

# girocard meets E-Commerce

Wie Händler Deutschlands  
beliebteste Karte online  
akzeptieren können





# Management Summary

Mit 97% Marktanteil bei den über 16-Jährigen übertrifft die girocard jedes andere Zahlungsmittel in Deutschland. Doch der direkte Einsatz im Onlinehandel war lange Zeit nicht möglich. Karten, die von der Sparkasse ausgegeben wurden, können jedoch in Apple Pay integriert werden, dem Wallet auf dem iPhone. Auf diesem Weg findet die girocard ihren Weg in den E-Commerce. Über 5 Millionen Karten wurden bereits aktiviert.

Mit einem Acquirer, der Apple Pay unterstützt und einem Vertrag mit einem PSP als girocard-Netzbetreiber sind die vertraglichen Voraussetzungen geschaffen. Technisch kann die girocard in Apple Pay entweder sehr einfach über das Kreditkartenformular integriert oder als eigene Zahlart im Checkout angeboten werden. In beiden Fällen können Händler von den attraktiven Konditionen der girocard profitieren und ihre Kosten für den Zahlungsverkehr optimieren.





# MARKTPOSITION

## Fast alle zahlen mit der girocard

### Deutschlands liebste Zahlart und der Online-Handel

Die girocard hat viele Fans in Deutschland. Und fast alle Deutschen haben die girocard: 97% der über 16-Jährigen verfügen über die Debitkarte, die ganz einfach zum Girokonto gehört. Mehr als 100 Mio. Karten sind derzeit in Deutschland aktiv. Damit ist die girocard auch international spitze: Nur wenige Zahlungsverfahren können eine derart intensive Marktdurchdringung auf Konsumentenseite aufweisen.

Auch das Smartphone hat viele Fans in Deutschland, und fast alle Deutschen besitzen inzwischen ein solches Gerät: 89% der Erwachsenen verfügten per Ende 2021 darüber, davon 2/3 mit Android-Betriebssystem, 1/3 mit Apple iOS. 85% der Smartphone-Eigner geben an, damit zu shoppen, 57% der Einkäufe im Online-Handel werden Umfragen zufolge mit dem mobilen Gerät getätigt.

Doch es gibt ein Problem: girocard und Online-Handel fanden jahrelang nicht zueinander. Der heterogene Kreis von Sparkassen, Genossenschafts- und Privatbanken, der die girocard gemeinsam aufgebaut und entwickelt hat, ist ein großes Plus für die Akzeptanz der Karte. Doch für den E-Commerce gab es lange Zeit keine adäquate Lösung, die sowohl dem Handel oder den Nutzerinnen und Nutzern einen Weg eröffnete, einfach und bequem auch online mit ihrer girocard zu bezahlen.

Seit Juli 2021 gibt es eine Lösung: Sparkassenkundinnen und -kunden, die mit 46% fast die Hälfte aller girocard-Inhaber stellen, können die girocard über Apple Pay, das Wallet auf dem iPhone, auch im Online-Handel einsetzen. Über 5 Millionen Menschen haben ihre girocard aktiviert. Sie warten darauf, mit ihrem liebsten Zahlungsmittel im Internet einkaufen zu können.

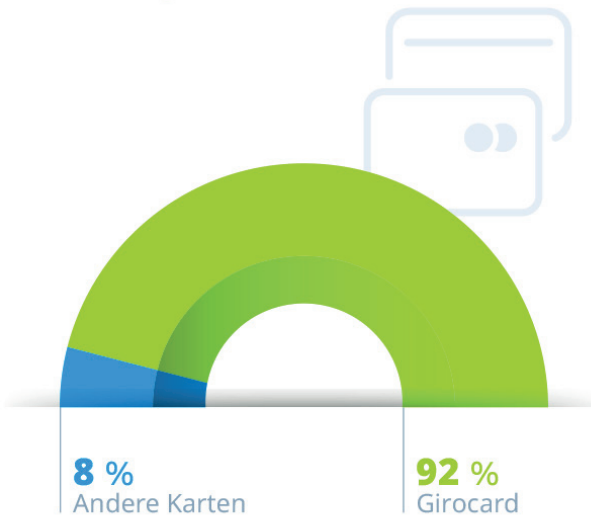
## Fakten zur girocard

Die Bereitschaft, die girocard im Handel einzusetzen, ist groß. So gibt mit 53 % über die Hälfte der jungen und mittleren Generation (16 bis 59 Jahre) an, an der Kasse am liebsten bargeldlos zu bezahlen. Am Point of Sale liegt der Anteil der Debitkarte an allen getätigten Transaktionen daher auch bei 32 % – im E-Commerce jedoch bei nur 4 %.

Betrachtet man die Wallet-Zahlungen durch Sparkassenkunden am POS genauer, entfallen 92 % auf die girocard, 8 % auf alle anderen Karten. Ein großes Potenzial für die girocard auch im E-Commerce!

## WALLET-ZAHLUNGEN

Anteil der Karten, die bei Wallet-Zahlungen am POS genutzt werden

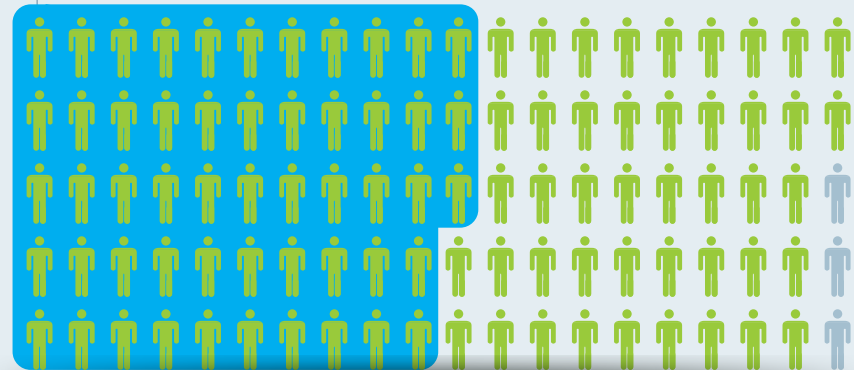


## ZAHLVERHALTEN

der 16- bis 59-Jährigen

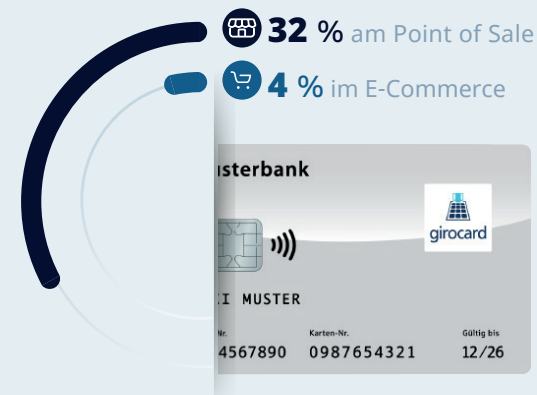
**53 %**

bezahlen vorzugsweise bargeldlos



**97 %**

besitzen eine Girocard





# STARKES DUO

## girocard und Apple Pay: Hand in Hand in den E-Commerce

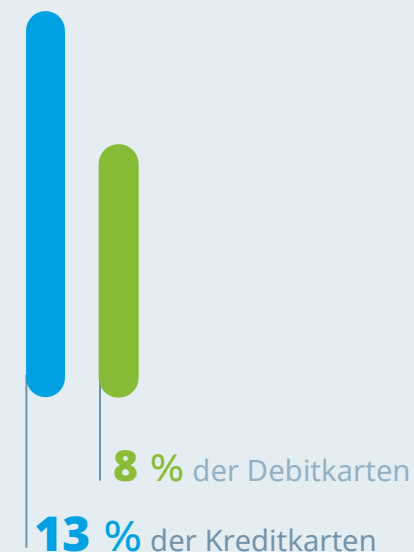
### Fit für den E-Commerce: die girocard im Apple Pay Wallet

Seit Dezember 2018 ist Apple Pay in Deutschland aktiv. Zunächst nur für Kreditkarten zugänglich, konnte mit diesem Wallet seither nicht nur kontaktlos am POS, sondern auch bei frühen Online-Händlern bezahlt werden. Die Akzeptanz des neuen Verfahrens auf Consumer-Seite entwickelte sich rasch, schon 2020 meldeten allein die Sparkassen 1,5 Millionen aktivierte Karten, wobei die Freischaltung der girocard durch die Sparkassen im August 2020 einen enormen Schub brachte. Branchenbeobachtern zufolge sollen sich allein in der ersten Woche danach bereits rund 500.000 Kundinnen und Kunden neu angemeldet haben.

Per Sommer 2022 spricht die EURO Kartensysteme, Gemeinschaftsunternehmen der Banken und Sparkassen für die Kommunikation von Kartenprodukten, von über 5 Millionen aktivierten girocards. Dazu passt die aktuelle Zahlungsstudie der Deutschen Bundesbank, laut welcher 8% der Bevölkerung eine Debitkarte in Apple Pay hinterlegt haben. Sogar 13% geben die Integration einer Kreditkarte an. Ein klares Votum für das Bezahlen mit dem Wallet.

### ZAHLVERHALTEN

Anteil der Zahlkarten, die bei Apple Pay hinterlegt sind



## Warum sind Wallets im E-Commerce so praktisch?

Je nach befragter Altersgruppe und der Sortimentsausprägung des Handels werden heute zwischen 30% und 80% aller E-Commerce-Transaktionen auf mobilen Geräten ausgeführt. Die Zahlung mit der Kreditkarte erfordert die Eingabe von 16-stelliger Kartennummer, Ablaufdatum, Karteninhaber und CVV-Code. Was auf dem Desktop-Rechner mit Tastatur noch recht einfach ist, wird auf dem kleinen Smartphone-Bildschirm zur Herausforderung. Selbst mit responsiven Websites sinkt die Konversionsrate im Checkout deutlich.

Wallets wie Apple Pay bewahren die heiklen Kartendaten hingegen sicher auf und lösen die durch die Zahlungsdienst-richtlinie PSD2 vorgeschriebene Starke Kundenauthentifizierung mit ihren biometrischen Sensoren. Sie übertragen alle nötigen Daten über ein Token hochsicher verschlüsselt an den Payment Service Provider.

Im Checkout der Händler-App oder -Website kann Apple Pay direkt aufgerufen werden. Mit der girocard allein gibt es für Websites noch keine Möglichkeit, eine direkte Zahlung auszulösen. Hier ist derzeit die Integration in Apple Pay die einzige Chance, die beliebte Karte zu nutzen. Als neutrales Wallet bietet Apple Pay außerdem die Möglichkeit, Kreditkarten wie Debitkarten parallel zu integrieren, auch über mehrere Banken hinweg.



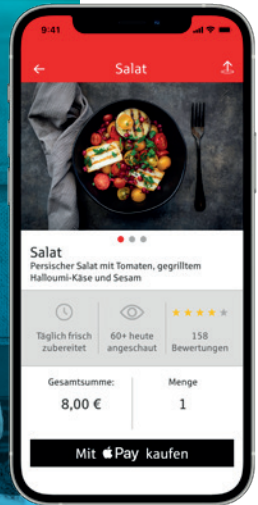




### Einfache Integration, attraktive Konditionen

Die Voraussetzungen für die Integration von Apple Pay in den Onlineshop sind schnell geklärt: erstmal muss sichergestellt sein, dass der Acquirer des Händlers Zahlungen über Apple Pay verarbeiten kann. Das ist bei den meisten inzwischen der Fall. Als nächstes muss mit dem PSP ein Netzbetreiber-Vertrag geschlossen werden, der die Abwicklung der girocard ermöglicht.

Auf technischer Seite gibt es zwei Varianten für die Anbindung. Der einfachste Weg ist die Integration in den Kreditkarten-Checkout. Dabei wird als Zahlungsverfahren Kreditkarte / Apple Pay / girocard angeboten, im Kreditkarten-Formular erscheint dann bei geeigneten Geräten der Apple Pay-Button, der die Kommunikation mit dem Smartphone oder Tablet startet. Bei dieser Lösung nutzt der Händler den Apple-Account des PSPs, dieser holt auch die Token für die Apple Pay-Transaktion ab und verarbeitet sie direkt.



Eine Alternative ist die direkte Integration durch den Händler. Dabei muss ein eigener Apple Developer Account beantragt werden. Die Token werden je Transaktion durch den Händler abgefragt und an den PSP übermittelt, der dann die Zahlung abwickelt.

**Der Vorteil dieser Variante: Apple Pay kann als separate Zahlart angezeigt werden, der Apple Pay-Button kann direkt in den Checkout oder sogar auf die Warenkorb-Ebene gelegt werden.**

## Negative Kundenerlebnisse vermeiden

Mit der Integration von Apple Pay sichern Händler sich einen Zugang zu einer stetig wachsenden, attraktiven Zielgruppe. Mit der Komplettierung durch die girocard wird sichergestellt, dass alle Kundinnen und Kunden ihr Wallet nutzen können.

Ohne girocard-Akzeptanz durch den Shop wird Apple Pay zwar angeboten, doch eine im Wallet befindliche girocard wird ausgegraut und steht für das Bezahlen nicht zur Verfügung. So entsteht ein negatives Kundenerlebnis, vor allem, wenn nur die girocard aktiviert und keine Kreditkarte als Alternative vorhanden ist. Ein solcher Zahlungsabbruch sollte im Sinne optimaler Konversion unbedingt vermieden werden.

Ein weiteres Argument für den Einsatz der girocard ist schließlich die Kostenseite: die attraktiven Konditionen der girocard, gerade im Vergleich mit vielen anderen E-Commerce-Zahlarten, entlasten den Handel bei den Kosten für die Zahlungsabwicklung. Ein Gewinn für alle Seiten.



Mehr erfahren auf  
[computop.com](https://www.computop.com) 



Nehmen Sie Kontakt auf:  
[sales@computop.com](mailto:sales@computop.com)





### **Über Computop**

Computop, als führender Payment Service Provider im deutschen E-Commerce, bietet seinen Kunden weltweit lokale und innovative Omnichannel-Lösungen für Zahlungsverkehr und Betrugsprävention. Die eigenentwickelte Zahlungsplattform Computop Paygate ermöglicht nahtlos integrierte Bezahlprozesse im E-Commerce, am POS und auf mobilen Geräten. Händler, Dienstleister und Industrieunternehmen können für alle Länder der Welt frei wählen, welche der 350 lokalen und internationalen Zahlarten zum Einsatz kommen sollen. Technologien wie biometrische Authentifizierung und selbstlernende Algorithmen verbessern Sicherheit und Komfort für Händler wie für Endverbraucher.

Der Global Player Computop, mit Hauptsitz in Deutschland und Standorten in China, England und USA, betreut seit 25 Jahren zahlreiche internationale Unternehmen aus den Branchen Dienstleistungen, Handel, Mobility, Gaming und Reise. Dazu gehören weltweit agierende Marken wie Amway, C&A, Fossil, die gesamte Otto Group, Sixt, Swarovski oder Wargaming. Insgesamt wickelt das zertifiziert klimaneutrale Unternehmen jährlich Transaktionen im Wert von 36 Milliarden US-Dollar in 127 Währungen ab.

## Sie haben Fragen? Kontaktieren Sie uns:

**DE | COMPUTOP PAYGATE GMBH  
BAMBERG (HQ)**

☎ +49 (0)951 98009-22

✉ sales@computop.com

**UK | COMPUTOP LTD.  
LONDON**

☎ +44 1437-808050

✉ uk@computop.com

**CHINA | COMPUTOP CHINA  
SHANGHAI**

☎ +86-21-64685053

✉ info@computop-china.cn

**USA | COMPUTOP INC.  
NEW YORK**

☎ +1-855-209-3399

✉ usa@computop.com

**computop.com**