



Das Bezahlen von morgen verbraucherfreundlich gestalten

Digitaler Zahlungsverkehr der Zukunft

Kai Pawelka, Nils Deichner, Holger Seidenschwarz
ibi research an der Universität Regensburg | 4. Mai 2022

1

Kurze Vorstellung

2

Ausgangslage und Zielsetzung

3

Betrachtung aus der Perspektive des Marktes

4

Die Perspektive der Verbraucher:innen

5

Die Politikperspektive – Thesen

6

Ihre Fragen



- 1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
- Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
- Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
- Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
- Circa 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden

ibi research
an der Universität Regensburg GmbH
www.ibi.de



Holger Seidenschwarz

holger.seidenschwarz@ibi.de

0941 943-1915

www.linkedin.com/in/holger-seidenschwarz



Kai Pawelka

kai.pawelka@ibi.de

0941 943-1875

www.linkedin.com/in/kaipawelka



Nils Deichner

nils.deichner@ibi.de

0941 943-1920

www.linkedin.com/in/nils-deichner-90a94a17b



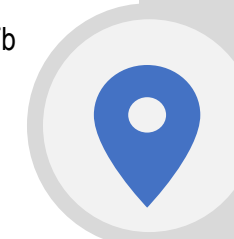
ibi research an der
Universität Regensburg
GmbH



0941 943-1901



www.ibi.de



Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

- Der Zahlungsverkehr dient der Übertragung von Zahlungsmitteln zwischen Wirtschaftssubjekten und ist damit eine entscheidende Komponente für eine funktionierende Volkswirtschaft.
- Der Zahlungsverkehr zeigt seit der Jahrtausendwende einen Schub von Innovationen, u. a. auch aufgrund eines verstärkten Aufkommens von elektronischem Handel, der zusätzliche Anforderungen an Zahlungsverfahren stellt.
- Neben physischen Geldeinheiten gibt es sowohl stationär als auch am elektronischen PoS ein erhöhtes Aufkommen von digitalen Zahlungsmöglichkeiten.
- Verbraucher:innen werden beständig mit neuen Akteuren, Geschäftsmodellen sowie gesetzlichen Regelungen konfrontiert (z. B. SEPA, starke Kundenauthentifizierung).

Forschungsfrage

Wie müsste eine (digitaler) Zahlungsverkehr der Zukunft aussehen, der sich an den Interessen und Bedürfnissen der Verbraucher:innen orientiert und dabei durch die Akteure des Zahlungsverkehrsmarktes auch umsetzbar ist?

Mittelbares Ziel

Mithilfe des Gutachtens sollen politische Entscheidungsträger:innen dazu befähigt werden, fundierte Entscheidungen im Sinne des Schutzes und Nutzens von Verbraucher:innen in Bezug auf den Zahlungsverkehr treffen zu können.

Marktperspektive

- Bedeutung, Struktur und Akteure des (deutschen) Zahlungsverkehrsmarktes
- Arten und Anbieter von Zahlungsverfahren auf dem deutschen Markt
- (Zukünftige) Geschäftsmodelle und Entwicklungen im Zahlungsverkehr
- Wichtige allgemeine bestehende gesetzliche Vorgaben und zukünftige Strategien

Verbraucherperspektive

- Entwicklung eines Bewertungsrahmens, der die Bedürfnisse, Interessen sowie konkreten Problemstellungen von Verbraucher:innen im Zahlungsverkehr abbilden soll
- Unterstützung durch eine Primärerhebung unter mehr als 2.000 Verbraucher:innen

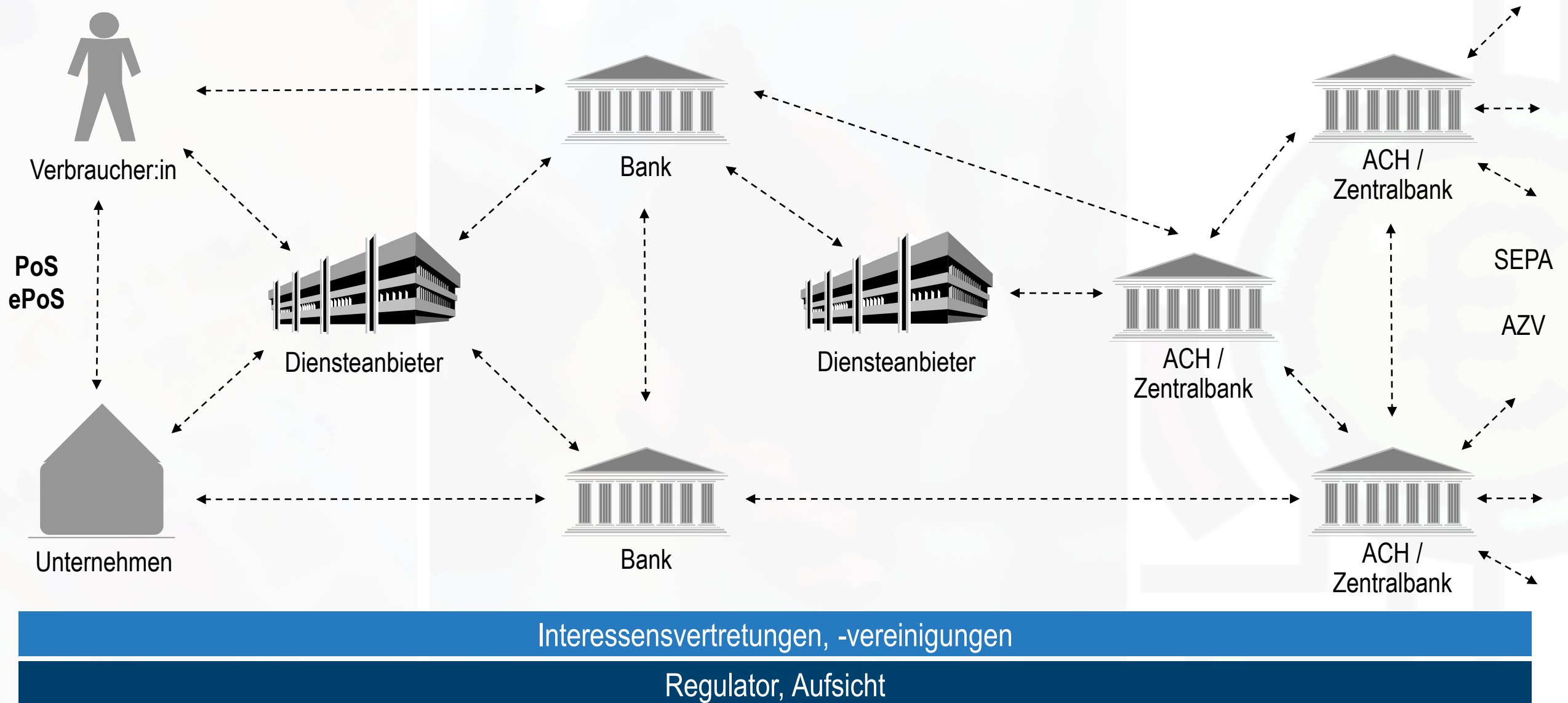
Politikperspektive

- Anwendung des Bewertungsrahmens auf die wesentlichen (zukünftigen) Entwicklungen
- Skizzierung relevanter und konstruktiver Handlungsempfehlungen



DIE MARKTPERSPEKTIVE

Eine fortwährend steigende Anzahl an Marktakteuren nimmt Einfluss auf den Zahlungsverkehrsmarkt



Vielfältige Marktentwicklungen prägen den (zukünftigen) Zahlungsverkehr

Marktentwicklung – (Etablierte) Zahlverfahren

- SEPA: Echtzeitüberweisungen (Instant Payments), Request-To-Pay
- Stationäres Bezahlen, Bezahlen im E-Commerce, Wallets

Marktentwicklung – X-Pay & paneuropäische Zahlverfahren

- Giropay bzw. X-Pay in Deutschland (#DK) und die Zukunft der girocard
- Paneuropäische Zahlverfahren in Europa (u. a. die European Payments Initiative – EPI)

Marktentwicklung – Digitale Währungsformen

- Währungsformen wie Bitcoin und privatwirtschaftlich initiierte Stablecoins
- Der digitale Euro

Gesetzliche Vorgaben und zukünftige Strategien

- EMD2, PAD, MIF, PSD2 ...
- EU-Strategie für den Massenzahlungsverkehr

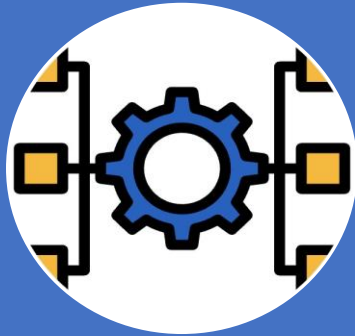




Die Perspektive der Verbraucher:innen

Verbraucher:innen stellen eine heterogene Gruppe dar – das Verbraucherbild muss sich daran orientieren.

Verbrauchergruppe	Eigenschaften
Vertrauende Verbraucher:innen	<ul style="list-style-type: none">• Fehlenden Zeit/Kapazität, sich vor jeder Konsumententscheidung ausführlich zu informieren• Vertrauen den jeweiligen Anbietern
Verletzliche Verbraucher:innen	<ul style="list-style-type: none">• Häufig einkommensschwache oder bildungsferne Gruppen• Haben nicht die Möglichkeit, sich ausreichend zu informieren• Treffen oft für sie nachteilige Konsumententscheidungen
Verantwortungsvolle Verbraucher:innen	<ul style="list-style-type: none">• Informieren sich vor Konsumententscheidung ausführlich• Bewerten mögliche Auswirkungen der Entscheidung auf ihren Nutzen, Umwelt und/oder Klima



Infrastruktur und Wettbewerb

- Anbieter
- Akzeptanzstellen
- Technische Anbindung



Funktion

- Leistungsversprechen
- Usability
- Kosten
- Sicherheit und Risiko

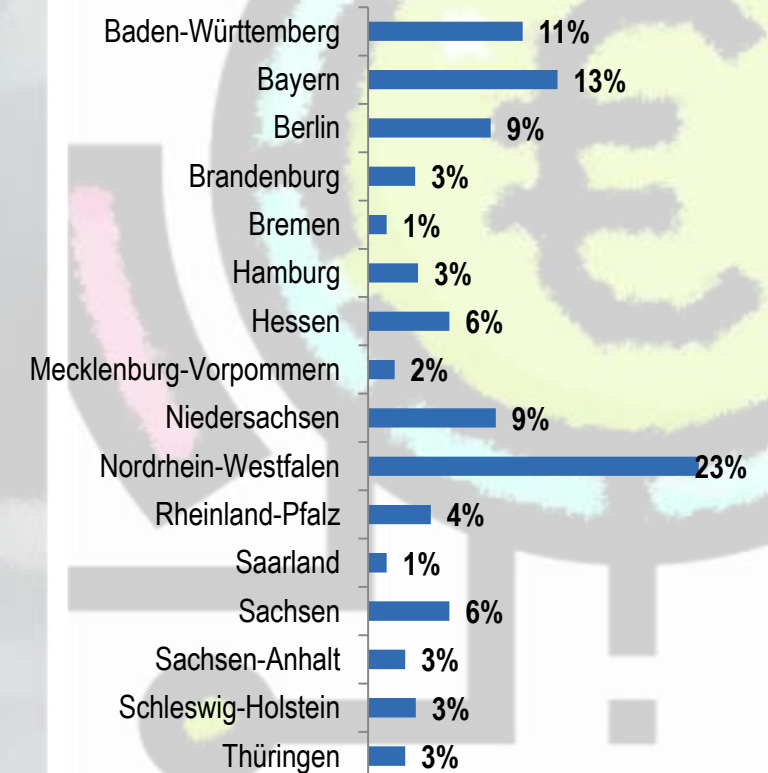
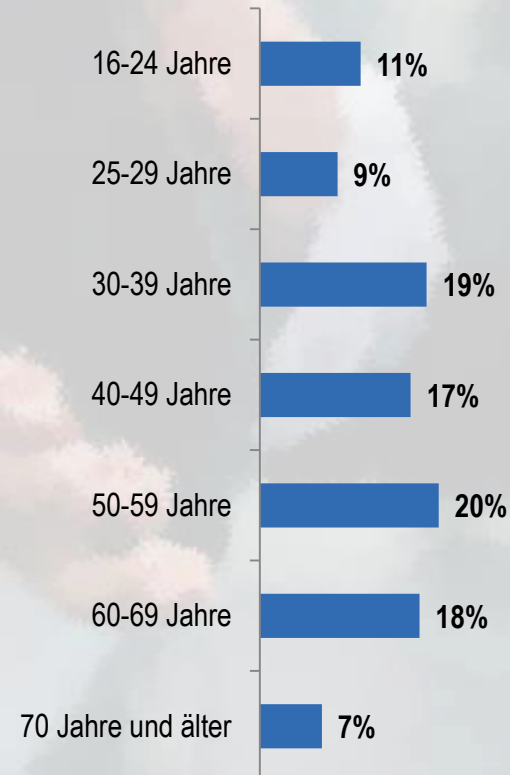
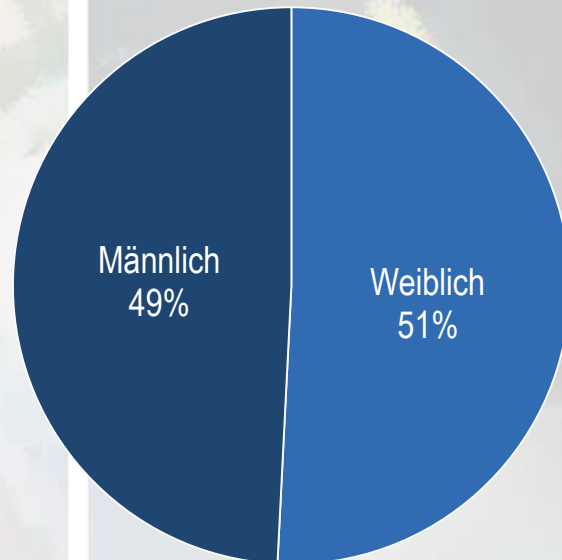


Systemischer und rechtlicher Rahmen

- Garantie und Geldwertstabilität
- Datenschutz
- Regulierung und Aufsicht
- Haftung

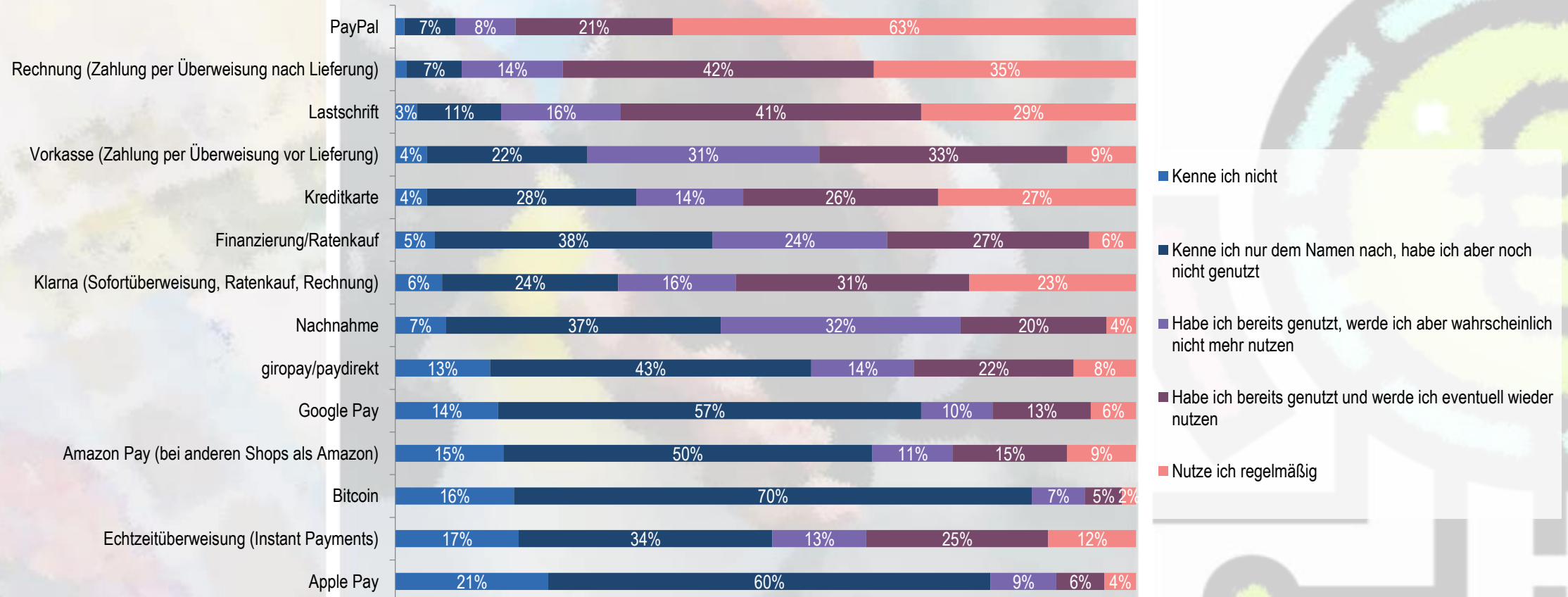


- 2.010 Verbraucher:innen aus Deutschland ab 16 Jahren (repräsentativ verteilt nach Alter, Geschlecht und Bundesland)
- CAWI-Befragung im November 2021



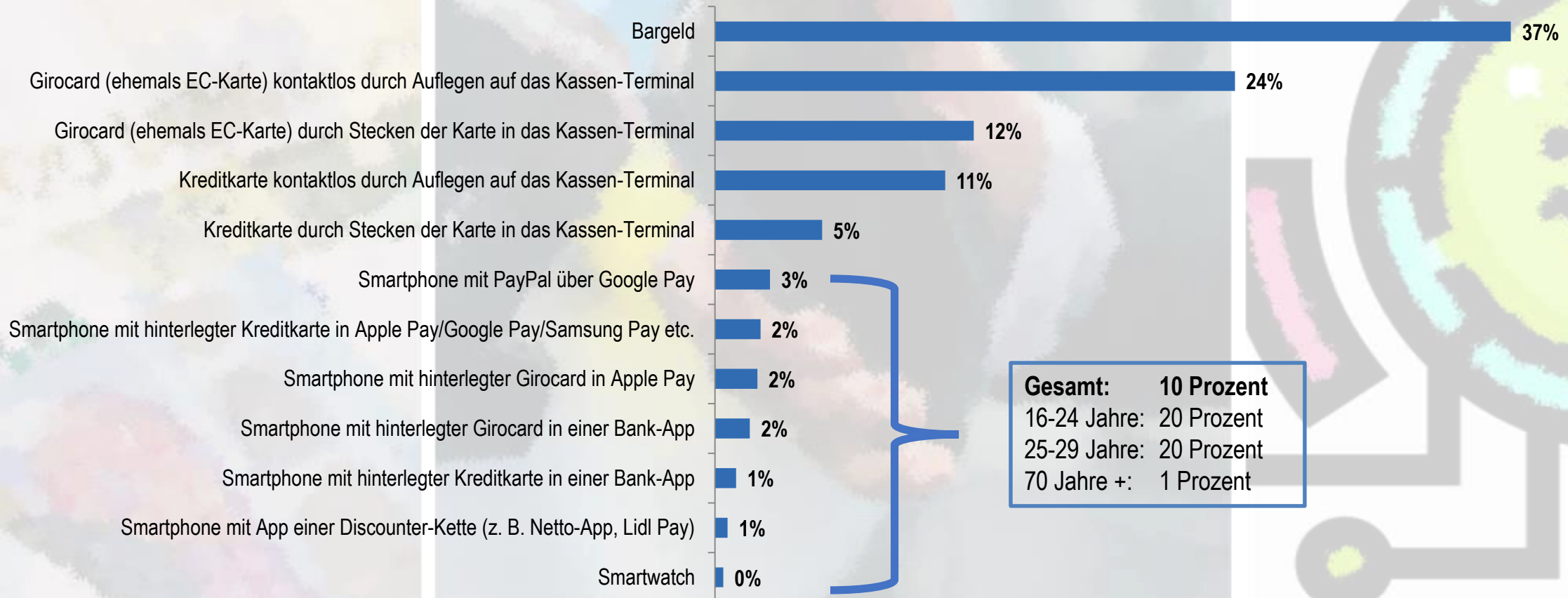
Bei den online nutzbaren Zahlungsverfahren liegen PayPal und Kauf auf Rechnung in der Beliebtheit der Verbraucher:innen vorne.

Wie vertraut sind Sie mit den folgenden Zahlungsverfahren, die im Internet genutzt werden können?



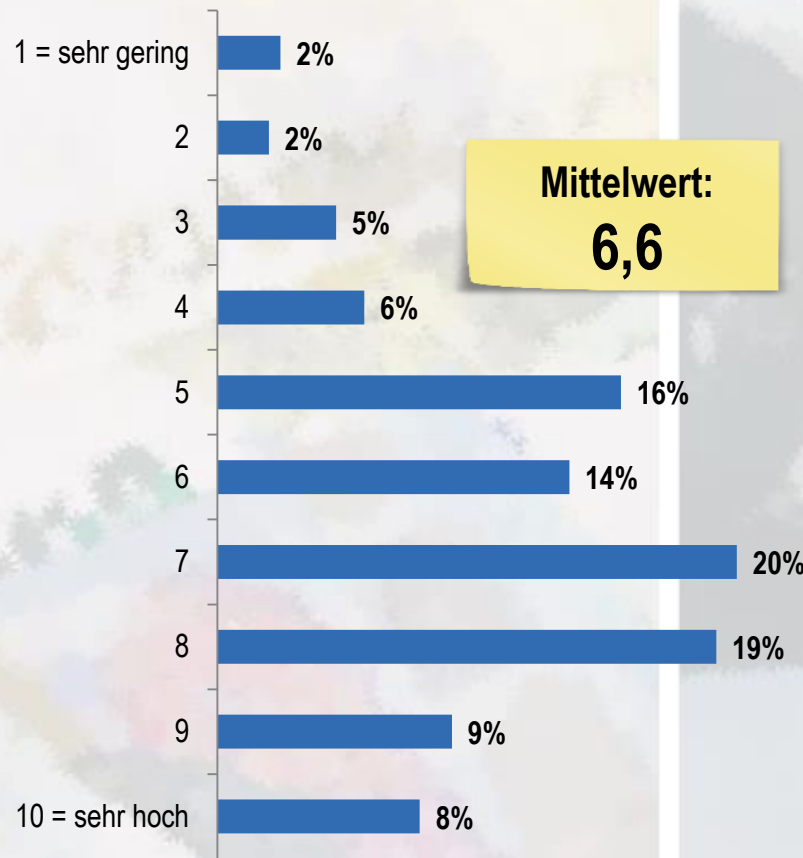
Bei den am stationären Point-of-Sale nutzbaren Verfahren schätzen Verbraucher:innen – neben Bargeld – vor allem kontaktlose Giro- und Kreditkarten.

Welches Zahlungsverfahren nutzen Sie in stationären Ladengeschäften, Restaurants, Apotheken, Tankstellen etc. am liebsten?



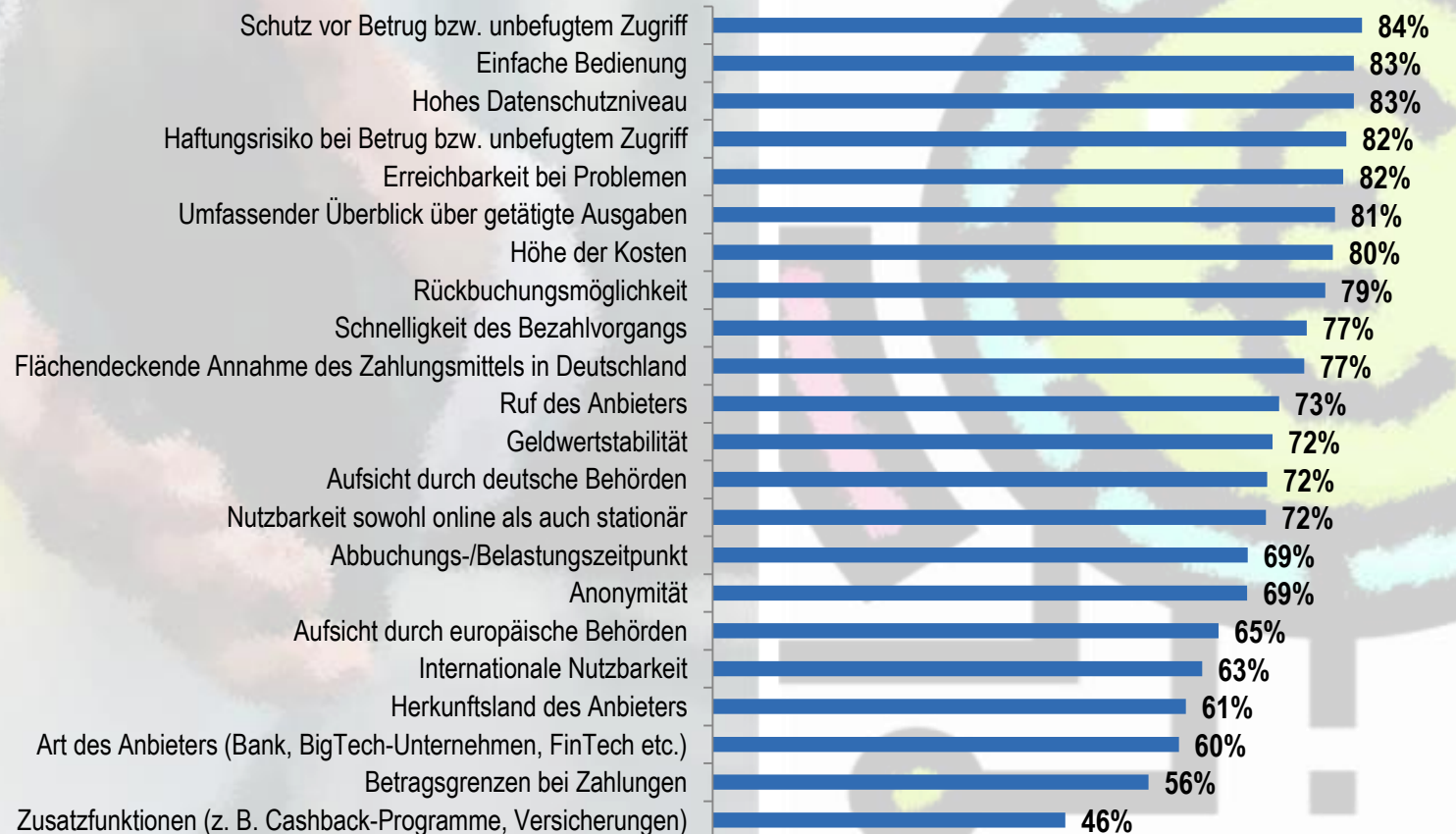
Verbraucher:innen überschätzen ihr Wissen und erwarten verantwortungsbewusstes Verhalten sowie Datensparsamkeit von Anbietern

Wie schätzen Sie allgemein Ihr Wissen in Bezug auf den elektronischen bzw. digitalen Zahlungsverkehr ein?



Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei elektronischen/digitalen Zahlungsverfahren?

Summe aus „wichtig“ und „sehr wichtig“



Als wichtigste Eigenschaft eines Zahlungsverfahrens sehen die Verbraucher:innen den Schutz vor Betrug.

Bitte geben Sie für die folgenden Begriffspaare jeweils an, welcher Aspekt Ihnen persönlich wichtiger ist.

	←	Neutral	→	
Schutz vor Betrug bzw. unbefugtem Zugriff	59%	24%	17%	Schneller Bezahlvorgang
Schutz vor Betrug bzw. unbefugtem Zugriff	58%	30%	12%	Niedriges Haftungsrisiko bei Betrug bzw. unbefugtem Zugriff
Schutz vor Betrug bzw. unbefugtem Zugriff	58%	26%	17%	Einfache Bedienung
Schutz vor Betrug bzw. unbefugtem Zugriff	55%	29%	16%	Keine Kosten
Schutz vor Betrug bzw. unbefugtem Zugriff	49%	33%	18%	Hohes Datenschutzniveau

Die Höhe der Kosten, ein hohes Datenschutzniveau und der Schutz vor Betrug werden im Vergleich zur einfachen Bedienung als deutlich wichtiger eingestuft

Bitte geben Sie für die folgenden Begriffspaare jeweils an, welcher Aspekt Ihnen persönlich wichtiger ist.

	←	Neutral	→	
Einfache Bedienung	24%	34%	42%	Keine Kosten
Einfache Bedienung	19%	31%	49%	Hohes Datenschutzniveau
Einfache Bedienung	17%	26%	58%	Schutz vor Betrug bzw. unbefugtem Zugriff

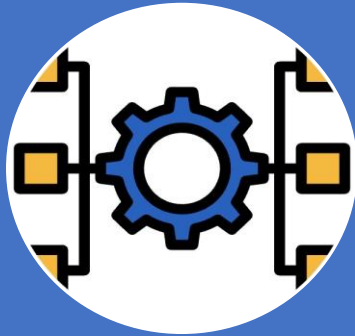
Nur der Schutz vor Betrug wird von den Verbraucher:innen häufiger gewählt als ein hohes Datenschutzniveau

Bitte geben Sie für die folgenden Begriffspaare jeweils an, welcher Aspekt Ihnen persönlich wichtiger ist.

	←	Neutral	→	
Hohes Datenschutzniveau	56%	26%	18%	Zusatzfunktionen
Hohes Datenschutzniveau	51%	32%	18%	Schneller Bezahlvorgang
Hohes Datenschutzniveau	49%	31%	19%	Einfache Bedienung
Hohes Datenschutzniveau	42%	33%	25%	Niedriges Haftungsrisiko bei Betrug bzw. unbefugtem Zugriff
Hohes Datenschutzniveau	42%	32%	26%	Keine Kosten
Hohes Datenschutzniveau	18%	33%	49%	Schutz vor Betrug bzw. unbefugtem Zugriff

EMPFEHLUNGEN DES GUTACHTENS: DIE POLITIKPERSPEKTIVE





Infrastruktur und Wettbewerb

- Anbieter
- Akzeptanzstellen
- Technische Anbindung



Funktion

- Leistungsversprechen
- Usability
- Kosten
- Sicherheit und Risiko



Systemischer und rechtlicher Rahmen

- Garantie und Geldwertstabilität
- Datenschutz
- Regulierung und Aufsicht
- Haftung

Thesen

- Echtzeitüberweisungen sollten das „New Normal“ darstellen
- Echtzeitzahlungen sind die Grundlage des zukünftigen digitalen europäischen Zahlungsverkehrs
- Benutzerfreundlichkeit steht über allem
- Verpflichtende Teilnahme der Banken
- Keine Preisdiskriminierung zwischen den beiden Überweisungssystemen
- Schaffung der Möglichkeit einer Rückabwicklung
- Rückmeldung über erfolgreiche Zahlung an den Sender
- Verknüpfung mit anderen Zahlungsverfahren

Thesen

- Eine gesamteuropäische Zahlungslösung ist von zentraler Bedeutung für die Souveränität und strategische Autonomie der EU
- Die Umsetzung einer paneuropäischen Zahlungslösung muss so niederschwellig wie möglich erfolgen
- Eine paneuropäische Zahlungslösung auf Instant-Payment-Basis funktioniert nur, wenn die Kosten einer Echtzeitüberweisung gering sind
- Das Vorhandensein einer paneuropäischen Zahlungslösung ist strategisch wichtig – für Banken und für Europa, vor allem für Verbraucher:innen
- Eine paneuropäische Zahlungslösung sollte Schnittstellen und Zusatzfunktionen anbieten

Thesen

- Der digitale Euro sollte als digitales Bargeld ausgestaltet werden
- Anonymes Bezahlen und anonyme Entgegennahme von Zahlungen sollte möglich sein
- Die Benutzung muss ohne Internetverbindung möglich sein
- (Negativ-)Zinsen führen zu Nullakzeptanz
- Bargeld bleibt in Kombination mit dem digitalen Euro wichtig

- Langjähriger Trend „weg“ vom Bargeld, aber auf sehr hohem Nutzungsniveau: Rund zwei Drittel aller Bezahltransaktionen im deutschen Einzelhandel finden mit Bargeld statt.
- Vorteile: flächendeckend verfügbar und akzeptiert, keine technischen oder anderen Zugangsvoraussetzungen, keine Datenspuren
- Zur Bekämpfung von Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung oder Schwarzarbeit existieren eine ganze Reihe von Maßnahmen. Dabei muss immer eine Abwägung zwischen dem Interesse der Verbraucher:innen an einem reibungslosen Umgang mit Bargeld und dem Interesse der Kriminalitätsbekämpfung vorgenommen werden.
- Bargeld wird – und darf – in den nächsten Jahrzehnten nicht verschwinden.
- Die flächendeckende Verfügbarkeit und der ungehinderte Zugang zu Bargeld, die beide heute in Deutschland existieren, müssen sichergestellt bleiben.

- Der Open-Banking-Ansatz, der im Rahmen der PSD2 angestoßen wurde, sollte konsequent fortgesetzt werden.
- Dieser hat für mehr Wettbewerb auf dem Zahlungsverkehrsmarkt geführt und ermöglicht Verbraucher:innen somit eine gesteigerte Flexibilität und eine erhöhte Entscheidungsfreiheit im Zahlungsverkehr.
- Die Regulierung der Zahlungsauslösedienste sorgt für mehr Wettbewerb.
- Es gibt noch Verbesserungspotential – vor allem im Bereich der Kontoinformationsdienste. Schon die vorhandenen Regelungen werden häufig nicht konsequent durchgesetzt.
- Zur Weiterentwicklung in einer potentiellen PSD3 sind verschiedene Maßnahmen vorstellbar, etwa der erweiterte Zugriff Dritter auf technische Infrastrukturen.

- Die Bereiche Zahlungsverkehr und Payment stellen ein hochdynamisches Umfeld dar, das durch die fortschreitende Digitalisierung stark beeinflusst wird.
- Treiber der Veränderungen sind:
 - Technische Entwicklungen: mobile Endgeräte, ubiquitäres Internet
 - Marktentwicklungen: Neue Anbieter (u.a. FinTechs, GAFA), Reaktion etablierter Player
 - Regulierung: Retail Payments Strategy, digitaler Euro, ggf. Anpassungen PSD
- Bedeutend sind diese Veränderungen, weil sie Verhalten der Verbraucher:innen beeinflussen.

Digitales Bezahlen muss sich in der Zukunft an den Bedürfnissen und Interessen der Verbraucher:innen orientieren.



@ibiResearch



ibi research an der Universität
Regensburg GmbH



@ibi_research



ibi research an der Universität
Regensburg GmbH



@ibi_research



ibi research an der Universität
Regensburg GmbH





Holger Seidenschwarz

holger.seidenschwarz@ibi.de

0941 943-1915

www.linkedin.com/in/holger-seidenschwarz



Kai Pawelka

kai.pawelka@ibi.de

0941 943-1875

www.linkedin.com/in/kaipawelka



Nils Deichner

nils.deichner@ibi.de

0941 943-1920

www.linkedin.com/in/nils-deichner-90a94a17b



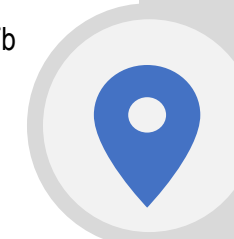
ibi research an der
Universität Regensburg
GmbH



0941 943-1901



www.ibi.de



Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg