Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Wero im E-Commerce

Einordnung, Funktionsweise und Relevanz für Händler

stmwi.bayern.de

Im modernen Onlinehandel ist ein reibungsloser Bezahlvorgang eine der zentralen Voraussetzungen für einen funktionierenden Checkout. Neben klassischen Verfahren wie Rechnungskauf, Kreditkarte oder Lastschrift gewinnen dabei auch digitale Lösungen wie PayPal stetig an Bedeutung. So wird laut einer Konsumentenbefragung von ibi research aus dem Jahr 2025 PayPal in über 50 % aller Transaktionen beim Onlineeinkauf von Kunden genutzt.[1]

Mit Wero entsteht aktuell eine neue, europäische Zahlungsoption, die nach ihrem Start im privaten Bereich nun schrittweise für den E-Commerce ausgebaut wird. Getragen von der European Payment Initiative (EPI) – einem Zusammenschluss der größten europäischen Banken (darunter Sparkassen, Volksbanken und die Deutsche Bank) – soll Wero das Bezahlen in Europa vereinheitlichen und unabhängiger machen. Für Händler wird es damit zunehmend relevant, sich mit der möglichen Rolle von Wero im eigenen Onlineshop zu beschäftigen.

In diesem Infoblatt werden die wichtigsten Grundlagen und Entwicklungen rund um Wero vorgestellt, ihre konkreten Auswirkungen auf die Handelsbranche erläutert und praxisnahe Hinweise zum Handlungsbedarf gegeben.

Was ist Wero und wie funktioniert die Zahlung?

Wero ist ein kontobasiertes Zahlverfahren, bei dem Zahlungen direkt über das Bankkonto des Kunden ausgelöst werden. Die technische Grundlage bilden Echtzeitüberweisungen (SEPA Instant Credit Transfer), wodurch Geldbeträge sekundenschnell transferiert werden. Für den Kunden bedeutet das, dass keine Kartendaten eingegeben werden müssen und auch kein separates Guthaben bei einem Zahlungsdienstleister erforderlich ist.

Der Zahlungsablauf gestaltet sich dabei wie folgt:

- Wählt der Kunde im Onlineshop Wero als Zahlungsart aus, wird der Bezahlvorgang direkt aus dem Checkout heraus angestoßen.
- Der Kunde wird anschließend in seine vertraute Banking-App oder in die Wero-App weitergeleitet und gibt die Zahlung dort sicher frei.
- Nach der Bestätigung wird die Zahlung als Echtzeitüberweisung ausgeführt.
- Der Händler erhält nach wenigen Sekunden eine verbindliche Zahlungsbestätigung und kann die Bestellung sofort weiterbearbeiten.

Im Unterschied zum klassischen Rechnungskauf erfolgt die Zahlung nicht durch eine nachträgliche manuelle Überweisung, sondern direkt im Anschluss an den Bestellvorgang. Gleichzeitig unterscheidet sich Wero von Karten- oder Wallet-Zahlungen, da die Belastung unmittelbar vom Bankkonto des Kunden erfolgt.

[1] ibi-Partnerstudie (2025): Konsum in Zeiten von Krisen, Social Commerce und Nachhaltigkeit. Verfügbar unter: https://ibi.de/aktuelle-meldungen/veroeffentlichung-der-ibi-partnerstudie-2025.

Welche Vorteile bieten sich durch Wero?

Wero ist nicht als Ersatz bestehender Verfahren zu verstehen, sondern als wertvolle Ergänzung im Payment-Mix. Es bietet Kunden eine zusätzliche Bezahlmethode, die ohne die Preisgabe von Kartendaten oder die Eröffnung eines separaten Kontos bei Drittanbietern auskommt. Dabei ergeben sich folgende Vorteile:

- Sofortige Bestätigung und Finalität: Nach der Freigabe durch den Kunden erhält der Händler zeitnah eine Bestätigung, was frühzeitige Klarheit über den Zahlungsstatus schafft. Im Gegensatz zur Lastschrift, die innerhalb von acht Wochen ohne Angabe von Gründen zurückgegeben werden kann, ist die Wero-Zahlung grundsätzlich final.
- Liquiditätsplanung: Die schnelle Verarbeitung der Zahlung verbessert die Transparenz über Geldeingänge, was insbesondere für kleinere und mittlere Unternehmen bei der Liquiditätsplanung hilfreich sein kann.
- Kosteneffizienz: Da bei Wero keine Interbankenentgelte wie bei Kreditkartenzahlungen anfallen, wird dem System ein hohes Einsparpotenzial zugeschrieben. Nach Angaben der EPI liegen die Transaktionsgebühren nach einer kostenlosen Einführungsphase je nach Bank zwischen 0,55 und 0,77 Prozent des Kaufbetrags. Damit bewegen sich die Kosten unterhalb vieler Kartenverfahren sowie deutlich unterhalb der Gebühren von PayPal. Die Gebühren fallen dabei ausschließlich auf Händlerseite an; für Kunden ist die Nutzung von Wero kostenlos. Die tatsächlichen Gebühren hängen jedoch von der Preisgestaltung der jeweiligen Bank, des Acquirers beziehungsweise des eingesetzten Payment Service Providers ab.

Bei der Nutzung von PayPal in der Standardvariante müssen Händler mit prozentualen Gebühren zwischen 2,49 % und 2,99 % des Bruttoumsatzes rechnen. Zusätzlich fällt pro Transaktion eine fixe Gebühr an, die üblicherweise 0,39 € beträgt. Geht man von einer Gebühr von 0,55 % bis 0,77 % des Umsatzes bei Wero aus, entsteht ein deutlicher Kostenvorteil.

Wie relevant ist Wero für Kunden und Zielgruppen?

Ob sich Wero durchsetzt, hängt maßgeblich davon ab, ob es von den Kunden als ebenso einfach und verlässlich wie bereits etablierte Lösungen wahrgenommen wird. Verfahren, die direkt über das eigene Bankkonto genutzt werden, genießen oft einen Vertrauensvorschuss, da sie an bekannte Erfahrungen aus dem Onlinebanking anknüpfen.

Zudem spielen Aspekte wie der Datenschutz und der Wunsch nach europäischen Alternativen zu Anbietern außerhalb der EU eine wachsende Rolle. Wero ist daher besonders für Kunden interessant, die bewusst keine Kreditkarten oder separate Wallet-Konten nutzen möchten. Die tatsächliche Akzeptanz wird sich jedoch erst in der Praxis zeigen, wenn Kunden das Verfahren regelmäßig im Alltag antreffen.

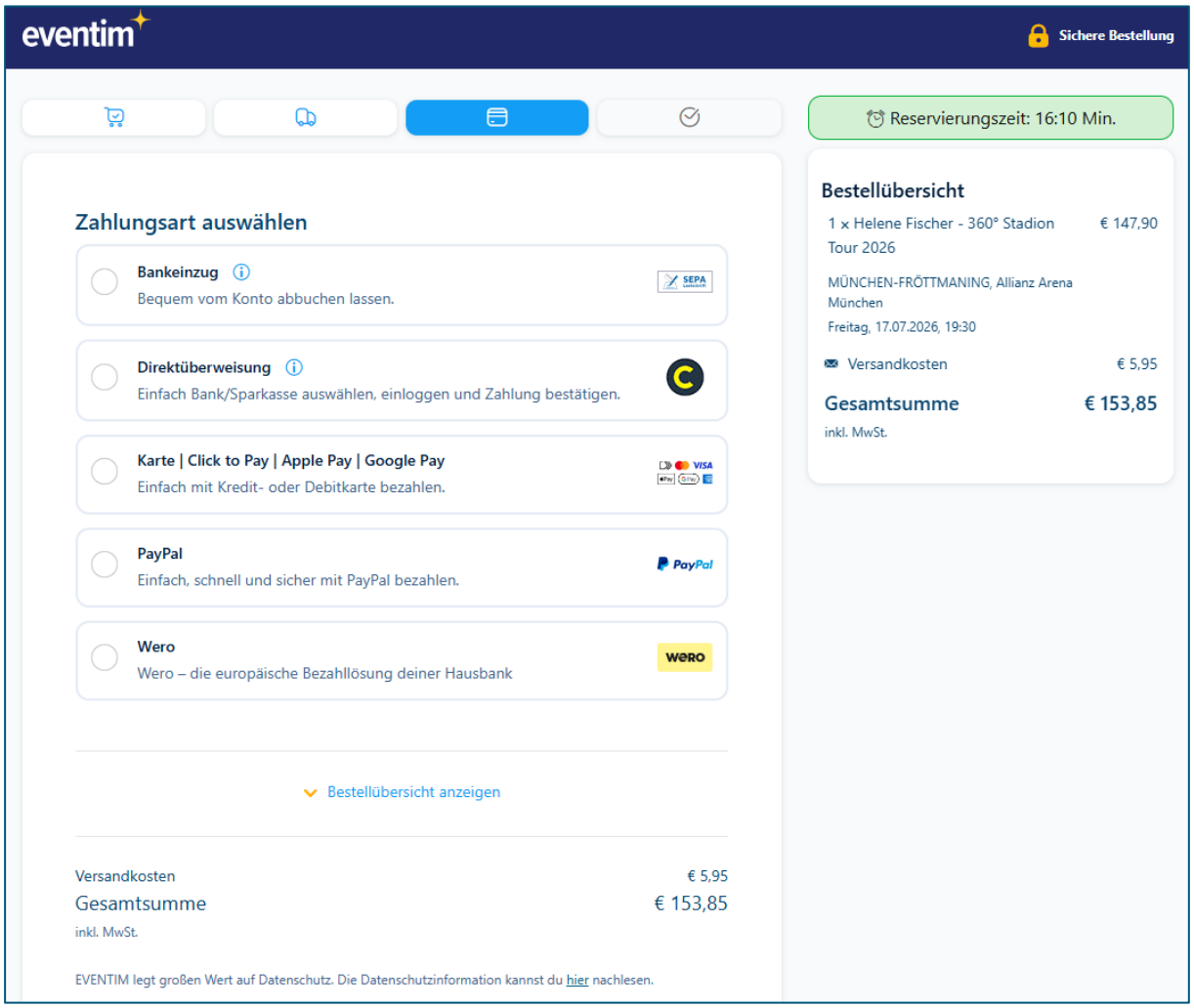

Abbildung 1: Auswahlmöglichkeit von Wero beim Ticketkauf über die Plattform Eventim im April 2026

Welche Schritte sind bei der Implementierung nötig?

Die Einbindung von Wero erfolgt in der Regel über bestehende Zahlungsdienstleister (Payment Service Provider, kurz: PSP). Für die Einführung ist normalerweise keine grundlegende Umstellung der Bezahlprozesse erforderlich, da Wero als ergänzende Option in den bestehenden Checkout integriert werden kann.

Dabei sollten Händler folgende Aspekte beachten:

- Technische Prüfung: Für die praktische Umsetzung in einem Onlineshop ist der Aufwand in der Regel überschaubar. Die meisten großen PSPs haben Wero bereits in ihre Schnittstellen integriert, sodass oft nur eine Aktivierung im Backend des jeweiligen Dienstleisters erforderlich ist. Bei individuell entwickelten Shopsystemen müssen die Schnittstellen des eingesetzten Zahlungsdienstleisters technisch angebunden werden.
- Anpassung interner Abläufe: Es müssen Prozesse für den Umgang mit Zahlungsbestätigungen, Rückfragen im Kundenservice sowie die Abwicklung von Rückerstattungen und Reklamationen definiert werden.

- Kundenkommunikation: Da Wero neu ist, ist es wichtig, den Kunden den Ablauf der Zahlungsfreigabe verständlich zu erklären und den Kundenservice auf Rückfragen vorzubereiten.
- Rechtliche Rahmenbedingungen: Zahlungsinformationen im Shop, die AGB sowie Datenschutzhinweise müssen gegebenenfalls um Wero ergänzt werden.

Aktueller Stand und Ausblick

Wero wird derzeit schrittweise eingeführt. Aktuell hängt die Nutzung noch davon ab, ob die Hausbank des Kunden das Verfahren bereits unterstützt. Daher erreicht Wero derzeit noch nicht die Reichweite etablierter Zahlungsarten. Für bayerische Einzelhändler empfiehlt es sich, die weitere Entwicklung frühzeitig zu beobachten und die Integration zu prüfen, sobald die entsprechende Unterstützung durch den eigenen Zahlungsdienstleister verfügbar ist.

Checkliste

Verfügbarkeit klären

- Unterstützt mein Payment Service Provider Wero bereits oder ist eine Anbindung geplant?

Kostenstruktur prüfen

- Welche Gebühren fallen an?
- Gibt es Mindestentgelte oder zusätzliche Setup-Kosten?
- Wie unterscheiden sich die Konditionen im Vergleich zu bestehenden Zahlungsarten?

Technische Integration vorbereiten

- Ist mein Shopsystem kompatibel?
- Wie wird Wero im Checkout eingebunden?

Interne Abläufe abstimmen

- Wie werden Zahlungsbestätigungen verarbeitet?
- Wie laufen Rückerstattungen und Reklamationen ab?

Rechtliche Hinweise prüfen

- Müssen Informationen im Shop, in den AGBs oder den Datenschutzhinweisen ergänzt werden?

Kundenkommunikation vorbereiten

- Ist für Kunden verständlich erklärt, wie die Zahlung mit Wero funktioniert?
- Ist der Kundenservice auf Rückfragen vorbereitet?

Relevanz für die eigene Zielgruppe einschätzen

- Nutzen meine Kunden bereits Zahlverfahren direkt über das Bankkonto?
- Ist eine tatsächliche Nachfrage im eigenen Shop zu erwarten?

Impressum

Herausgeber:

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg

Geschäftsführung:

Dr. Anja Peters und Dr. Georg Wittmann

Registergericht Amtsgericht Regensburg: Registernummer HR Regensburg B 5409

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt:

Verantwortliche im Sinne des Presserechts und des Medienstaatsvertrags:

Dr. Anja Peters und Dr. Georg Wittmann

Galgenbergstraße 25 | 93053 Regensburg

Kontakt:

www.erfolgreich-handeln.bayern | Tel.: +49 (0)941 788391-0 | E-Mail: erfolgreichhandeln@ibi.de

Titelbild:

Foto von Romain TALON - stock.adobe.com

Text und Gestaltung:

Holger Seidenschwarz | ibi research

Über die Kampagne

Die Kampagne „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, bietet bayerischen Händlern praxisnahe und kostenfreie Informationsveranstaltungen, um sie bei der Bewältigung aktueller Herausforderungen zu unterstützen und somit deren Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig und zukunftsorientiert zu sichern.

Das vielfältige Veranstaltungsangebot in Form von Webinaren und Präsenzworkshops reicht von Themen wie digitale Sichtbarkeit, E-Commerce und Social Media bis hin zu IT-Security, Fachkräftesicherung und den Einsatzmöglichkeiten von KI. Um bestmöglich auf akute Bedarfe der bayerischen Händler eingehen zu können, können jederzeit eigene Themenwünsche angebracht werden.

Stand: Juli 2026