

Wero wer?

Bezahldienste: Europas Alternative zu Paypal und Visa ist spät gestartet. Doch gerade steigen die Erfolgschancen.

Von Björn Hartmann

Berlin. Einfach und schnell Geld an die Enkelin schicken oder für ein Geschenk sammeln – bisher nutzen die Deutschen dafür vor allem Paypal. Seit gut zwei Jahren hat der US-Anbieter Konkurrenz von Wero, einem Angebot europäischer Banken. Es soll grenzübergreifend funktionieren, schneller und einfacher sein – und unabhängig von amerikanischer Technologie. Zum Start waren viele skeptisch, inzwischen zeichnet sich ab, dass es funktionieren könnte.

Wero ist eine digitale Möglichkeit, Geld unkompliziert hin- und herschicken. Sie nutzt die Echtzeitüberweisung im europäischen Sepa-System (Single European Payment Area, einheitlicher europäischer Zahlungsraum), erspart den Nutzern aber, sich Kontonummern zu merken. Name oder Telefonnummer reichen. Das Geld fließt von einem Girokonto direkt auf das andere. Paypal ist ein Vermittler und bucht das Geld ab, parkt es auf einem Zwischenkonto und überweist es dann weiter.

Wero hat inzwischen 58 Millionen Kunden in der EU

Der Name Wero setzt sich aus We (englisch für wir) und Euro zusammen. Der deutsche Tourist soll den Bouquinisten an der Seine in Paris genauso bezahlen können wie einen Kaffee in Amsterdam oder eine Straßenmusikerin in Köln. Inzwischen lässt sich auch bei Onlinehändlern mit Wero bezahlen, der Laden in der Fußgängerzone soll folgen. Das Angebot ist für Privatpersonen kostenlos, Händler zahlen eine Gebühr, die kleiner sein soll als die anderer Bezahlungsmöglichkeiten, etwa von Kreditkarten oder Paypal. Letzteres ist mit Abstand am teuersten.

Wero hat inzwischen 58 Millionen Kunden in der EU, davon neun Millionen in Deutschland. Ende des Jahres sollen es mehr als zehn Millionen sein. Mit dabei sind alle großen



Die Paypal-Alternative Wero bringt Echtzeit-Zahlungen direkt aufs Smartphone.

BILD: IMAGO/FRANK HOERMANN/SVEN SIMON

Institute in Deutschland, etwa Commerzbank, Deutsche Bank mit Postbank, Sparkassen über den Dachverband DSGV, Volks- und Raiffeisenbanken, ING. Insgesamt tragen 40 Banken und Zahlungsdienstleister die European Payment Initiative (EPI), die hinter Wero steht. Darunter sind auch BNP Paribas und Société Générale in Frankreich sowie ABN Amro in den Niederlanden.

Gestartet ist Wero Mitte 2024. Zunächst ließ sich nur Geld zwischen Privatpersonen hin- und herschicken. Nach und nach akzeptieren auch Onlinehändler den Zahlungsdienst. Zuletzt führte die Drogeriekette dm Wero in ihrem Internet-

shop ein. Auch beim Supermarkt Lidl oder dem Sporthändler Decathlon lässt sich online mit dem Dienst bezahlen. Ebenfalls dabei sind der Ticketverkäufer Eventim, die Elektronikette Expert sowie kleinere Anbieter. Insgesamt rund 400 Händler bieten Wero an, Tendenz steigend. Große Firmen wie Zalando und Amazon sind in Deutschland noch nicht dabei.

Im kommenden Jahr soll Wero erstmals auch an der Ladenkasse funktionieren. Dazu wird eine eigene Wallet starten, eine Art digitale Brieftasche im Mobiltelefon, in der sich zum Beispiel die Girocard (umgangssprachlich EC-Karte) hinterle-

gen lässt. Bisher ist das bereits in Wallets von Apple oder Google möglich, zwei US-Konzernen, auf die die Europäer gerade nicht setzen wollen. EPI will das Angebot noch ausbauen. So soll eine digitale Ausweiskarte, eine e-ID, eingebaut werden. Auch Kundenbindungsprogramme könnten eingebunden, besondere Kreditarten wie Buy-now-pay-later möglich werden. Käuferin oder Käufer bekommt die Ware sofort, zahlt dann aber erst später – in Raten oder komplett und mit einem Aufschlag. Zurzeit funktioniert Wero in Deutschland, Frankreich und Belgien. Die Niederlande stellen gerade das heimische System Ideal auf We-

ro um. Auch Luxemburg wird demnächst dabei sein.

Gerade haben sich auch österreichische Institute wie Erste Bank und Raiffeisen Landesbanken an EPI beteiligt und wollen Wero ausrollen. Bisher dominieren zwischen Innsbruck und Wien die US-Kreditkartenanbieter Mastercard und Visa. Österreich ist wichtig, weil das Land traditionell sehr gute Kontakte nach Ost- und Südosteuropa hat, Märkte, die Wero auch erschließen will. Auch mit Italien, Portugal und Spanien sowie den skandinavischen Ländern laufen Gespräche.

Anbieter ist in Deutschland immer noch nicht richtig bekannt

Bis Wero andere Zahlungsmöglichkeiten ablöst, etwa die von Mastercard und Visa oder die des deutschen Marktführers Girocard, dürfte es Jahre dauern, wenn es überhaupt so weit kommt. Allerdings sind gerade Händler deutlich weniger pessimistisch. Noch 2025 erwarteten 41,4 Prozent der Händler in Deutschland, dass Wero ein Nischenprodukt bleibt. In diesem Jahr waren es nur noch 32,5 Prozent, wie das Einzelhandelsinstitut EHI ermittelte. Gut ein Drittel findet, dass der Zahlungsdienst online und im Laden nennenswerte Marktanteile erzielen wird. Ein Jahr zuvor war es nur ein Siebtel.

Dabei ist Wero in Deutschland bisher immer noch nicht richtig bekannt. Nur 39 Prozent wissen, dass es sich um einen Zahlungsdienst handelt. 31 Prozent können mit dem Namen nichts anfangen. Mit Werbung hielt sich das Unternehmen bisher eher zurück, setzte nur gezielt Marketingbudget ein. Zuletzt war Wero als Bandenwerbung beim Supercup des FC Bayern gegen Borussia Dortmund zu sehen. Der Zahlungsdienst profitiert auch von der Debatte über den digitalen Euro – das neue digitale Bargeld der Eurozone. Es soll die Gemeinschaft ab 2029 ebenfalls unabhängiger von US-Zahlungsdienstleistern machen.