KARTEN
cards | cartes
NEWS
EIN SERVICE DER ZEITSCHRIFT
FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Giropay statt Girocard

Von Swantje Benkelberg – Trotz Corona-Pandemie geht es bei der Zusammenführung der Payment-Marken in Deutschland voran. Vier Monate, nachdem zum 1. Dezember 2020 die im August bekannt gegebene Übernahme von Giropay durch Paydirekt wirksam geworden ist, hat die Deutsche Kreditwirtschaft am 12. März 2021 den nächsten Schritt verkündet. Die Online-Bezahlverfahren Paydirekt, Giropay und Kwitt werden unter der gemeinsamen Marke Giropay zusammengeführt. Diese Harmonisierung ist aber nur der erste Schritt auf dem Weg zu einer Zusammenführung der Bezahlverfahren. Denn jetzt ist es offiziell, dass auch die Marke Girocard „perspektivisch" integriert werden soll.

Mitte Mai geht es los

Zunächst einmal startet die Einführung der neuen Dachmarke Mitte Mai dieses Jahres mit der visuellen Vereinheitlichung von Paydirekt und Giropay in einer mehrmonatigen Übergangsphase mit dem Ziel, Giropay als übergeordnete Payment-Marke bei Kunden und Handel zu etablieren. Ebenfalls im Mai stellen Banken und Sparkassen, die bereits Kwitt anbieten, auf die Marke „Giropay – Geld senden" um. Bisher noch nicht angebundene Institute sollen die P2P-Funktion nach und nach integrieren. Damit hat die deutsche Kreditwirtschaft erstmals ein marktweites, übergreifendes P2P-Angebot und somit die Basis dafür, dem Platzhirsch Paypal etwas Eigenes entgegenzusetzen. Ob das ausreicht, bisherige Paypal-Nutzer für die bankeigene P2P-Funktion zu gewinnen, wird sich zeigen müssen. Bei Erstnutzern lässt sich aber sicher ein höherer Marktanteil erreichen als bisher.

Die Marke „Giropay – Geld senden" mag dabei nicht besonders griffig sein. Sie hat aber einen unbestreitbaren Vorteil. „Geld senden" macht ganz deutlich, worum es bei dieser Funktion geht. Dennoch muss sich der Nutzer neben Giropay keine weitere Marke merken. Schließlich hat die deutsche Kreditwirtschaft über Jahre hinweg lernen müssen, wie schwierig es ist, für bestehende oder neue Payment-Funktionen neue Marken zu etablieren. Teilweise mag das an zu wenig Marketing gelegen haben. Das Grundproblem ist jedoch, dass den Kunden das Thema Payment nur am Rande interessiert und er die Marken deshalb nur am Rande wahrnimmt. Weniger ist deshalb mehr.

Keine Frage – sowohl „Kwitt" (letztlich ein in der Schreibweise veränderter Ausdruck für das „quitt sein" unter Privatpersonen) als auch „Girocard" (die Karte zum Girokonto) hatten von der Ausdruckskraft her etwas für sich. Die Wahl des Namens Giropay als neue Dachmarke ist dennoch nachvollziehbar und sinnvoll. Denn natürlich ist die Girocard unter den Verfahren das am stärksten genutzte. Dennoch ist sie in vielen Köpfen auch 14 Jahre nach ihrer Einführung noch immer die „ec-Karte" oder auch „Geldkarte".

Eine technologieoffene Marke

Gewichtiger ist indessen vermutlich ein anderer Grund: In Zeiten der Digitalisierung nämlich, in denen virtuelle Karten und das Bezahlen per mobilem Endgerät eine wachsende Rolle spielen, ist die Marke Giropay sicher die zukunftsträchtigere, weil technologieoffen. Letzten Endes bringt der Name Giropay genau das zum Ausdruck, worum es der Deutschen Kreditwirtschaft geht: um ein digitales Payment-Angebot rund um das Girokonto, das durch die neue Dachmarke noch stärker in den Mittelpunkt des Bezahlens rücken soll. Dr. Joachim Schmalzl, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGV, der in diesem Jahr die Federführung der Deutschen Kreditwirtschaft innehat, formuliert das so: „Die gemeinsame Marke Giropay hat das Potenzial, zukünftig einen neuen Standard zu setzen und Bequemlichkeit, Sicherheit und europäischen Datenschutz miteinander zu verbinden. Verbraucher werden sich nicht mehr die Frage stellen müssen, wie sie bezahlen – sie erhalten ein umfassendes Angebot für alle Kanäle von ihrer Hausbank."

Für die Zusammenführung des Bezahlangebots wird es in jedem Fall höchste Zeit. Schließlich machen Branchenvertreter, Politik und Aufseher schon lange Druck auf die Verantwortlichen, da der Wettbewerb durch die großen Kartenorganisationen und die Bigtechs mit eigenen Zahlungsdiensten enorm zunimmt und die europäische Souveränität im Zahlungsverkehr zunehmend gefährdet scheint.

Dass die Bündelung der Kräfte auf deutscher Ebene just zu dem Zeitpunkt kommt, zu dem auch auf europäischer Ebene erste Zeitpläne publik geworden sind, mag auf den ersten Blick irritieren. Man wird aber vermutlich davon ausgehen dürfen, dass es sich hier um keinen deutschen Alleingang handelt, der schon im kommenden Jahr wieder Makulatur wird, wenn die European Payment Initiative mit einer ersten europäischen Anwendung startet. Sondern es ist wohl davon auszugehen, dass die deutsche Vorgehensweise mit den Standardisierungbemühungen auf europäischer Ebene abgestimmt ist – auch wenn die europäische Marke am Schluss vielleicht nicht Giropay heißen wird. Die Personalunion von Joachim Schmalzl als DSGV-Vorstand und DK-Federführer einerseits und als Aufsichtsrat der European Payment Initiative andererseits darf wohl als Garant dafür gelten, dass die DK hier nicht im „luftleeren Raum" für sich allein agiert.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH