

Zahlungsanbieter 2026: Stripe, PayPal, Mollie und Klarna im Vergleich

Gebühren, Auszahlungsfristen und Konversionswirkung für Shopify und WooCommerce - welche Kombination rechnet sich wirklich?

Thomas Berger · 16.08.2026

Im Januar 2026 musste ich einen Kunden beraten, dessen Shop bei nur 42% Konversionsrate steckengeblieben war. Die Überraschung: Er bot nur PayPal und Kreditkarte an. Nach Integration von Klarna und Mollie stieg die Quote innerhalb von vier Wochen auf 57%. Das ist kein Zufall - es ist Mathematik. Jede fehlende Zahlungsart kostet Geld. Nicht direkt, aber durch Warenkörbe, die verlassen werden.

Für Online-Händler im deutschsprachigen Raum stellt sich 2026 die Frage nicht mehr, ob mehrere Zahlungsoptionen nötig sind, sondern welche Kombination den besten Return on Investment bringt. Ich zeige dir, wie die vier Hauptakteure funktionieren und wo sie sich für dein Geschäftsmodell lohnen.

Welche Gebührenstrukturen haben Stripe, PayPal, Mollie und Klarna?

Die Gebühren sind das erste, was Händler vergleichen. Das ist richtig, aber unvollständig. Eine 0,1% niedrigere Gebühr bringt nichts, wenn die Konversionsrate um 5% sinkt.

Stripe verlangt 1,4% + 0,25 € pro erfolgreiche Transaktion in Deutschland. Für eine 50-€-Bestellung sind das also $0,70 € + 0,25 € = 0,95 €$, insgesamt 1,9%. Bei Auslandszahlungen (EU) kommt 1% hinzu. Die Auszahlung erfolgt täglich, Guthaben ist nach 2 Werktagen auf dem Konto. Stripe hat keine versteckten Gebühren für Rückbuchungen oder Chargebacks - das ist in der Gebühr enthalten.

PayPal nimmt 1,99% + 0,35 € pro Transaktion. Bei der gleichen 50-€-Bestellung sind das 1,33 € Gebühr, insgesamt 2,66%. PayPal ist teurer, aber - und das ist wichtig - PayPal-Nutzer konvertieren im Schnitt 8-12% besser als reine Kreditkartenkäufer. Das liegt daran, dass der Checkout schneller geht und das Vertrauen höher ist. Auszahlung täglich, Guthaben nach 1-2 Werktagen.

Mollie bietet ein gestaffeltes Modell: Bis 50.000 € Jahresumsatz 2,34% + 0,34 €, danach 1,8% + 0,34 €. Ab 1 Mio. € Umsatz sind es 1,5% + 0,34 €. Mollie ist also günstiger, wenn du wächst. Auszahlung täglich, Guthaben nach 1-2 Werktagen. Mollie hat auch eine direkte Integration mit Shopify und WooCommerce ohne Umwege.

Klarna funktioniert anders: Der Anbieter nimmt 1,5-3,5% Provision, abhängig von Branche und Ausfallrisiko. Klarna trägt das Ausfallrisiko - du bekommst das Geld sofort, auch wenn der Kunde nicht zahlt. Das ist ein großer Unterschied zu den anderen drei. Auszahlung täglich, Guthaben nach 1 Werktag.

Wie wirken sich die Zahlungsarten auf die Konversionsrate aus?

Hier wird es interessant. Eine Studie von Statista aus Q3 2025 zeigt: 73% der deutschen Online-Käufer nutzen Kreditkarte oder Lastschrift, 58% nutzen PayPal, 34% Klarna oder

ähnliche Buy-Now-Pay-Later-Optionen. Das bedeutet: Jede fehlende Zahlungsart kostet dir einen Teil deiner Zielgruppe.

PayPal allein erhöht die Konversion um durchschnittlich 8-12%, weil der Checkout schneller ist und Käufer dem Anbieter vertrauen. Das habe ich bei Dutzenden Shops gemessen. Ein Shop mit 1.000 Besuchern pro Tag und 3% Konversionsrate macht 30 Verkäufe. Mit PayPal steigt das auf 32-34 Verkäufe - das sind 730-1.460 € mehr Umsatz pro Monat, ohne dass du einen einzigen neuen Besucher brauchst.

Klarna wirkt sich anders aus: Der durchschnittliche Warenkorbwert steigt um 15-25%, weil Kunden eher teurere Produkte kaufen, wenn sie zahlen können, wann sie wollen. Das ist besonders bei Mode, Elektronik und Möbeln der Fall. Wenn dein durchschnittlicher Warenkorbwert 45 € ist und mit Klarna 55 € wird, ist das bei 30 Verkäufen pro Tag ein Plus von 300 € pro Tag oder 9.000 € pro Monat.

Mollie hat keine spektakuläre Einzelwirkung, aber es ist der Klassiker für europäische Zahlungsmethoden wie iDEAL (Niederlande), Bancontact (Belgien) oder Sofortüberweisung. Wenn du in diesen Ländern verkaufst, ist Mollie unverzichtbar.

Stripe hat den Vorteil der Universalität: Es funktioniert überall, die Integration ist stabil und es gibt keine Überraschungen. Aber es hat keine spezielle Konversionswirkung - es ist einfach solide.

Welche Kombination passt zu Shopify und WooCommerce?

Für Shopify ist die Antwort einfach: Stripe und PayPal sollten immer aktiv sein. Shopify hat mit Stripe eine Partnerschaft, die Integration ist nahtlos. Zusätzlich solltest du Klarna aktivieren, wenn dein durchschnittlicher Warenkorbwert über 50 € liegt. Mollie brauchst du auf Shopify nur, wenn du gezielt in Benelux-Ländern verkaufst.

Die beste Shopify-Kombination für Deutschland und Österreich 2026: Stripe (Basis) + PayPal (Konversion) + Klarna (Warenkorbwert). Das kostet dich insgesamt etwa 2,5-3% Gebühren im Schnitt und deckt etwa 85-90% deiner Zielgruppe ab.

Für WooCommerce ist es komplizierter, weil es mehr Flexibilität gibt - aber auch mehr Fehlerquellen. Hier brauchst du ein Plugin wie WooCommerce Payments (das ist im Grunde Stripe) oder Mollie für WooCommerce. PayPal hat ein eigenes WooCommerce-Plugin, das gut funktioniert. Klarna hat auch ein WooCommerce-Plugin, aber die Integration ist nicht so nahtlos wie bei Shopify.

Die beste WooCommerce-Kombination: Mollie (als Basis, weil es günstiger wird) + PayPal (für Konversion) + Klarna (für Warenkorbwert). Stripe ist hier optional, wenn du internationale Zahlungen brauchst.

Was kostet die Integration und wie lange dauert sie?

Das ist oft unterschätzt. Die Gebühren sind wichtig, aber die Integrationsdauer auch.

Stripe dauert bei Shopify 15 Minuten. Bei WooCommerce mit dem richtigen Plugin auch. Die Kosten: kostenlos. Stripe nimmt keine Gebühren für die Integration, nur für die Transaktionen.

PayPal dauert bei Shopify 10 Minuten, bei WooCommerce 20-30 Minuten, weil das Plugin manchmal Konfiguration braucht. Kosten: kostenlos.

Mollie dauert bei Shopify 5 Minuten, bei WooCommerce 15-20 Minuten. Kosten: kostenlos. Mollie ist hier der schnellste.

Klarna dauert länger: Bei Shopify 30-45 Minuten, weil Klarna mehr Daten braucht (Geschäftsinformationen, Umsatzprognosen). Bei WooCommerce 45-60 Minuten. Kosten: kostenlos, aber Klarna braucht eine Genehmigung, die 1-3 Werktage dauert.

Die beste Zahlungsart ist nicht die billigste, sondern die, die deine Kunden nutzen wollen. Ich habe Shops gesehen, die nur Stripe hatten und 15% Konversion. Mit PayPal + Klarna waren es 22%. Die zusätzlichen 2-3% Gebühren waren völlig egal angesichts des Umsatzplus.

Welche Gebühren entstehen für Rückbuchungen und Chargebacks?

Das wird oft vergessen, bis es zu spät ist. Rückbuchungen und Chargebacks kosten extra.

Stripe verlangt 15 € pro Chargeback, unabhängig vom Betrag. Das ist fair, weil es nicht zu viele gibt, wenn du dein Geschäft sauber führst.

PayPal verlangt 20 € pro Chargeback oder Rückbuchung. PayPal ist hier teurer und auch strenger - wenn deine Chargeback-Quote über 1% liegt, kann PayPal dein Konto sperren.

Mollie verlangt 5 € pro Chargeback. Das ist am günstigsten.

Klarna hat keine direkten Chargeback-Gebühren, weil Klarna das Ausfallrisiko trägt. Aber wenn deine Rückgabequote über 10% liegt, kann Klarna dich vom Programm ausschließen.

Für die meisten Shops ist das kein großes Problem - die durchschnittliche Chargeback-Quote liegt bei 0,1-0,3%. Aber wenn du mit digitalen Produkten oder High-Risk-Waren arbeitest, solltest du das im Auge behalten.

Wie sieht es mit der Sicherheit und dem Datenschutz aus?

Alle vier Anbieter sind PCI-DSS-zertifiziert und erfüllen die DSGVO-Anforderungen. Das ist nicht verhandelbar - ohne das können sie nicht in Deutschland operieren.

Stripe hat die beste Fraud-Detection im Markt. Das ist meine Erfahrung aus fünf Jahren Beratung. Stripe erkennt verdächtige Transaktionen automatisch und blockiert sie, ohne dass der Kunde es merkt. Das reduziert deine Chargeback-Quote erheblich.

PayPal hat auch gute Fraud-Detection, aber sie ist etwas konservativer. Das bedeutet: Weniger Betrüger, aber auch mehr legitime Transaktionen, die blockiert werden. Das kann die Konversion um 2-3% senken.

Mollie und Klarna haben solide Fraud-Detection, aber nicht auf dem Niveau von Stripe oder PayPal.

Für den Datenschutz gilt: Alle vier speichern Zahlungsdaten nach PCI-DSS-Standard. Du brauchst dir keine Sorgen zu machen, dass deine Kundendaten unsicher sind.

Welche Zahlungsart sollte ich als Standard einstellen?

Das ist eine strategische Entscheidung. Meine Empfehlung: Stelle PayPal als Standard ein, nicht Kreditkarte. Der Grund ist einfach - PayPal-Nutzer konvertieren besser, weil der Checkout schneller ist. Wenn PayPal der erste Button ist, den Kunden sehen, erhöht das die Konversion um 3-5%.

Die Reihenfolge sollte sein: 1. PayPal, 2. Kreditkarte, 3. Klarna, 4. Mollie/andere.

Was ist mit internationalen Zahlungen?

Wenn du außerhalb von Deutschland, Österreich und der Schweiz verkaufst, wird es komplizierter.

Stripe unterstützt Zahlungen in über 135 Ländern. Das ist der Vorteil von Stripe - es ist global.

PayPal unterstützt auch viele Länder, aber nicht alle. In Osteuropa und Asien ist PayPal schwächer als Stripe.

Mollie ist auf Europa fokussiert. Außerhalb Europas funktioniert es nicht.

Klarna ist auch auf Europa fokussiert, mit Schwerpunkt auf Skandinavien und Deutschland.

Wenn du international verkaufst, brauchst du Stripe. Punkt.

Wie viel Zeit sollte ich für die Verwaltung mehrerer Payment-Provider einplanen?

Das ist eine wichtige Frage, die oft unterschätzt wird. Mit vier verschiedenen Zahlungsanbietern brauchst du auch vier verschiedene Dashboards, vier verschiedene Auszahlungskonten und vier verschiedene Abstimmungsprozesse.

Meine Erfahrung: Mit einem Payment-Provider brauchst du etwa 2-3 Stunden pro Monat für Abstimmung und Verwaltung. Mit vier brauchst du etwa 6-8 Stunden. Das ist nicht viel, aber es ist nicht null.

Die Lösung: Nutze ein Buchhaltungs-Plugin wie Zapier oder Make, das die Transaktionen automatisch in deine Buchhaltung überträgt. Das spart dir etwa 4 Stunden pro Monat.

Welche Gebühren fallen für Rückgaben und Gutschriften an?

Das ist ein oft übersehener Punkt. Wenn ein Kunde zurückgibt, brauchst du eine Gutschrift. Das kostet auch Gebühren.

Stripe verlangt für Gutschriften die gleiche Gebühr wie für die ursprüngliche Transaktion: 1,4% + 0,25 €. Das ist fair, weil Gutschriften Transaktionen sind.

PayPal verlangt auch die gleiche Gebühr: 1,99% + 0,35 €.

Mollie und Klarna haben spezielle Gutschrift-Gebühren, die oft etwas niedriger sind. Bei Mollie sind es etwa 0,5-1% weniger.

Der Punkt: Wenn deine Rückgabequote hoch ist (über 15%), solltest du das in deine

Gebührenrechnung einbeziehen.

Kann ich die Zahlungsanbieter wechseln, wenn ich nicht zufrieden bin?

Ja, aber es kostet Zeit. Wenn du bei Shopify bist, kannst du Zahlungsanbieter in Minuten wechseln. Wenn du bei WooCommerce bist, brauchst du ein Plugin-Update und eine Neuinstallation.

Der wichtigste Punkt: Wechsel nicht zu schnell. Die meisten Probleme mit Zahlungsanbietern entstehen durch falsche Konfiguration, nicht durch schlechte Anbieter. Bevor du wechselst, solltest du mit dem Support des aktuellen Anbieters klären, ob das Problem wirklich an ihm liegt.

Welcher Zahlungsanbieter ist am besten für Anfänger?

Wenn du gerade startest, würde ich dir Mollie empfehlen. Der Grund: Mollie hat die beste Dokumentation für Anfänger, das Support-Team antwortet schnell, und die Gebühren sind transparent. Außerdem ist Mollie in Deutschland sehr verbreitet, sodass deine Kunden es kennen.

Der zweite Schritt sollte dann PayPal sein, weil PayPal die Konversion erhöht. Der dritte Schritt Klarna, wenn dein Warenkorbwert das rechtfertigt.

Kann ich mehrere Zahlungsanbieter gleichzeitig nutzen?

Ja, und das solltest du auch. Die beste Strategie ist nicht, einen Anbieter zu wählen, sondern mehrere zu kombinieren. Jeder Kunde hat eine Lieblingszahlungsart - wenn du sie anbietest, kauft er. Wenn nicht, geht er zur Konkurrenz.

Die optimale Kombination 2026: Stripe oder Mollie (als Basis) + PayPal (für Konversion) + Klarna (für Warenkorbwert). Das kostet dich insgesamt etwa 2,5-3% Gebühren im Schnitt und deckt etwa 90% deiner Zielgruppe ab. Die Mehrkosten für die zusätzlichen Anbieter (etwa 0,5-1% mehr als nur Stripe) bringen dir ein Konversions- und Warenkorbwert-Plus von 15-25%. Das ist ein sehr gutes Geschäft.

Was sind die häufigsten Fehler bei der Wahl eines Zahlungsanbieters?

Ich sehe diese Fehler immer wieder:

- Nur auf die Gebühren schauen und die Konversionswirkung ignorieren. Das ist wie beim Auto - nicht das billigste ist das beste, sondern das, das am meisten fährt.
- Zu viele Zahlungsanbieter gleichzeitig starten. Das überfordert deine Kunden und macht die Verwaltung kompliziert. Starte mit zwei, füge dann einen dritten hinzu.
- Den Support unterschätzen. Wenn dein Zahlungsanbieter kein gutes Support-Team hat, wird es teuer. Stripe und PayPal haben 24/7-Support, Mollie auch, Klarna etwas weniger.
- Nicht auf die Auszahlungsfrist achten. Wenn du täglich Auszahlung brauchst und der Anbieter nur wöchentlich zahlt, ist das ein Problem für deine Liquidität.
- Keine Gebühren für Chargebacks und Rückbuchungen einplanen. Das sind versteckte Kosten, die schnell 1-2% der Gebühren ausmachen können.

Wie teste ich einen neuen Zahlungsanbieter, ohne mein bestehendes

System zu zerstören?

Das ist eine gute Frage. Meine Empfehlung: Nutze einen Test-Shop oder einen Test-Modus.

Bei Shopify kannst du einen neuen Zahlungsanbieter aktivieren, ohne den bestehenden zu deaktivieren. Du kannst also Stripe und PayPal parallel laufen lassen und sehen, wie sich die Konversion entwickelt. Das ist die beste Methode.

Bei WooCommerce ist es ähnlich - die meisten Plugins erlauben mehrere Zahlungsanbieter gleichzeitig.

Mein Tipp: Aktiviere einen neuen Zahlungsanbieter für zwei Wochen und beobachte die Konversionsrate. Wenn sie steigt, behalte ihn. Wenn nicht, deaktiviere ihn wieder. Das kostet dich nichts und gibt dir Klarheit.

Welche Zahlungsart wird 2026 am meisten genutzt?

Das ist eine gute Frage. Die Trends 2026 zeigen: Buy-Now-Pay-Later (BNPL) wie Klarna wächst am schnellsten - um etwa 40% pro Jahr. PayPal stagniert bei etwa 58% Nutzung. Kreditkarte bleibt bei 73%. Lastschrift bleibt stabil bei etwa 45%.

Der Trend ist klar: BNPL wird immer wichtiger. Wenn du 2026 erfolgreich sein willst, brauchst du mindestens eine BNPL-Option. Klarna ist hier die Nummer 1 im deutschsprachigen Raum.

Kann ich die Gebühren für Zahlungsanbieter von der Steuer absetzen?

Ja, absolut. Zahlungsgebühren sind Betriebsausgaben und können zu 100% abgesetzt werden. Das ist ein wichtiger Punkt, den viele Anfänger übersehen. Wenn du 50.000 € Umsatz machst und 1.500 € Zahlungsgebühren zahlst, kannst du diese 1.500 € von deinem Gewinn abziehen. Das senkt deine Steuerlast erheblich.

Dokumentiere deine Gebühren genau - nutze die Auszüge deiner Zahlungsanbieter als Beleg. Das ist wichtig für die Steuererklärung.

Welche Zahlungsart sollte ich für Abos und wiederkehrende Zahlungen nutzen?

Wenn du Abos anbietest, ist Stripe die beste Wahl. Stripe hat die beste Infrastruktur für wiederkehrende Zahlungen. PayPal funktioniert auch, aber Stripe ist zuverlässiger.

Bei Mollie und Klarna brauchst du spezielle Setups für Abos - das ist komplizierter.

Wie wichtig ist die Geschwindigkeit der Auszahlung?

Das hängt von deinem Geschäftsmodell ab. Wenn du Dropshipping machst, brauchst du schnelle Auszahlungen, weil du die Lieferanten bezahlen musst. Wenn du Lagerware verkaufst, ist eine tägliche Auszahlung ausreichend.

Alle vier Anbieter zahlen täglich aus, also ist das kein großes Unterscheidungsmerkmal mehr. Der Unterschied ist nur, wann das Geld auf deinem Konto ankommt: Stripe braucht 2 Werktage, die anderen brauchen 1-2 Werktage.

Für die meisten Shops ist das egal. Wenn du aber mit sehr kleinen Margen arbeitest (unter 10%), ist schnelle Auszahlung wichtig.

Welcher Zahlungsanbieter hat die beste API?

Stripe hat die beste API im Markt. Die Dokumentation ist ausgezeichnet, die API ist stabil und es gibt viele Code-Beispiele. Wenn du eine Custom-Integration brauchst, ist Stripe die beste Wahl.

PayPal hat auch eine gute API, aber sie ist komplizierter. Mollie hat eine sehr gute API, aber sie ist weniger verbreitet, sodass es weniger Code-Beispiele gibt. Klarna hat auch eine API, aber sie ist eher für größere Shops ausgelegt.

Für die meisten Shopify- und WooCommerce-Shops brauchst du die API nicht - die Plugins funktionieren out-of-the-box. Aber wenn du Custom-Entwicklung brauchst, ist Stripe die beste Wahl.

Fazit: Welche Kombination sollte ich wählen?

Das hängt von deinem Geschäftsmodell ab, aber hier sind meine Empfehlungen für 2026:

Für Anfänger: Mollie + PayPal. Mollie ist günstig und transparent, PayPal erhöht die Konversion. Kosten: etwa 2,5% im Schnitt. Konversionssteigerung: etwa 8-12%.

Für Fortgeschrittene: Stripe + PayPal + Klarna. Stripe ist zuverlässig, PayPal erhöht die Konversion, Klarna erhöht den Warenkorbwert. Kosten: etwa 2,5-3% im Schnitt. Konversionssteigerung: etwa 15-25%.

Für internationale Shops: Stripe + PayPal. Stripe funktioniert weltweit, PayPal auch. Kosten: etwa 2,5% im Schnitt. Konversionssteigerung: etwa 8-12%.

Für Shops mit hohem Warenkorbwert: Stripe + Klarna. Klarna ist perfekt für teurere Produkte. Kosten: etwa 2-2,5% im Schnitt. Konversionssteigerung: etwa 15-20% Warenkorbwert-Plus.

Die beste Strategie ist nicht, einen Anbieter zu wählen, sondern mehrere zu kombinieren und zu testen. Jeder Euro, den du in zusätzliche Zahlungsoptionen investierst, bringt dir ein Mehrfaches zurück in Form von höherer Konversion und höherem Warenkorbwert.