

09.10.2019 – 09:30 Uhr

Bain-Studie zur Zukunft des Zahlungsverkehrs / Bezahlen wird immer einfacher und kostengünstiger

München (ots) -

- Die Innovationsgeschwindigkeit im elektronischen Zahlungsverkehr nimmt zu
- Globale Bezahlssysteme bedrohen Erträge von Banken
- E-Wallets gewinnen weltweit Marktanteile im Online- und im stationären Handel
- Immer mehr Apps enthalten Bezahlfunktionen
- Mit zusätzlichen Services können Banken ihr angestammtes Geschäft verteidigen

Apple Pay, TransferWise oder WeChat: Weltweit integrieren immer mehr Unternehmen Bezahlfunktionen oder kreieren neue Geschäftsmodelle rund um Bezahlssysteme. Was aus Sicht der Kunden das Einkaufen bequemer macht, bedroht insbesondere die Banken. In der Studie "Payments Just Want to Be Free - How Can Providers Adapt?" analysiert die internationale Unternehmensberatung Bain & Company, was diese Entwicklung für Banken, Kreditkartenfirmen und Einzelhändler bedeutet.

E-Wallets werden immer beliebter

"Bezahlssysteme stehen stärker denn je im Rampenlicht, allen voran in Asien", betont Bain-Partner Imeyen Ebong, Leiter der Praxisgruppe Organisation im deutschsprachigen Raum. Dort dürften E-Wallets bereits in den kommenden drei Jahren Bargeld als das meistgenutzte Zahlungsmittel im stationären Handel ablösen. Im Jahr 2022 werden weltweit voraussichtlich mehr als ein Viertel aller Zahlungen in Läden und nahezu die Hälfte im Onlinehandel mithilfe der virtuellen Geldbörse erfolgen. "Moderne E-Wallets gelten als einfach zu handhaben", so Ebong. "Und neue Marktteilnehmer schrauben die Erwartungen von Kunden und Händlern weiter in die Höhe."

Derzeit belaufen sich die weltweiten Erträge im Zahlungsverkehr auf rund 830 Milliarden US-Dollar. Sie verteilen sich etwa zur Hälfte auf B2B-Transaktionen einerseits und B2C- sowie C2C-Geschäfte andererseits. Besonders lukrativ sind grenzüberschreitende Zahlungen und Geldtransfers von und zwischen Privatleuten. Hier liegt die Marge bei 3,4 Prozent beziehungsweise 340 Basispunkten. Ansonsten bewegen sich die Margen zwischen 2 und 22 Basispunkten.

Geschäft mit dem Zahlungsverkehr stärken

Banken haben drei Optionen, ihr Geschäft rund um Bezahlssysteme und den damit verbundenen direkten Kundenkontakt zu verteidigen:

1. Übernahme von Wettbewerbern. Dies erhöht nicht nur die Effizienz und Innovationsgeschwindigkeit. Auch lassen sich so weitere Märkte und Geschäftsfelder erschließen sowie Cross-Selling-Möglichkeiten schaffen.
2. Vereinfachen von E-Commerce-Transaktionen. Erreichbar ist dies beispielsweise durch die Integration von Bezahlfunktionen - eine Option insbesondere für Einzelhändler.
3. Ausbau des Leistungsspektrums. Vorreiter bieten schon heute zahlreiche Lösungen rund um den eigentlichen Bezahlvorgang an. Diese reichen von der Unterstützung bei der Betrugserkennung über die Auswertung von Bezahldaten bis hin zur Kreditvergabe an Verbraucher und Händler.

Zusatzdienste stärken das Geschäft

"Die Tage der Gebühren bei reinen Bezahlvorgängen sind gezählt", konstatiert Bain-Partner Ingolf Zies, der die Praxisgruppe Informationstechnologie im deutschsprachigen Raum leitet. "Das Bezahlen wird Teil anderer Produkte und Services werden." Bezahl Dienstleister müssen deshalb einen Mehrwert für ihre Kunden schaffen, sei es durch besonders bequeme Bezahlmöglichkeiten, integrierte Lösungen wie Datenauswertungen und Finanzierungen oder komplette Softwarelösungen einschließlich Webshops und betriebswirtschaftliche Steuerungsprogramme. Solche Dienste werden in zehn Jahren zwischen 50 und 80 Prozent der Gewinne von Bezahlsystemanbietern ausmachen.

Die Innovationsgeschwindigkeit rund um Bezahlvorgänge ist hoch. "Jeder Payment-Anbieter muss sich deshalb überlegen, wie sein Geschäft in Zukunft bestehen kann", so Branchenkenner Zies. Und Bain-Partner Ebong fügt hinzu: "Gewinner sind in jedem Fall die Verbraucher, denn Bezahlen wird in Zukunft so einfach und günstig sein wie noch nie."

Bain & Company

Bain & Company ist eine international führende Unternehmensberatung, die Entscheider weltweit bei der Zukunftsgestaltung unterstützt. Mit unseren 58 Büros in 37 Ländern sind wir in unmittelbarer Nähe unserer Kunden. Wir arbeiten gemeinsam mit ihnen daran, den Wettbewerb zu übertreffen und neue Standards in den jeweiligen Branchen zu setzen. Partner aus unserem Ökosystem digitaler Innovatoren ergänzen unsere Expertise und sorgen mit dafür, dass wir für unsere Kunden bessere, schnellere und nachhaltigere Ergebnisse erzielen. Seit unserer Gründung 1973 messen wir unseren Erfolg am Erfolg unserer Kunden. Wir sind stolz darauf, dass wir die höchste Weiterempfehlungsrate in der Beratungsbranche haben und dass unsere Kunden die Börsenindizes um das Vierfache übertreffen. Erfahren Sie mehr unter: www.bain.de, www.bain-company.ch. Folgen Sie uns auf: LinkedIn, Facebook, Xing, Bain Insights App.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik
Bain & Company Germany, Inc.
Karlsplatz 1
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com
Tel.: +49 (0)89 5123 1246
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100833618> abgerufen werden.