



KARTEN

cards | cartes

ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Digitaler
Sonderdruck



SICHERHEIT BARRIEREFREIHEIT BNPL DIGITALER EURO

**Giropay – neue Maßstäbe
im Online-Payment**

Von Uwe Fischer

Giropay – neue Maßstäbe im Online-Payment

Von Uwe Fischer



Mit der Zusammenführung von Paydirekt und Giropay unter der neuen Dachmarke Giropay hat die Deutsche Kreditwirtschaft auf die Entwicklungen im Online-Payment-Markt reagiert. Damit haben Nutzer die Wahl, wie sie ihre Transaktionen freigeben wollen, und können künftig auch mit der Girocard online bezahlen. Auch mit einem Käuferschutz von 100 Tagen, der auch für digitale Güter gilt, reagiert Giropay auf die von Paypal gesetzten Erwartungen. Die neue bundesweite Kampagne soll nun für mehr Bekanntheit und Nutzer sorgen. Bei Kommunen ist Giropay ohnehin schon als Bezahloption beliebt. Red.

Verbraucher erwarten, dass sie – ganz unabhängig ob online, in einer App oder im Geschäft – ihre Zahlungen schnell, einfach und sicher abwickeln können – ohne aufwendig immer wieder neue Accounts anlegen zu müssen. Gleichzeitig tummeln sich immer mehr internationale Player auf dem Payment-Markt und setzen auf neue Features wie Buy Now Pay Later (BNPL). Die deutsche Kreditwirtschaft hat sich intensiv mit diesem Veränderungsprozess beschäftigt und führt seit Mai 2021 schrittweise ihre Online-Bezahlverfahren Paydirekt und Giropay zusammen. Viele Meilensteine wurden bereits erreicht, weitere Maßnahmen sind in Vorbereitung und werden 2023 folgen.

Die Paydirekt GmbH hat die technische und kaufmännische Vereinheitlichung von Paydirekt und Giropay seit 2021

intensiv vorangetrieben und vereint damit die Vorteile der beiden Online-Bezahlverfahren. Mit der Umstellung auf die neue Marke Giropay im Juli 2022 etabliert das Unternehmen bei Verbrauchern nun auch ein einheitliches Markenbild und rollt sukzessive die neue Akzeptanzmarke Giropay aus. Darüber hinaus folgen ein erweiterter Käuferschutz und die Integration der digitalen Girocard auf Android-Smartphones, sodass Händler und Nutzer von einer umfassenden und effizienten Zahlungslösung profitieren werden, die eine hohe Akzeptanz am deutschen Markt aufweist.

E-Commerce: einheitliches Angebot für alle Kundenbedürfnisse im

Als Schwestermarke der Girocard vereint das neue Giropay zukünftig ver-

schiedene Zahlungsfreigaben für das digitale Bezahlen direkt vom vertrauten Girokonto und bietet so eine sichere, datensparsame Lösung für das Online-Bezahlen. Nutzer haben gleich mehrere Optionen, wie sie ihre Online-Einkäufe bezahlen – ganz nach ihren Vorlieben:

- mit Online-Banking-Zugangsdaten,
- mit Benutzername und Passwort, PIN
- oder mit biometrischen Verfahren in der Giropay-App.

Händler profitieren nach der Zusammenführung der beiden Zahlverfahren von mehr Funktionen, mehr Nutzern und einer höheren Reichweite. Zudem wickeln sie ihre Geschäfte mit authentifizierten Kunden ab. Denn jeder Kunde besitzt ein autorisiertes Girokonto bei einer Bank oder Sparkasse und hat sich über seinen Online-Zugang zweifelsfrei als Kontoinhaber identifiziert. Dank dieser Legitimierung und bei Bedarf auch einer Altersverifizierung wissen Händler stets, mit wem sie es zu tun haben.

Zahlungsgarantie erhöht Sicherheit der Händler

Giropay bietet Händlern eine sofortige Zahlungsgarantie. Diese führt nicht nur



Uwe Fischer,
Chief Product Officer, paydirekt GmbH,
Frankfurt am Main

zur Sicherung des Kaufbetrages, sie garantiert Händlern auch eine schnelle Verfügbarkeit der Umsätze und sorgt damit für eine hohe Sicherheit in den Zahlungsströmen.

Darauf zahlt ebenfalls ein, dass Bruttobeträge ausgezahlt werden – ohne einen Sicherheitseinbehalt (wie beispielsweise eine Minimum Reserve). Deshalb ist Giropay auch für Micropayments wie Waschanlagen oder Parkhaus-Betreiber effizient, bei denen häufig Kleinstbeträge unter 10 Euro anfallen. Dank der Zahlungsgarantie entfallen zudem Risiko- und Bonitätsmanagementkosten. Denn die Händler müssen nicht mit Zahlungsstörungen rechnen oder aufwendige, teure Mahn- und Inkassoverfahren implementieren.

Künftig bietet die Paydirekt GmbH auch ein neues und vor allem schlankeres Vertragsmodell an: Händler und Partner können Verträge und zugehörige Konditionen unmittelbar mit der Paydirekt GmbH verhandeln und abschließen – mit nur einem Preis. Das ermöglicht eine deutlich schnellere und einfachere Anbindung für Händler, wodurch ein sofortiger Zugang für Millionen von Online-Banking-Kunden möglich ist.

Giocard im Internet

Das Unternehmen wird zudem den Käuferschutz noch einmal deutlich erweitern: Um Käufern ein noch umfassenderes Angebot zu machen, greift der neue Käuferschutz sogar für 100 Tage und gilt auch für digitale Güter. Denn gerade digitale Dienstleistungen

und Produkte wie beispielsweise Streaming, Gaming und Online-Bahntickets oder Online-Ticketing boomen im Online-Handel.

Darüber hinaus arbeitet Paydirekt gemeinsam mit den Sparkassen und Genossenschaftsbanken an der Integration der Giocard in den Giropay-Bezahlprozess. Damit steht eine weitere Möglichkeit zur Zahlungsautomatisierung zur Verfügung, um im E-Commerce direkt von Girokonto zu bezahlen. So lassen sich Reichweite und Relevanz erhöhen – und zwar mit der Giocard, die Kunden und Handel bereits gut kennen und gerne nutzen. Dieser Schritt trägt dazu bei, die In-App-, M-Commerce- und E-Commerce-Fähigkeit der Giocard weiter auszubauen.

Grundstein für weiteres Wachstum gelegt

Um die Bekanntheit von Giropay zu erhöhen und Giropay als Payment-Lösung weiter zu positionieren, hat die Paydirekt GmbH Mitte Oktober 2022 eine deutschlandweite Kampagne für Giropay gestartet (siehe Marktnotizen). Die Kampagne stellt mit einem Augenzwinkern die liebevollen Eigenarten der Deutschen in den Vordergrund und verbindet sie mit den Attributen akribisch, genau und korrekt, für die auch Giropay steht. Qualität und Vertrauen werden hierdurch in den Fokus genommen und vermitteln die Sicherheit, sich für das richtige Produkt entschieden zu haben.

Die Paydirekt GmbH reagiert mit diesen Weiterentwicklungen auf die Anforderungen des Marktes. Sie bündelt die

Vorteile der deutschen Bezahlösungen, um auch im E-Commerce noch stärker aufzutreten.

Mit der Kampagne legen die deutschen Banken und Sparkassen das Fundament dafür, die Bekanntheit von Giropay weiter zu erhöhen. Gleichzeitig arbeitet das Unternehmen auch weiterhin kontinuierlich daran, Kunden und Händlern noch umfassendere Optionen anzubieten. Mit der Erweiterung des Käuferschutzes und dem schlankeren Vertragsmodell geht Paydirekt die nächsten Schritte, um weiteres Wachstum zu generieren. Darauf zahlt auch die Einbindung der digitalen Giocard in den Bezahlprozess ein.

Bei Kommunen im E-Government beliebt

Konsumenten nehmen das neue Giropay gut an und der Payment-Anbieter verzeichnet kontinuierliches Wachstum. Rund 30 000 Online-Shops in mehr als 20 Branchen, darunter zahlreiche führende Branchen-Händler wie Otto, Mediamarkt, DocMorris, Mytoys, dm oder auch Deutsche Bahn, Lufthansa und HDI, setzen bereits auf das Online-Bezahlverfahren der deutschen Banken und Sparkassen.

Darüber hinaus haben sich schon rund 1 700 Kommunen und öffentliche Einrichtungen für das Bezahlverfahren entschieden, um damit Online-Services wie Meldebescheinigungen, Urkundenservices oder Anwohnerparkausweise bezahlen zu lassen, darunter die einwohnerstärksten Städte wie Berlin, München, Stuttgart und Düsseldorf sowie nahezu alle Landeshauptstädte. ■