

Giropay: das Konzept funktioniert

Von André M. Bajorat



Seit seiner Einführung 2006 hat sich das Online-Bezahlsystem Giropay rasant entwickelt: Bei 10 000 Händlern kann damit bezahlt werden, 500 000 Kunden haben das System genutzt und dabei 60 Millionen Euro umgesetzt. Dabei versteht sich Giropay nicht als Ersatz für die Kreditkarte als das Zahlungsmittel Nummer eins im Internet. Vielmehr gehe es darum, Kunden mit Sicherheitsbedenken für das Zahlen im Internet zu gewinnen. Red.

Der Großteil der deutschen Kreditwirtschaft hat mit Giropay Anfang 2006 ein bankgruppenübergreifendes Online-Bezahlverfahren für Transaktionen im Internet in den Markt eingeführt. Giropay basiert auf einer gemeinsamen Initiative der Postbank, der Sparkassen-Finanzgruppe sowie der IT-Dienstleister der Volks- und Raiffeisenbanken, Fiducia IT und GAD. Das rechtssichere System ermöglicht die einfache, schnelle und sichere Bezahlung von Waren und Dienstleistungen im Internet per bekannter Online-Überweisung.

Neu ist, dass die Bank oder Sparkasse direkt in den Shop integriert ist und das Online-Bezahlverfahren damit absolute Rechtssicherheit bietet. Neu ist außerdem die Kombination zweier Vorteile: Der Anbieter erhält eine sofortige Zahlungsgarantie. So kann er die Ware noch vor dem

Eingang des Geldes direkt auf den Weg geben beziehungsweise bereitstellen, etwa in Form eines Software-Downloads. Der Käufer profitiert davon, dass ihm die Online-Überweisung vertraut ist. Er bezahlt einfach und sicher bei seinem Kreditinstitut und erhält die Lieferung besonders schnell. Kreditinstitute können sich mit dem Angebot von Giropay als moderne Partner im E-Commerce positionieren.

Fragmentierter Markt für Bezahlmöglichkeiten

Der Zahlungsmarkt in Deutschland ist in hohem Grade vielfältig und zersplittert. Es gibt Hunderte Anbieter wie Bankengruppen oder Zahlungsdienstleister, die nationale und internationale Methoden zum Bezahlen anbieten. Prinzipiell gibt es eine Unterscheidung zwischen Macropayment (Bezahlungen für Beträge über zehn Euro) und Micropayment (Beträge unter zehn Euro). Kunden können darüber hinaus entweder vor oder nach Bezug der Ware oder Dienstleistung bezahlen.

Einige dieser Methoden werden von Privatunternehmen angeboten und weisen teilweise Sicherheitsmängel auf. Andere

sind für Kunden zu kostspielig, sodass sie nur wenig verbreitet sind. Wieder andere sind zu unkomfortabel, um sich im deutschen Markt durchzusetzen.

Festzuhalten ist: Der deutsche Markt ist im Moment für Verbraucher kaum überschaubar. Es gibt kein Standardverfahren, das für alle Zwecke eingesetzt werden kann, da die Kundenanforderungen an das Bezahlverfahren von den Waren abhängen, die sie kaufen. Beispielsweise wird Kleidung in Deutschland meistens per Rechnung bezahlt, da Kunden diese vor der Bezahlung ausprobieren möchten. Generell tragen E-Commerce-Dienste wie amazon.de dazu bei, dass immer häufiger online bezahlt wird. Gleichzeitig bevorzugen viele Online-Shops die Vorauszahlung, da diese das Risiko ausstehender Zahlungen erheblich verringert. Anforderungen der Händler und der Kunden unterscheiden sich also häufig.

Online-Überweisung als Basis

Um allen Bedürfnissen bestmöglich gerecht zu werden, haben die drei großen deutschen Bankengruppen Giropay entwickelt und auf den Markt gebracht. Basis ist die Online-Überweisung, die bei den Verbrauchern äußerst beliebt ist: Laut dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband DSGVO wurden 2006 rund 45 Prozent aller Transaktionen im E-Commerce mit Vorkasse/Banküberweisung bezahlt, 30 Pro-

Zum Autor

André M. Bajorat ist Geschäftsführer der giropay GmbH, Frankfurt am Main.

zent mit Lastschrift, 15 Prozent mit Kreditkarte und zehn Prozent mit sonstigen Zahlungsmöglichkeiten. Diese Verteilung wird durch zwei Faktoren maßgeblich beeinflusst:

- Zunahme der Akzeptanz von Vorauszahlungen, die über Ebay und ähnliche Systeme erfolgen,
- Zunehmende Zahlung über Services wie Click and Buy, Paypal oder Moneybookers, die kleinere Einzelzahlungen zu einer Gesamtzahlung aggregieren und diese per Kreditkarte oder Banküberweisung/Giropay ausführen lassen

Kein Verdrängungsprodukt

Giropay ist am 23. Februar 2006 gemeinsam mit Paypal, dem Online-Zahlungsservice von Ebay und ersten strategischen Partner, gestartet. Seitdem steht das Verfahren allen Online-Banking-Kunden der teilnehmenden Banken und Sparkassen zur Verfügung. Es will dabei keine bestehenden Online-Bezahlverfahren ersetzen, sondern den Markt ergänzen.

Ziel ist es, auch die Verbraucher zu gewinnen, die bisher noch nicht online einkau-

fen, weil sie Angst vor Datenmissbrauch beim Online-Bezahlen haben. Mit Giropay steht ihnen eine einfache, schnelle und sichere Alternative zur manuellen Überweisung, zur Lastschrift sowie zu rechtlich zweifelhaften Online-Überweisungs-Lösungen anderer Anbieter zur Verfügung. Bei diesen werden persönliche Daten wie Pin oder Tan auf bankfremden Seiten eingegeben. Der Kunde verstößt damit aber gegen die mit der Bank geschlossenen Online-Banking-Vereinbarungen.

Schon mehr als 10 000 Akzeptanzstellen

Verbraucher können mit Giropay über Bezahldienste wie Pay Pol, Click and buy und Moneybookers bei bereits mehr als 10 000 Akzeptanzstellen im Internet bezahlen. Zudem haben derzeit knapp 200 Anbieter wie DHL, Skype oder Nike Giropay direkt als Bezahloption in ihren Shop integriert. Unter www.giropay.de ist im „Anbieter-Check“ eine aktuelle Übersicht aller direkt angebotenen Online-Händler abrufbar.

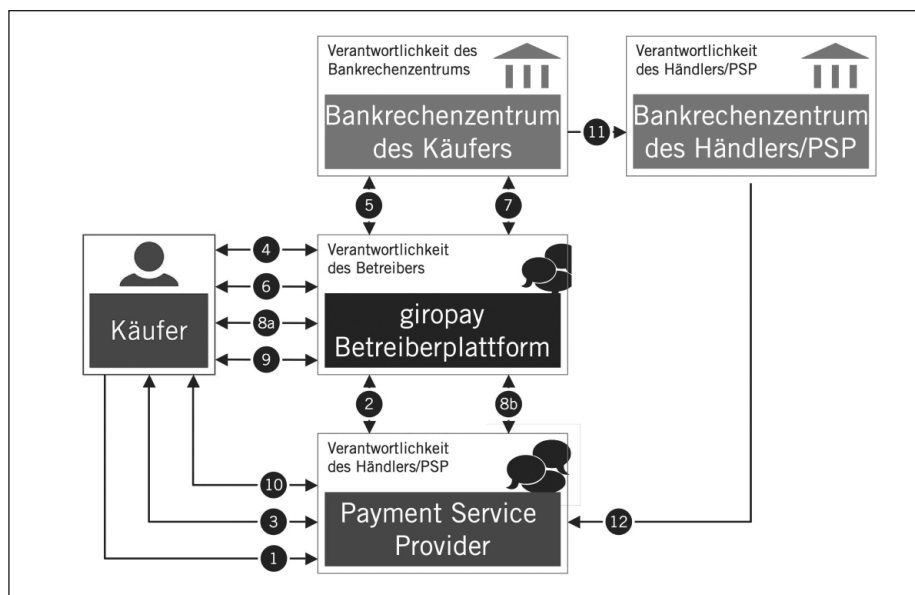
Dass die Nutzer zufrieden sind, zeigen die Zahlen des ersten Geschäftsjahres: Mehr als 500 000 Kunden haben 2006 Giro-

pay zum Bezahlen im Internet genutzt und dabei Waren und Dienstleistungen im Wert von rund 60 Millionen Euro bezahlt. Im Hinblick auf die Gegebenheiten des Marktes stellt dies ein enormes Wachstum dar.

Giropay eignet sich für jeden Online-Shop, der die Ware nicht auf Rechnung, sondern bislang erst nach dem Geldeingang versendet. Denn aufgrund der Zahlungsgarantie kann die Wareauslieferung sofort erfolgen. Giropay wird dabei hauptsächlich für Macropayment eingesetzt, das heißt für Zahlungen über zehn Euro. Das durchschnittliche Transaktionsvolumen liegt deutlich über diesem Wert.

Um mit Giropay zu bezahlen, muss ein Käufer weder eine Zusatzsoftware installieren noch ist eine Registrierung erforderlich: Einzige Voraussetzung ist ein zum Online-Banking freigeschaltetes Konto bei einem teilnehmenden Kreditinstitut. Bislang können die Online-Banking-Kunden von über 90 Prozent der Sparkassen und der Volks- und Raiffeisenbanken sowie der Postbank, MLP Bank, Readybank und Cronbank Giropay nutzen – das sind mehr als 17 Millionen Menschen in Deutschland.

Technischer Ablauf der Giropay-Überweisung



Einkaufen und Bezahlen finden auf zwei verschiedenen Plattformen statt

Will ein Käufer mit Giropay bezahlen, wird er vom Anbieter direkt auf die Online-Banking-Seiten seines Kreditinstituts geleitet. Die eigentliche Bezahlung mit Giropay läuft dann innerhalb der Online-Banking-Anwendung der Bank oder Sparkasse ab, die dem Käufer vertraut ist und die ihm größtmögliche Sicherheit bietet.

Einkaufen und Bezahlen finden also auf zwei verschiedenen Plattformen statt: Eingekauft wird beim Anbieter, gezahlt wird auf den Seiten des Kreditinstituts. Der Käufer verwendet dort seine Legitimationsdaten (wie PIN und TAN) wie beim Online-Banking auch.

Alle relevanten Daten des Warenkaufs wie Betrag, Verwendungszweck oder Bankverbindung des Verkäufers werden automatisch in die Online-Überweisung übertragen. Diese befindet sich nicht im Online-Shop, sondern auf den Online-Banking-Seiten der Bank oder Sparkasse. Nur hier gibt der Kunde die sicherheitsrelevanten Daten ein.

i-TAN oder m-TAN werden unterstützt

Die im Online-Banking anerkannt hohen Sicherheitsstandards wie die starke 128-Bit-SSL-Verschlüsselung und Online-Zertifikate machen Giropay zu einem sicheren Bezahlfahrer. Setzt ein Kreditinstitut zusätzliche Sicherheitsmerkmale wie die Anzeige der letzten verbrauchten TAN ein, werden auch diese verwendet.

Der Kunde autorisiert die Überweisung – wie beim Online-Banking – durch Eingabe einer TAN. Bankspezifische Autorisierungsverfahren wie i-TAN oder m-TAN werden ebenfalls unterstützt. Ist diese Autorisierung korrekt und ist das Konto ausreichend gedeckt, erhält der Anbieter umgehend eine Bestätigung der Bezahlung mit einer Zahlungsgarantie der jeweiligen Bank oder Sparkasse des Kunden. Durch diese Garantie entfällt für den Händler das übliche Warten auf die Gutschrift auf seinem Geschäftskonto. Vielmehr ist er in der Lage, unmittelbar nach Eingang der Nachricht die Waren zu verschicken. Händlern ermöglicht dies einen Wettbewerbsvorsprung gegenüber Unternehmen, die den Versand erst nach dem tatsächlichen Eingang des Geldes vornehmen. Zudem ist das Zahlungsausfallrisiko für den Händler eliminiert.

Einziges vom deutschen Bankensystem autorisiertes Online-Bezahlverfahren

Giropay zeichnet sich durch Benutzerfreundlichkeit und die anerkannt hohen Sicherheitsstandards des Online-Bankings aus. Die Alleinstellungsmerkmale

von Giropay als sicheres Bezahlfahrer, das hohen Datenschutz gewährleistet und komfortabel und bequem in der Nutzung ist, wurden bereits in verschiedenen unabhängigen Tests bestätigt.

Giropay ist das einzige vom deutschen Bankensystem autorisierte Online-Be-

Giropay in Zahlen

- Nutzer 2006: über 500 000; Nutzer im Dezember 2006: 60 000.
- Teilnehmende Sparkassen: etwa 400; teilnehmende Volksbanken und Raiffeisenbanken: etwa 1 050.
- Umsatzvolumen 2006: rund 60 Millionen Euro.
- Akzeptanzstellen: mehr als 10 000 (zum Beispiel über Paypal oder Click and Buy).

zahlverfahren, da es allen sicherheitstechnischen und juristischen Anforderungen Rechnung trägt. Im Gegensatz zu anderen Anbietern, bei denen vertrauliche Bankdaten auf bankfremden Seiten eingegeben werden, findet jede Transaktion in der Hoheit des Kreditinstituts des Nutzers statt. Das System verhindert den Missbrauch von Daten, da der Käufer ausschließlich mit seinem Kreditinstitut kommuniziert.

Offenes System

Bei Giropay spielen Issuer und Acquirer eine zentrale Rolle. Ein Giropay-Issuer ist ein Kreditinstitut, das seinen Online-Banking-Kunden ermöglicht, mit Giropay zu bezahlen. Die Anbindung eines Händlers besteht aus einem kaufmännischen und einem technischen Teil.

Die kaufmännische Anbindung erfolgt über einen Giropay-Acquirer, der die Preise für den Service für den Anbieter festlegt. Er ist dabei in der Gestaltung seiner Kondi-

tionen frei. Die technische Anbindung erfolgt in der Regel über einen der Giropay Payment Service Provider (PSP) oder Webshopanbieter, die das Bezahlfahrer in ihre Internet-Kassensysteme integriert haben. Zudem steht es Händlern über Bezahlsysteme wie Paypal, Click and Buy und Moneybookers zur Verfügung; diese bieten Giropay als Bezahloption an.

Transaktion in der rechtlichen Hoheit von Bank oder Sparkasse

Der technische und operative Betrieb des Giropay-Systems erfolgt durch die Star Finanz, ein Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe, sowie die beiden Rechenzentren der Volksbanken und Raiffeisenbanken, Fiducia IT und GAD. Sie stellen die technische Plattform bereit, über die Giropay-Transaktionen bei einer teilnehmenden Bank oder Sparkasse abgewickelt werden.

Gleichzeitig integrieren die Betreiber Kreditinstitute (als Issuer), Giropay-Acquirer sowie PSP. Eine Giropay-Transaktion findet dabei immer auf den Seiten und damit in der rechtlichen Hoheit der Bank oder Sparkasse statt. Aus dem Shop erfolgt eine Weiterleitung auf die Online-Banking-Infrastruktur des Kreditinstituts, auf der die sensiblen Bankdaten eingegeben werden.

Giropay wurde von Anfang an als offenes System entwickelt, um eine einfache und schnelle Integration weiterer Banken und E-Commerce-Anbietern zu gewährleisten. Derzeit stehen fünf Giropay-Acquirer und sieben PSPs zur Anbindung interessierter Händler zur Verfügung.

Diese sorgen dafür, dass sich die Zahl der Anbieter stetig vergrößert. Gleichzeitig wächst auch die Zahl der Kreditinstitute, deren Kunden in Zukunft mit Giropay bezahlen können. Das System ist damit auf dem besten Weg, sich als führendes Online-Bezahlverfahren im deutschen E-Commerce zu etablieren.