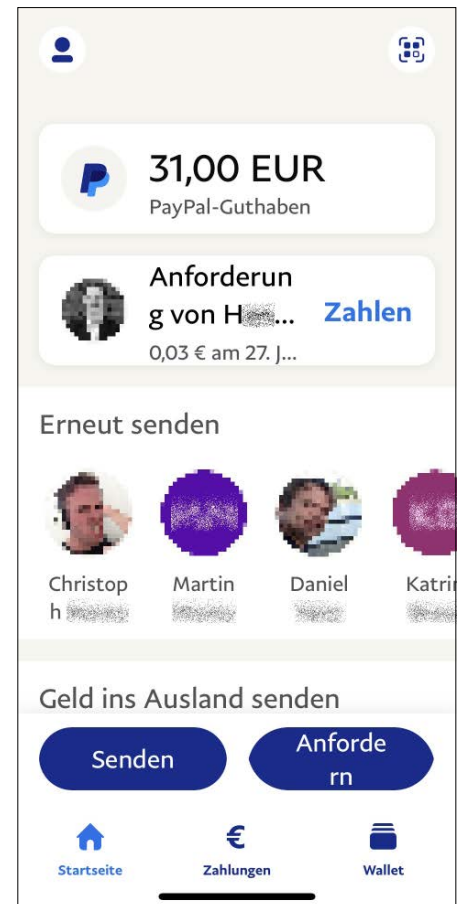
Frischzellenkur

Auch die deutschen Banken sehen Onlinezahlungen einem Bankenvertreter zufolge mittlerweile als wichtigsten Zukunftsmarkt. Dabei wollen sie es den Kunden beim bargeldlosen Zahlen möglichst einfach machen. Und tatsächlich: Mit dem neuen Giropay zahlt es sich deutlich komfortabler als früher.

Die wichtigste Voraussetzung für den Kunden ist dabei, dass sein Kreditinstitut Giropay unterstützt. Dazu zählen insbesondere die Sparkassen, fast alle Genossenschaftsbanken, außerdem Postbank, Deutsche Bank, Commerzbank und Comdirect sowie ING und HypoVereinsbank. Es fehlen aber zum Beispiel DKB, Santander und Targobank, außerdem alle Neobanken wie N26 oder Tomorrow.

Zunächst muss man im Onlinebanking ein Giropay-Nutzerkonto anlegen. Einzig dieser Prozess ist noch etwas umständlich [1], die Mühe lohnt sich aber. Anschließend installiert man die Giropay-App für Android oder iOS und meldet sich an. Wählt man Giropay nun in einem Onlineshop am PC als Bezahlmethode, klickt man in der nachfolgenden Auswahl für den einfachsten Weg auf „Giropay-Login“ (die „Online-Überweisung“ als zweite Option kann man getrost ignorieren). Anschließend startet man die neue Giropay-App auf dem Handy und authentifiziert sich mit vierstelliger PIN, Fingerabdruck oder Gesichtserkennung.

Nun scannt man mit der App nur noch einen QR-Code auf dem PC-Bildschirm, fertig. Tempo und Komfort sind PayPal mehr als ebenbürtig. Kauft der Kunde via Handy ein, leitet der Onlineshop ihn zum



PayPal ist für den Onlinehandel bislang die Referenz in Sachen Bedienkomfort und Funktionsumfang und den deutschen Bezahllarten weit überlegen. Beim Datenschutz macht der US-Konzern allerdings keine gute Figur.

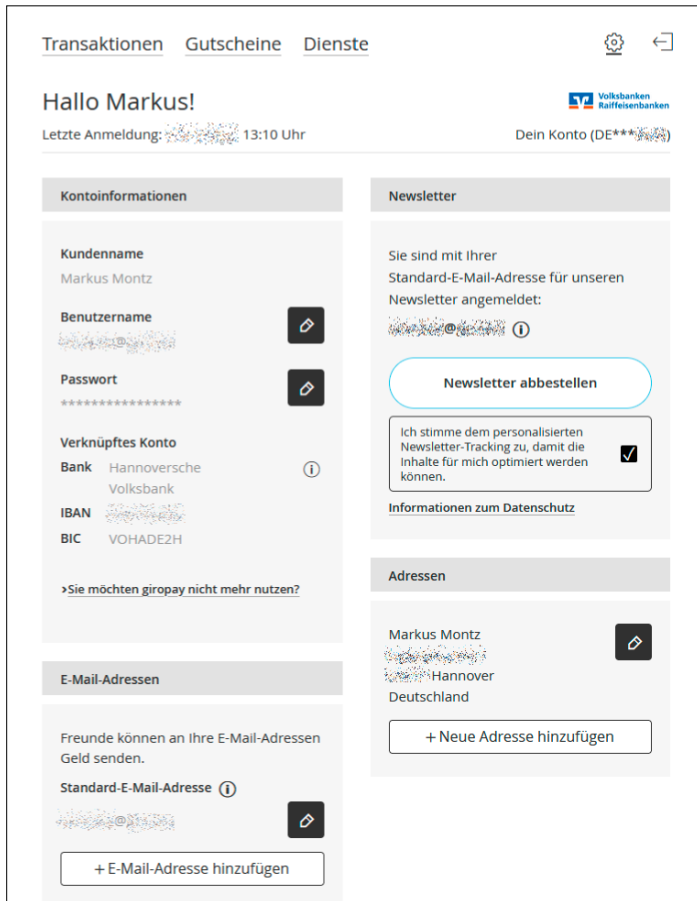
Bezahlen direkt in die neue Giropay-App. Im Modus „Giropay-Login“ gibt er die Zahlung nach der Authentifizierung per PIN, Fingerabdruck oder Gesichtserkennung ähnlich einfach frei.

Selbst ohne Smartphone ist das Verfahren komfortabler als früher. Je nach eigenen Einstellungen im Onlinebanking und in Giropay entfällt nun häufiger die Authentifizierung über die Bank; es genügen Giropay-Nutzername und Passwort.

Besonders ins Auge sticht auf Android-Handys jedoch ein dritter Weg: die digitale Girocard. Die Idee dahinter: Kunden bezahlen an der Ladenkasse und online mit demselben statt mit unterschiedlichen Mitteln. Die digitale Girocard steht zunächst Kunden von Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken zur Verfügung. Auch dafür muss man zunächst das Giropay-Nutzerkonto einrichten und dann zusätzlich die institutseigene Bezahl-App „Mobiles Bezahlen“ respektive „Pay“ in-

ct kompakt

- Im neuen Giropay haben deutsche Banken und Sparkassen ihre bisher schwerfälligen Dienste Paydirekt und Giropay zusammengelegt und de facto neu erfunden.
- Zahlungen funktionieren in Onlineshops nun sogar einfacher als mit PayPal & Co., bieten aber ein viel besseres Datenschutzniveau und zukünftig sogar eine digitale Girocard.
- Damit könnten die Deutschen auch die Abkündigung von Maestro teilweise auffangen, mit der Mastercard die Girocard unter Druck setzt – zumal Giropay weitere Funktionen bekommen soll.



Giropay schaltet man im Online-banking seines Kreditinstituts frei. Anschließend passt man seine Einstellungen im Nutzerportal von Giropay an [1].

und Mastercard langfristig kaum konkurrenzfähig bleiben, denn mit diesen kann man bereits im Internet einkaufen. Dass die deutschen Banken nun nachziehen, hilft aber keineswegs nur den Kreditinstituten, sondern entlastet auch das Portemonnaie der Verbraucher. Denn für Zahlungen mit der digitalen Girocard müssen Händler geringere Gebühren an ihre Zahlungsdienstleister entrichten als beim Einsatz von Debit- und insbesondere Kreditkarten von Visa und Mastercard [3].

Während Händler für den Einsatz der Girocard je nach Zahlungsdienstleister meist rund 0,2 bis 0,4 Prozent Provision plus einen Sockelbetrag von einigen Cent entrichten, können es bei einer der beiden großen Kreditkarten je nach Vertragsgestaltung zwischen einem und zwei Prozent sein. Im Internet ist es meist noch mehr. Die reine Visa- und Mastercard-Debitcard ist für den Handel zwar etwas günstiger, liegt aber oftmals ebenfalls noch oberhalb von einem Prozent. Verbraucher sehen diese Kosten zwar nicht auf dem Kassens-

stallieren. Darin hinterlegt man eine Girocard (wie das technisch funktioniert und weshalb es sicher ist, erklären wir in [2]). Beim Bezahlen wählt man dann die „Digitale Girocard“. Anschließend leitet Giropay in die Bezahl-App weiter, in der man sich per PIN, Fingerabdruck oder Gesichtserkennung authentifiziert.

Ob, wann und wie die ersten Privatbanken wie die Deutsche Bank oder Direktbanken wie die Comdirect ihr Giropay-Angebot um die digitale Girocard erweitern, ist indes noch offen. Auch iOS-Nutzer müssen fürs Erste noch auf die digitale Girocard als dritte Option in ihrem Giropay verzichten. Grundsätzlich wären iPhone & Co. aber dazu fähig, schließlich kann man als Sparkassenkunde schon seit Mitte 2021 über Apple Pay in Onlineshops mit der Girocard zahlen.

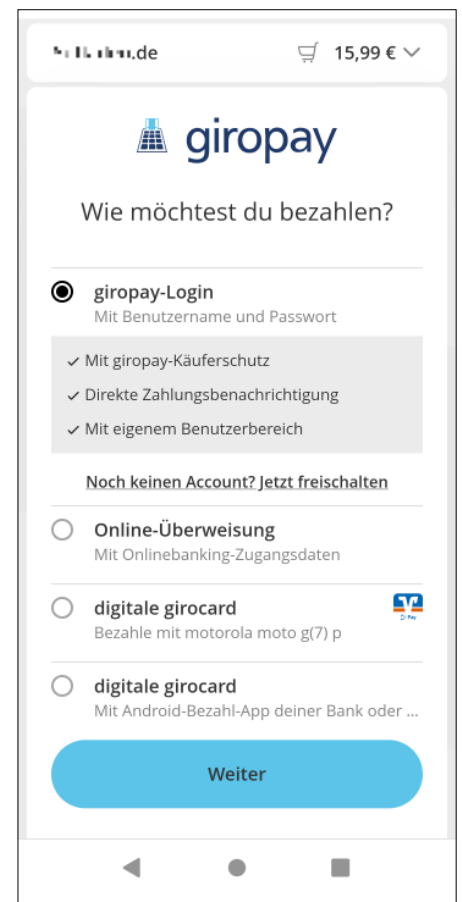
Die Konkurrenz schläft nicht

Die digitale Girocard ist eine Antwort auf Mastercards Schritt, sein Zweitsystem Maestro ab Juli 2023 abzukündigen, über das viele Girocard-Nutzer bislang im Ausland bezahlten. Die reine Girocard funktioniert hingegen nur in Deutschland. Viele Beobachter sehen in Mastercards Entscheidung daher auch die Absicht, der

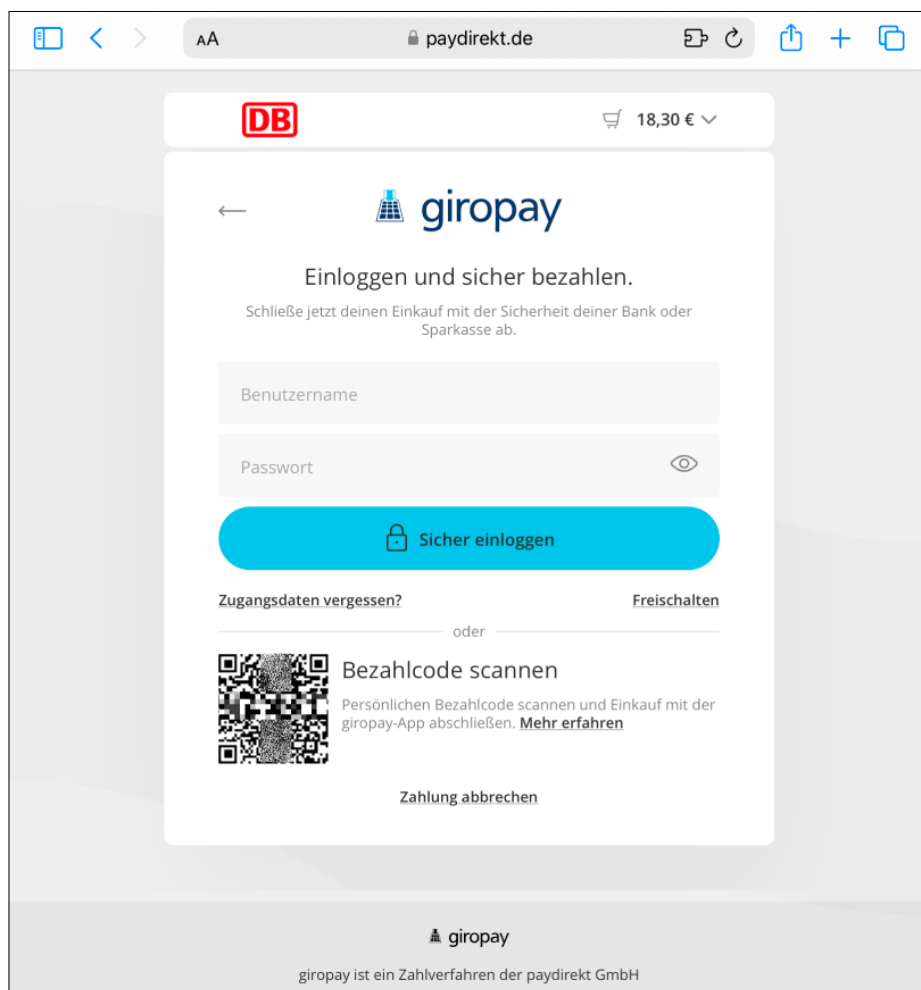
Girocard langfristig Marktanteile zugunsten der eigenen Mastercard-Debitkarten abzunehmen. Dabei dürften Mastercard und quasi nebenbei auch Visa darauf hoffen, dass die Banken entweder nur noch deren reine Debitkarten ausgeben oder die Girocard zukünftig mit diesen Debitkarten anstelle von Maestro oder Visas V Pay kombinieren (mehr zu diesen Debitkarten und dem Unterschied zu Girocard und Kreditkarte unter [3]).

Bei der Euro Kartensysteme, einem Dienstleister der Banken und Sparkassen für die Vermarktung und Technik der Girocard, gibt man sich nach außen jedoch entspannt. „Was Maestro angekündigt hat, macht uns jetzt keine Angst“, so Geschäftsführer Oliver Hommel. „Denn zum einen ist die Kooperation ja erst einmal nur bei ab Mitte 2023 ausgegebenen Karten nicht mehr dabei und läuft erst nach und nach über die nächsten vier Jahre aus. Zum anderen sehen wir, dass die meisten Institute ihre Girocards mit einer Debit-Mastercard oder mit Visa Debit kombinieren und die Girocard damit im Ausland weiterhin einsetzbar bleibt.“

Dennoch: Ohne die jetzt nachgerüstete Online-Bezahlungsfunktion dürfte Girocard gegenüber den Debitkarten von Visa



Die digitale Girocard kommt auf Android-Handys. Den Anfang machen die Sparkassen sowie die Volks- und Raiffeisenbanken.



Bezahlen, wie man es sich 2023 im Netz vorstellt: Einfach Giropay-App öffnen, mit Fingerabdruck oder Face-ID authentifizieren, QR-Code scannen und fertig ist die Laube.

bon, die Händler legen sie aber auf ihre Endpreise um.

Weiteres Ausbaupotenzial

Bei der Umgestaltung von Giropay haben die deutschen Banken mehr denn je mit den Onlinehändlern zusammengearbeitet, wie ein Vertreter eines großen Handelskonzerns berichtet. Für Handelsunternehmen (auch stationäre) bedeute dies eine bisher nicht gekannte Dynamik, wenn sie neue Funktionen in Giropay vorschlagen. Hinzu kommt, dass vor allem das Girocard-System dem stationären Handel schon lange weitgehende Sicherheit vor nicht gedeckten und zurückgewiesenen Zahlungen bietet. Das macht die Kombination aus Girocard und Giropay für den Handel attraktiver. Die deutsche Kreditwirtschaft setzt also einige Hebel in Bewegung, damit ihr neues, komfortableres Zahlungsverfahren auch in den (Online-)Shops ankommt: Kunden können

sich berechnete Hoffnungen machen, dass es sich etabliert und mehr und mehr Funktionen hinzukommen.

So wünscht sich die Wirtschaft beispielsweise eine Zusammenarbeit mit Bonusprogrammen, damit Kunden einfacher Treuepunkte sammeln können. Auch eine Altersverifikation für den Handel steht im Raum, etwa in kassenlosen Supermärkten oder bei Lieferdiensten, die Spirituosen und Tabakwaren anbieten. Auf der Liste stehen außerdem In-App-Käufe und regelmäßig wiederkehrende Zahlungen; die Tourismusbranche wünscht sich, mit Giropay zusätzliche Nächte vor Ort buchen zu können. All das geht bislang eleganter über die Kreditkarte.

Das Ende der technisch möglichen Entwicklung wäre damit noch lange nicht erreicht: Die Banken könnten pro Girokonto beliebig viele digitale Girocards ausgeben, sodass nicht nur der Kunde, sondern auch einige Systeme in seinem ver-

netzten Gerätezoo eine eigene Karte bekommen. Beispielsweise könnte das E-Auto mit seiner eigenen Girocard automatisch an der Ladesäule oder im Parkhaus bezahlen – „Seamless Payment“ nennt sich dieses Bezahlen ohne explizite Kassenzone.

Lässt Giropay damit womöglich PayPal und Kreditkarten hinter sich? Ralf Gladis vom Zahlungsabwickler Computop ist der Meinung, dass sowohl die Kreditkarten als auch die Girocard, respektive Giropay, in Zukunft ihre Daseinsberechtigung haben. „Die Kreditkarte ist eindeutig teurer für den Handel, aber sie bietet zumindest bisher auch deutlich mehr Funktionen, die im Girocard-Lager erst nach und nach entwickelt werden müssen.“ Der Handel könne daher bestimmte Bezahlösungen wie Upgrades, regelmäßig wiederkehrende Transaktionen für Abonnements oder internationale Lösungen bislang einfacher über Visa- und Mastercard abwickeln. Kreditkarten lohnen sich für den Handel auch noch aus einem anderen Grund: „Kunden geben mit der Kreditkarte oftmals mehr Geld aus, da sie die Abbuchung erst im nächsten Monat haben“, so Gladis.

Computop und andere Zahlungsabwickler binden derzeit die Shop-Systeme zahlreicher Onlinehändler an die Giropay-Welt an und müssen parallel auch ihre eigenen Schnittstellen an die neue API anpassen. Das ist zunächst mit Aufwand verbunden, lohnt sich aber aus Gladis' Sicht: „Die gute Nachricht aus Sicht der Händler ist, dass sich das in Zukunft sowohl technisch als auch vertraglich einfacher umsetzen lassen wird. Denn mit dem neuen Giropay haben auch die Zahlungsdienstleister nur noch einen Ansprechpartner. Der funktioniert wie ein Acquirer [Vertragspartner des Händlers, die Red.] und macht einen Preis und Vertrag.“

Vorteil Datenschutz

Die Themen Datenschutz und Privatsphäre waren und sind aus Kundensicht ein großer Vorteil gegenüber den US-Konzernen. Denn die Kundendaten bleiben ausnahmslos in Deutschland. Doch auch technisch verfolgt das Girosystem einen datensparsameren Ansatz als die US-Anbieter. Dieser stützt sich auf Unique User IDs (UUID). Diese tauschen der Zahlungsdienstleister oder die Bank des Händlers und die Kundenbank verschlüsselt als Platzhalter (Token) aus, wenn sie die Zah-

lung autorisieren und auslösen. Nur die Kundenbank kann sie dem Kunden zuordnen. Abgesehen vom Zahlungsvorgang prüfen die Beteiligten die Daten ansonsten lediglich auf Muster für Geldwäsche und Betrug.

Auch die Konzeption des Giropay-Systems selbst verhindert, dass jemand die Transaktionen analysieren und für weiterreichende Marktforschung oder Datenhandel zweckentfremden kann. „Im Gegensatz zu anderen Bezahl-diensten ist so kein externer Dritter involviert, wir nutzen die Daten weder für Werbezwecke noch für Warenkorbanalysen“, erklärt Paydirekt-Geschäftsführer Henning vorm Walde. Eine Besonderheit ist nämlich der dezentrale Ansatz: Giropay verrechnet die Zahlung der Kunden nicht selbst, vielmehr wickeln Händler und Kundenbank sie direkt miteinander ab. „Kurzum: Wir auto-

risieren direkt gegen das Konto, die Daten liegen bei der einzelnen Bank“, so vorm Walde. Die Bank wiederum darf die Daten nur mit ausdrücklichem Einverständnis des Kunden für weitergehende Zwecke verwenden, ebenso der Händler.

**Ausblick:
Guter Start, offene Fragen**

Das neue Giropay wirkt verheißungsvoll, auch aus Kundensicht. Zum Glück sind sich die deutschen Privatbanken, Genossenschaftsbanken und Sparkassen inzwischen weitgehend einig, dass Girocard und Giropay über ihre zukünftige Rolle im Zahlungsverkehr mitentscheiden. Allerdings handelt auch weiterhin jedes Institut für sich, sprich: Jede Privatbank und jede der 370 Sparkassen und 770 Genossenschaftsbanken bestimmt selbst, ob, wie und zu welchen Konditionen sie

ihren Kunden das digitale Zahlungsverfahren anbieten. Welche Möglichkeiten der Kunde abseits der Basisfunktionen erhält, liegt also in den Händen seiner jeweiligen Bank. Dabei ist Kwitt, der P2P-Zahlungsdienst im Giropay-System, noch gar nicht einbezogen (siehe Kasten und [3]).

Am Ende werden die Banken aber nur erfolgreich sein, wenn sie ihre Kunden und den Handel mit Komfort, Einheitlichkeit und einem kompletten Angebot für alle Lebenslagen überzeugen. Denn gerade die Kunden dürften ihre eingespielten Zahlungswege wie Rechnungskauf, PayPal oder Kreditkarte nur aufgeben, wenn es ihnen spürbare Vorteile bringt. Bei der Bedienung haben die Banken ein Zwischenziel erreicht: Das neue Giropay ist nicht mehr nur datenschutzfreundlich, sondern funktioniert für Kunden sogar komfortabler als PayPal & Co. Wir können es daher (endlich!) ausdrücklich empfehlen.

Die Branche ist aber noch lange nicht am Ziel, weder an der Ladenkasse noch im Onlinehandel. Insbesondere bei P2P-Zahlungen könnte sie sich mehr von den europäischen Nachbarn abgucken und dort Angebote schaffen, wo PayPal, Visa und Mastercard für Verkäufer – vor allem kleingewerbliche und private – zu teuer und zu aufwendig sind (siehe Kasten).

Auch den Datenschutztrumpf könnten Banken und Sparkassen stärker auspielen und viel deutlicher mit ihrem vorbildlichen, hohen Maß an Privatsphäre werben. Anders ausgedrückt: Ein Zahlungsdienst wie Klarna analysiert Käufe und Warenpräferenzen, um Marktforschung zu betreiben; das ist Teil seines Geschäftsmodells. Bei PayPal und Konsorten kann man sich nie ganz sicher sein, welche Daten in den USA landen. Die deutschen Banken setzen dem mit Giropay ein System entgegen, das die sensiblen Daten ihrer Kunden schützt. Sie besinnen sich damit bewusst oder unbewusst auf einen alten Wert: Vertraulichkeit. (mon@ct.de) **ct**

Literatur

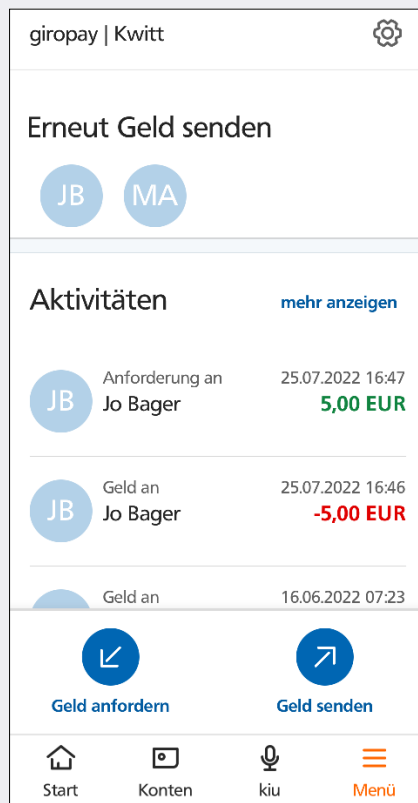
- [1] Markus Montz, Geld hin, Geld her, PayPal, Paydirekt, Kwitt: Bezahl-Apps im Vergleich, c't 18/2022, S. 120
- [2] Markus Montz, Digitale Zahlmeister, Sicher und datensparsam mit dem Smartphone bezahlen, c't 3/2023, S. 20
- [3] Markus Montz, Kleines Logo, große Wirkung, Mit welcher Debitkarte Sie besser bezahlen: Girocard oder Visa und Mastercard, c't 22/2022, S. 114

Kwitt: Haste mal 'ne Mark?

Ebenfalls zur Dachmarke Giropay gehört das P2P-Bezahlsystem Kwitt, über das sich Privatpersonen mithilfe ihrer Handynummern Geld schicken können. Kwitt ist bisher Teil von Onlinebanking-Apps für Smartphones; lange Zeit boten es vor allem die Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken an. Auch Kwitt soll mit Giropay zusammenwachsen. Will man bargeldlos Geld für ein Geburtstagsgeschenk einsammeln, sich unterwegs gegenseitig Geld leihen und zurückzahlen oder auf dem Flohmarkt kleine Beträge an andere Privatleute schicken, regelt man das hierzulande vorrangig über PayPal – während dafür beispielsweise in der Schweiz Twint, in Spanien Bizum und in Schweden Swish die Mittel der Wahl sind.

In der Giropay-App ist eine rudimentäre P2P-Zahlungsfunktion bereits implementiert. Doch genau wie bei Kwitt kann das System Geld nur an Kontakte aus dem eigenen Adressbuch im Smartphone übertragen – eine Einschränkung, die beispielsweise für Zahlungen auf dem Flohmarkt unpraktischer ist als die Abwicklung per PayPal [1]. Hinzu kommt, dass Sparkassen-Kunden bisher mit der Giropay-App kein Geld senden können. Wann und in welchem Umfang weitere P2P-Funktionen in Giropay einfließen, beispielsweise Zahlungen an Personen ohne Adressbucheintrag, ist noch offen.

Die Erfahrungen im Ausland zeigen aber, dass ein offenes P2P ein enorm nachgefragtes Anwendungsfeld ist.



Kwitt gehört nominell zu Giropay, es bleibt aber vorerst Teil der Onlinebanking-Apps der Banken, die es anbieten.