



P19



PAYMENT STUDIE 2021

Kollaboration & Innovation: Die Aufholjagd hat begonnen!

INHALT DER STUDIE

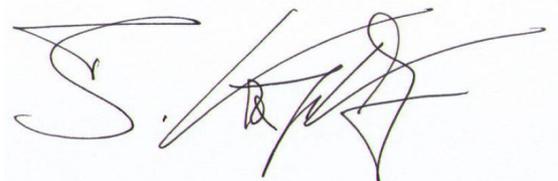
- Wie beurteilen Expert:Innen das Thema „Österreich an die Spitze innovativer Zahlungssysteme“?
- Wie groß sind Bereitschaft zu und tatsächliche Umsetzung von Kollaboration heute?
- Welche Bedeutung kommt einem Europäischen Payment Scheme in diesem Kontext zu?
- Welche Bedeutung hat Payment für die Wertschöpfung im Land?
- Und steht es um weitere Trends, wie z.B. Alternative Payments, Mehrwertdienste, digitale ID oder Nachhaltigkeit in Österreich?

KRAFTKINZ®

VORWORT

„Payment“ ist ein zentrales Element für jede Volkswirtschaft. Das Zahlverhalten der Konsument:Innen ändert sich und Europa steht bei Payment im Schatten der USA bzw. Asien. COVID19 hat den Digitalisierungsprozess beschleunigt und damit auch das Bezahlen im Netz erhöht. Seit 2018 befragen wir ExpertInnen zum Thema Payment und stellen Kollaboration und Innovation in den Mittelpunkt der Analyse. Denn Kollaboration ist die Basis für Innovation und das stärkt mittel- & langfristig gesehen den Wirtschaftsstandort.

Unser Dank gilt allen, die an dieser Studie mitgewirkt haben!



Birgit Kraft-Kinz

A

EINLEITUNG

GRUNDINFORMATIONEN DER STUDIE

- Titel der Studie: „Kollaboration & Innovation: Aufholjagd hat begonnen“
- Stichprobengröße: #48 Personen der Payment Pioneers
- Stichprobe: Banken, Handel, Regulatoren, Start-ups & Medien
- Untersuchungsmethode: Digitaler Fragebogen
- Untersuchungszeitraum: Herbst 2021
- Untersuchungsgebiet: Österreich
- Erhebungsart: digitaler Fragebogen

TEILNEHMER DER STUDIE

| | | |
|--------------------------------------|-------|-----------|
| Banken / Zahlungsdienstleister | 35,4% | 17 |
| Handel / Wirtschaftsunternehmen | 39,6% | 19 |
| Regulatoren / Interessenvertretungen | 8,3% | 4 |
| Startups | 10,4% | 5 |
| Medien | 6,3% | 3 |
| Gesamt | | 48 |

GRUNDAUFBAU DER STUDIE

Die Studie befasst sich mit Kollaboration: Status Quo, Kenntnis, Annahme und Leben heute, Chancen und Potenziale für die Zukunft und Barrieren für die Umsetzung von Kollaboration.

Zusätzlich wurden drei wesentliche Trends im Payment abgefragt:

- Welche Relevanz haben alternative und neue Zahlungslösungen wie mobile Payment, Instant Payment oder digitale Währungen für den zukünftigen Zahlungsverkehr in Österreich?
- Für wie relevant halten Sie „added services“ bzw. Mehrwertdienste für das Bezahlen in der Zukunft?
- Welche Relevanz hat „Sustainability im Shopping“ in der Zukunft?

Abschließend wurden aus den drei KRAFTKINZ Parametern (1) ROC Bekanntheit; (2) ROC Positionierung; (3) ROC Vertrauenskapital der ROC (Return On Communication) - Wert berechnet. Die höchstaggregierte Kennzahl der Studie ist der ROC.

KOLLABORATION & INNOVATION IM PAYMENT DER ENTSCHEIDENDE VERÄNDERUNGSPROZESS FÜR DIE AUFHOLJAGD

- „Die Aufholjagd hat begonnen“, ist die Headline der diesjährigen Veröffentlichung. Voraussetzung dafür sind Veränderungsprozesse im Ökosystem, deren Messung KRAFTKINZ mit dem ROC Modell umsetzt.
- KRAFTKINZ ist auf den Ausbau von Vertrauenskapital spezialisiert. Die Bekanntheit, die verbundene Perspektive & der Nutzen sowie das Vertrauenskapital sind entscheidend für die zeitnahe Umsetzung von Veränderungsprozessen.
- Veränderungsprozesse sind gestaltbar, Argumente sind positionierbar und diese Verankerung kann man messen.
- Der Return on Communication (ROC) misst die Transformation und ist damit eine wichtige Kennzahl zur Steuerung von Veränderung.

ROC - DAS KRAFTKINZ MODELL

Das KRAFTKINZ Modell baut auf drei Parametern auf:

1

ROC Bekanntheit

2

ROC Positionierung

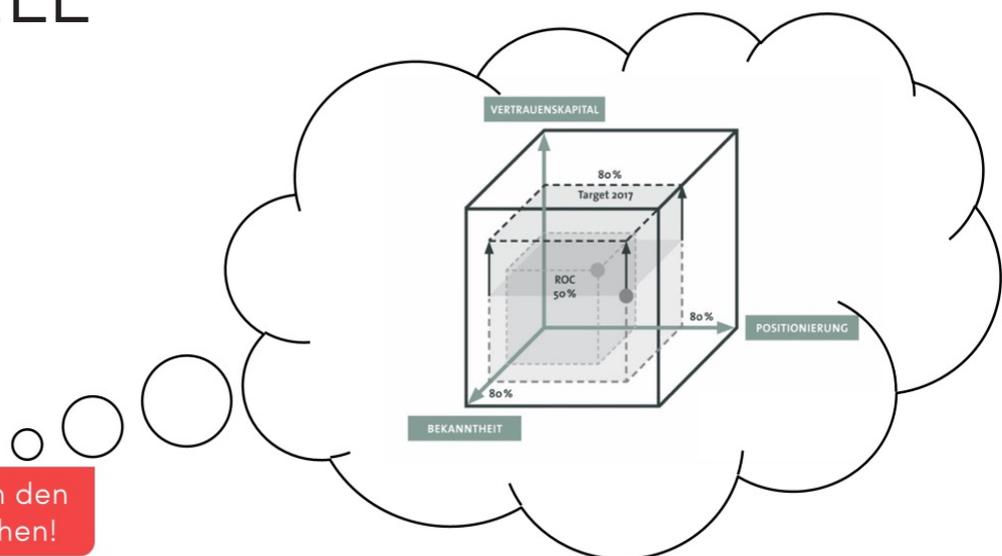
3

ROC Vertrauenskapital

Drei Parameter bilden den ROC:

- „Was ich nicht weiß, kann mir nicht in den Sinn kommen“. - ist die wichtigste Voraussetzung für Changeprozesse. Im Payment ist Wissen zu den Themen und Prozessen entscheidend.
- „Erfolgreiche Changeprozesse sind das perfekte Vorurteil.“ - die Nutzen-Perspektive entscheidet. Im Payment sind die Möglichkeiten und Chancen die Treiber der Veränderung.
- „Ohne Vertrauen keine Interaktion - keine Änderung von Handlungen.“ - Das Ecosystem braucht eine Vertrauensbasis, die die Kollaboration ermöglicht.

KRAFTKINZ MODELL



Der ROC entsteht in den Köpfen der Menschen!

Ein zentraler Faktor für die europäische Wirtschaft, ist der gemeinsame Fortschritt im Bereich Payment. Es Bedarf Inklusion, Zusammenarbeit und Innovation.

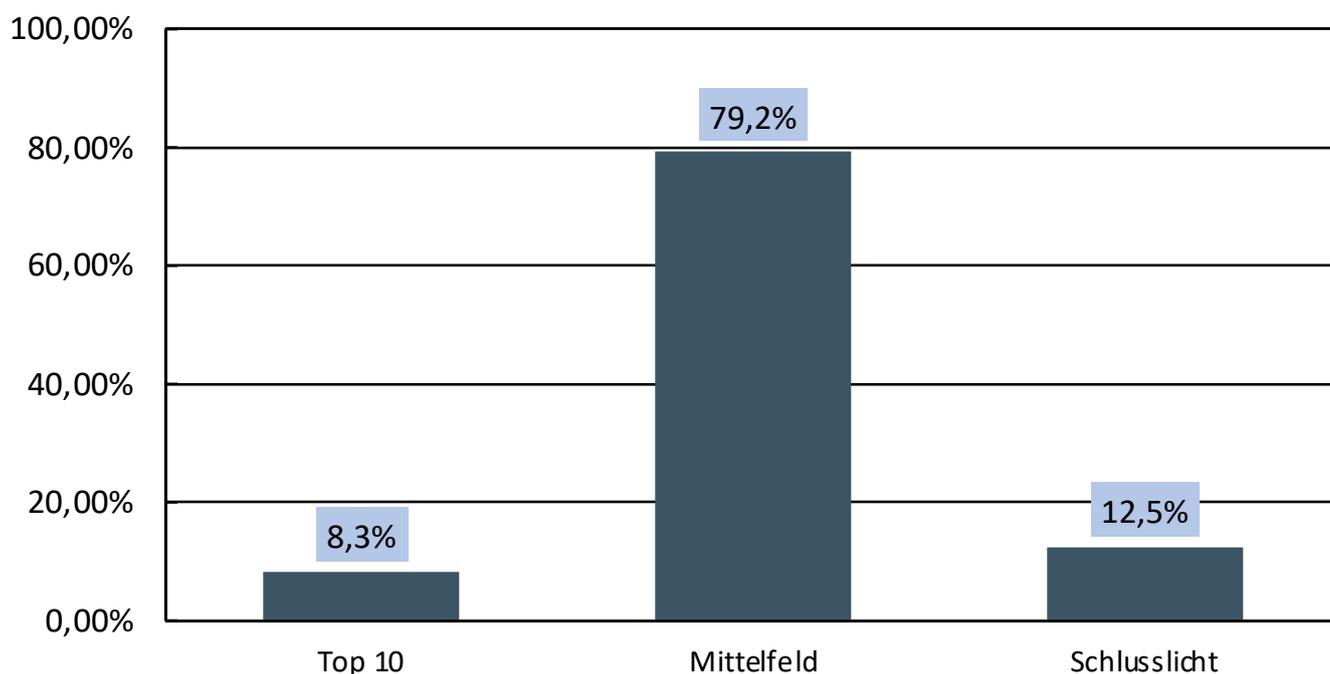
STATEMENT, P19

B

BESTANDS- AUFNAHME

Zum Eingang der Studie werden die Trendfragen aus den letzten Jahren wiederholt. Seit 2018 hat sich die Einschätzung, wo Österreich im Bereich der innovativen Zahlungssysteme liegt, leicht zum Positiven entwickelt. Der Zustimmungssindex lag 2020 erstmals über der Relevanzschwelle von 50%, was bedeutet, dass die Mehrheit Österreich zumindest im Mittelfeld oder darüber eingeordnet hat. Im Jahr 2021 zeigt sich jedoch wieder ein Trend in die entgegengesetzte Richtung: Der Großteil der Expert:innen Österreich immer noch im Mittelfeld, jedoch wird Österreich von mehr Expert:innen im Bereich des Schlusslichts eingeordnet als im Bereich der Top10.

WO LIEGT ÖSTERREICH?

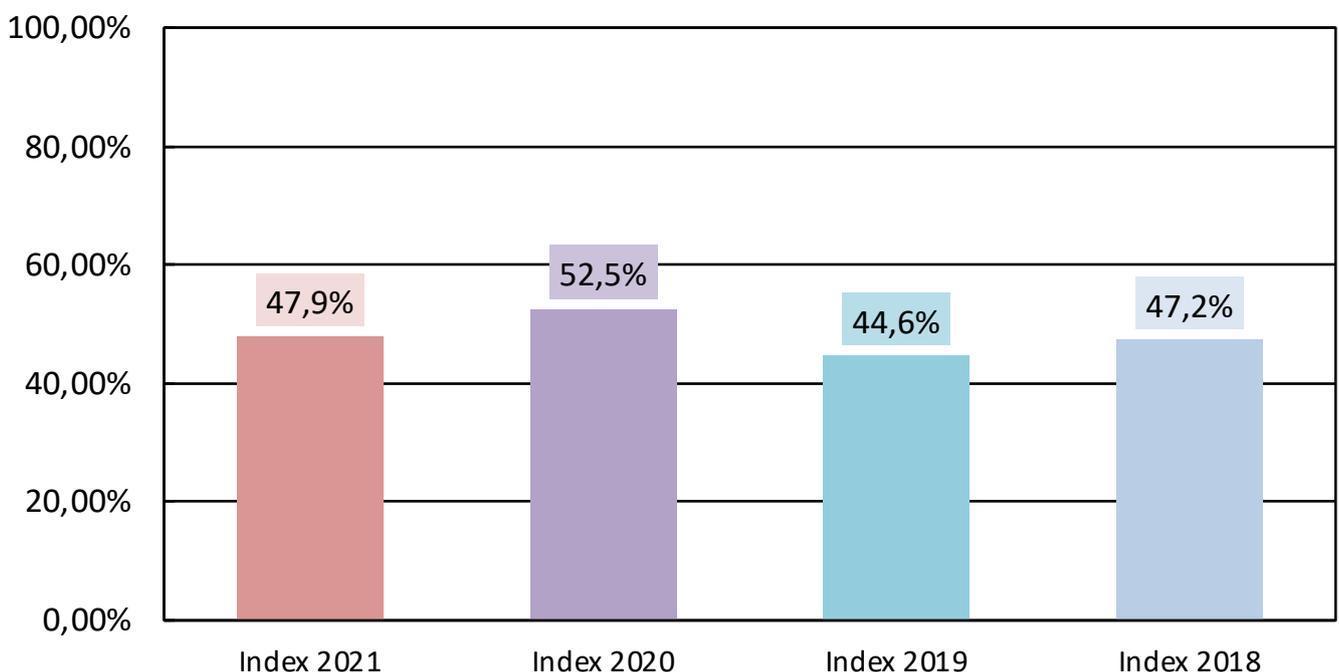




Auch im Vergleich zu 2020 ordnen deutlich mehr Expert:innen Österreich im Bereich des Schlusslichts ein (2021: 12,5% / 2020: 4,9% / 2019: 25,0%, / 2018: 16,7%). Diese Entwicklung ist auch im Trendbild abzulesen.

Während der Zustimmungsindex von 2019 auf 2020 noch gestiegen ist, hat sich dieser im Jahr 2021 wieder verschlechtert und liegt im Vergleich zum letzten Jahr wieder unter der Relevanzgrenze von 50 %. Das spiegelt die leichte Tendenz Richtung Schlusslicht und ist ein deutliches Warnsignal!

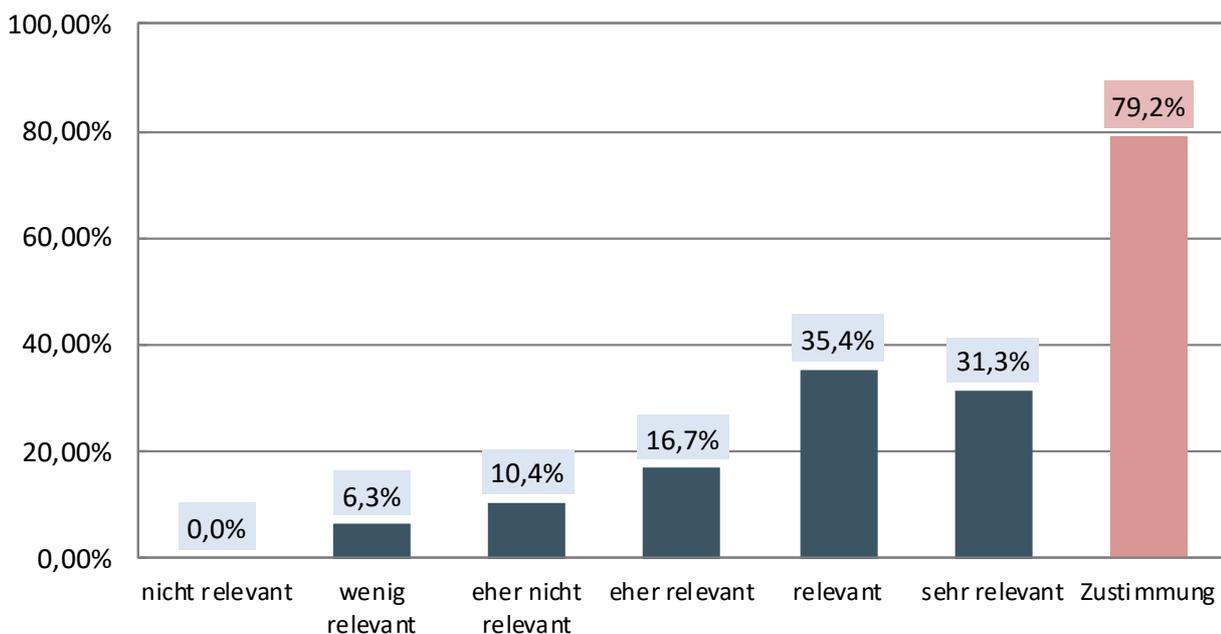
WO LIEGT ÖSTERREICH - JAHRESVERGLEICH



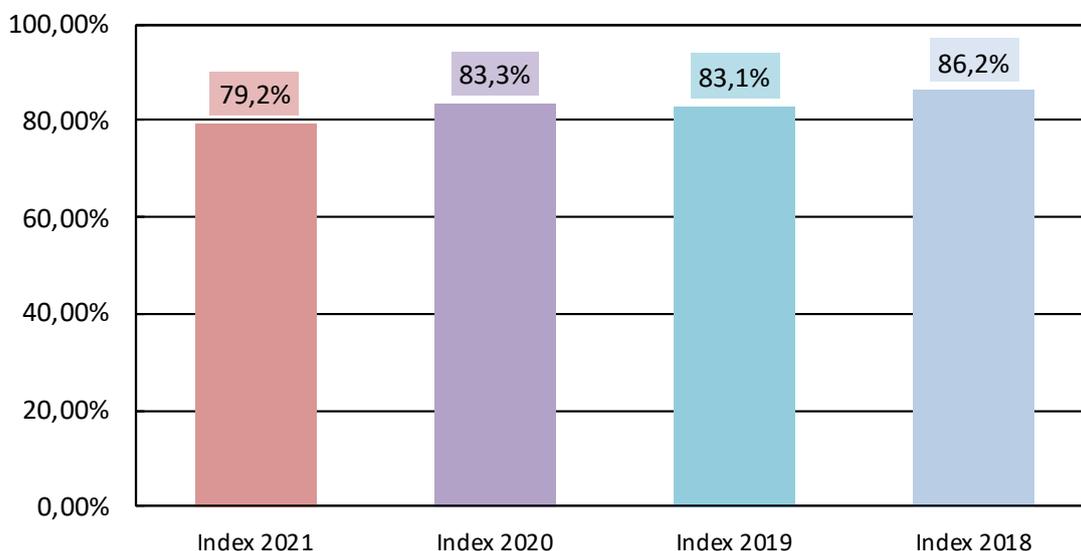
RELEVANZ 2021

Die Relevanz, dass Österreich an die Spitze innovativer Zahlungssysteme kommt, wird von den Stakeholder:innen als hoch angesehen: Der Zustimmungssindex von 79,2% weist aus, dass es als sehr relevant empfunden wird. Der Großteil erachtet eine Führungsrolle als relevant oder sehr relevant.

Für wie relevant halten Sie es, dass Österreich an die Spitze innovativer Zahlungssysteme in Europa kommt?

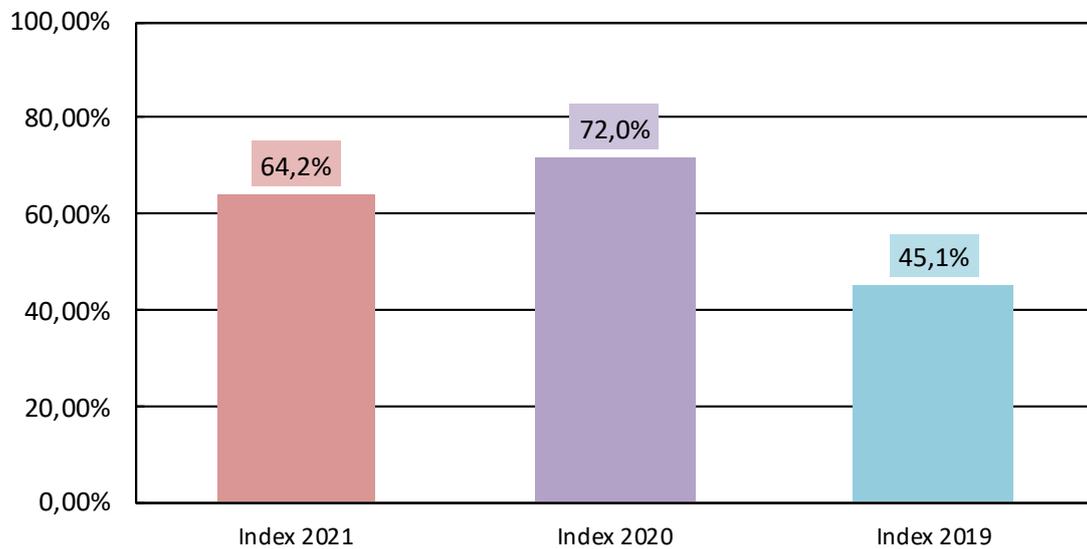


Der Gesamtwert (Zustimmungssindex: 79,2%) liegt heuer leicht unter jenem der Vorjahre (2020: 83,3% / 2019: 83,1% / 2018: 86,2%). Während er die letzten Jahre beinahe ident war, gibt es in diesem Jahr einen leichten Abfall. Nichtsdestotrotz: Die Stakeholder erkennen die Wichtigkeit des Themas seit Jahren, es hat sich aber noch zu wenig getan. Wir müssen ins TUN kommen!



Stärken Regularien Europa? Hintergrund der Frage ist, dass es eine europäische Verantwortung gibt, die Rahmenbedingungen für europaweite Payment-Innovationen zu gestalten. Die Frage wird von den Befragten mehrheitlich bejaht. Mit 64,2% Zustimmung liegt man deutlich über dem Wert aus dem Jahr 2019, aber leicht unter jenem aus 2020.

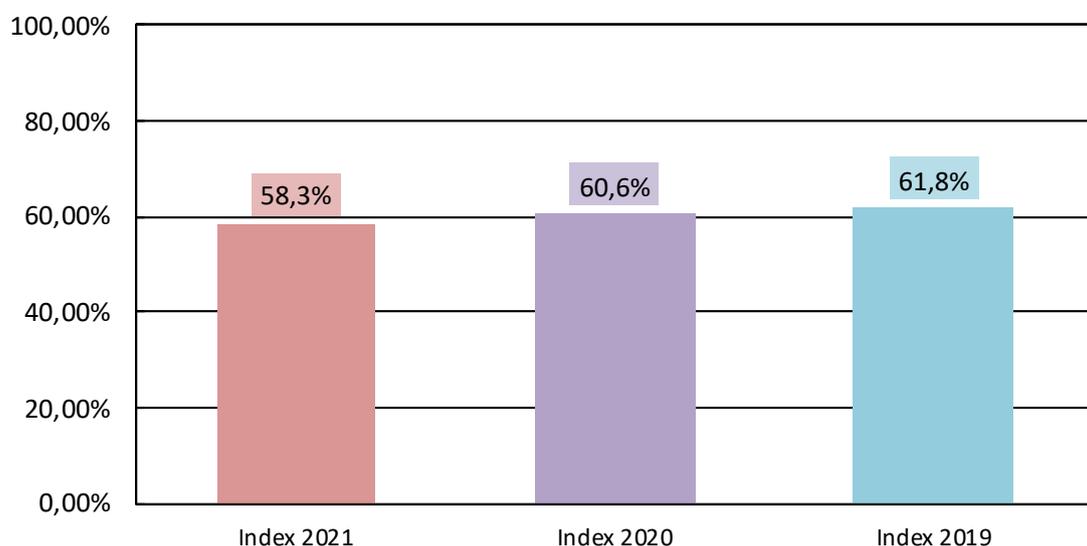
Stärken Regularien Europa?



Der Großteil der Befragten sagt, dass das Payment Ecosystem eher offen für Kollaboration ist. Die Zustimmung 2021 liegt knapp über der Relevanzgrenze (58,3%) und zeigt in den letzten Jahren eine leicht negative Tendenz, was eine Vertrauenskrise vermuten lässt (2020: 60,6% / 2019: 61,8%).

Trotzdem empfindet das Groß der Expert:innen, dass die Entwicklung in den letzten Jahren in eine positive Richtung geht (Zustimmungsindex 62,1%).

Wie offen ist der Payment Sektor für Kollaboration?

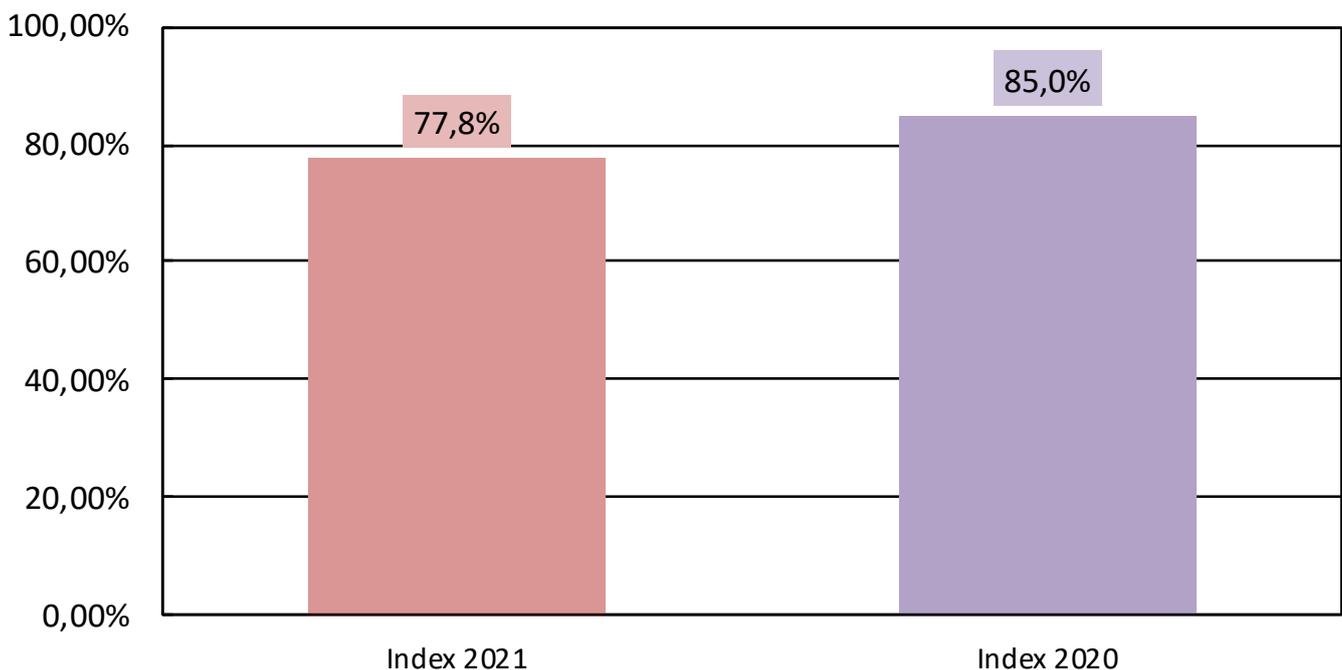


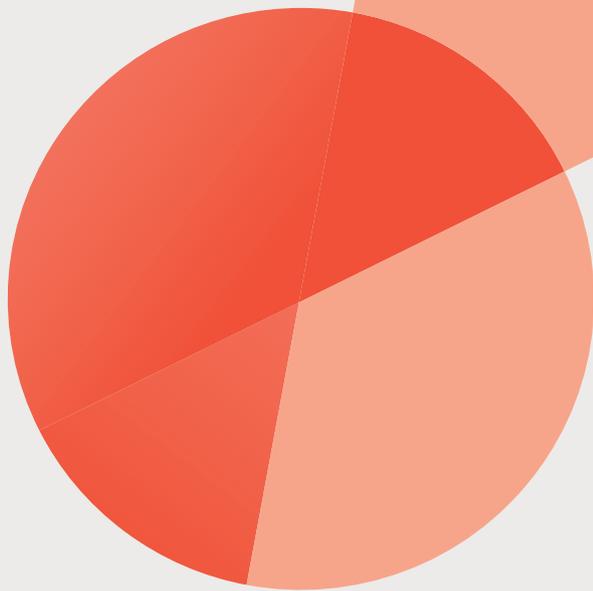


PAYMENT

Die Entstehung eines europäischen Payment-Schemes wird von den Befragten als sehr relevant empfunden. Der Zustimmungssindex 2020 ergab einen hohen Wert von 85,0%. Den Befragten war schon letztes Jahr bewusst, dass man alternative Lösungen zu den Internationalen Schemes aus den USA bzw. Asien schaffen muss. In diesem Jahr weist die Befragung einen Zustimmungssindex von 77,8% aus - nicht ganz so deutlich, die Relevanz einer europäischen Lösung wird damit aber weiter unterstrichen.

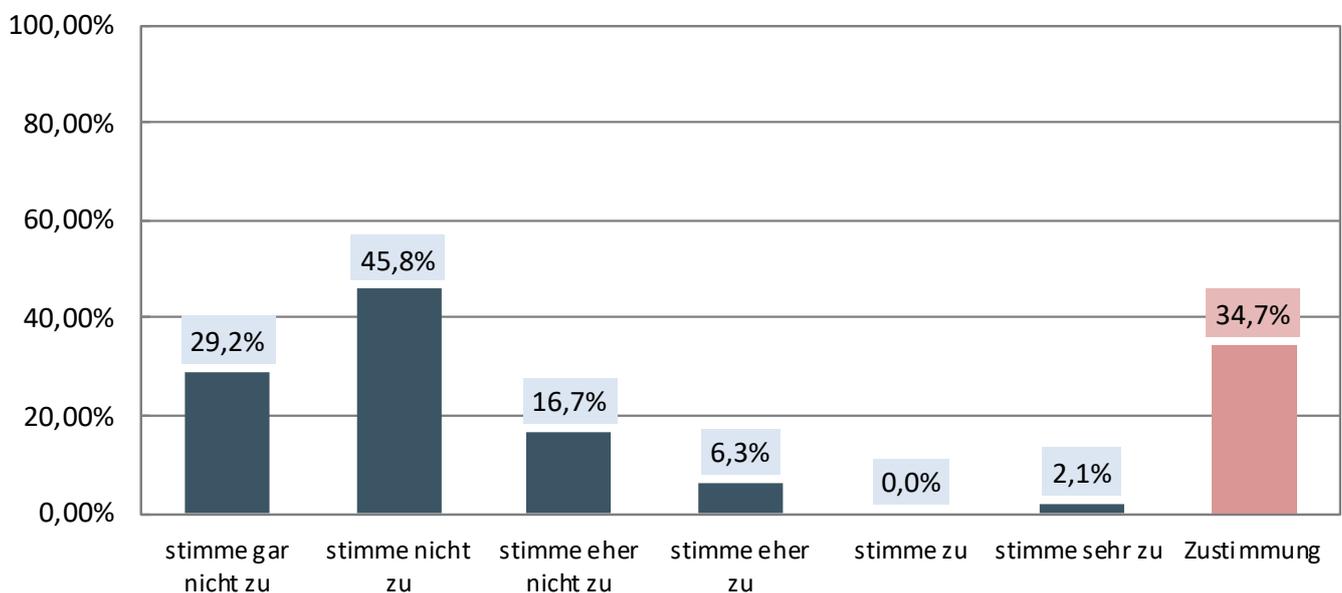
RELEVANZ EU-SCHEME 2021





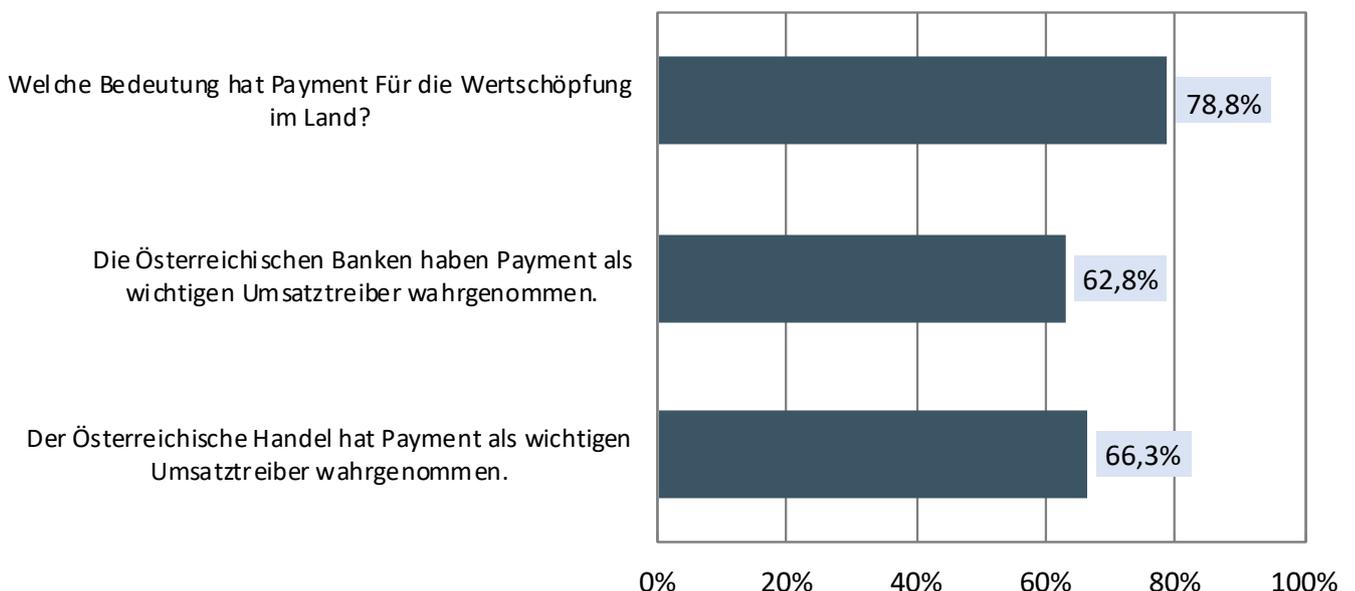
In Anbetracht der aktuellen Entwicklungen, haben wir die Hypothese in den Raum gestellt, dass der Europäischen Bevölkerung die Bedeutung eines digitalen Euro völlig klar ist. Die überwiegende Mehrheit sieht hier massive Verständnislücken. Während 29,2% dem nicht oder gar nicht zustimmen, unterstützen nur 8,5% der Befragten diese Hypothese.

DIGITALER EURO



BEDEUTUNG VON PAYMENT FÜR DIE WERTSCHÖPFUNG IN ÖSTERREICH

Darüber hinaus, wollten wir von den Expert:innen wissen, welche Bedeutung Sie Payment für die Wertschöpfung im Land zuordnen und welche Relevanz Payment als Umsatztreiber für Banken und Handel hat. Mit einer Zustimmung von 78,8% sehen die Befragten eine sehr hohe Bedeutung. Den Banken und dem Handel wird eine ähnliche Wahrnehmung für Payment als wichtigen Umsatztreiber zugeschrieben (Banken 62,8% // Handel 66,3%).

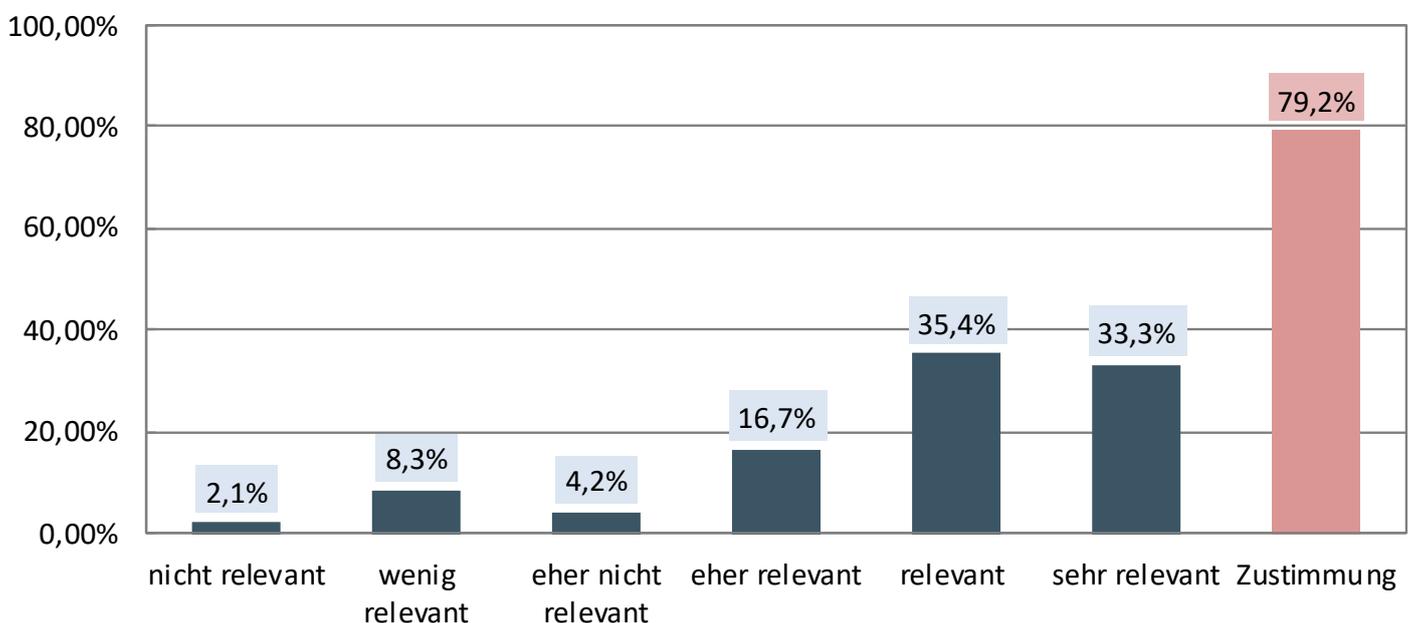


PANEL #1

KUNDENUMSATZ STEIGERN (MEHRWERTDIENSTE, DIGITAL ID & DATENSCHUTZ)

Zahlen allein reicht vielleicht nicht mehr: „Value added services“ bzw. Mehrwertdienste wie Data Analytics, Couponing, Loyalty oder Digital ID rücken immer stärker in den Fokus - vor allem wenn es darum geht, das Bezahlen für die Konsument:innen attraktiver zu gestalten bzw. die Nutzung alternativer Zahlungsmöglichkeiten zu fördern.

Mit einem Zustimmungssindex von 79,2% sehen die Expertinnen eine bedeutende Relevanz für Mehrwertdienste für das Bezahlen in der Zukunft.



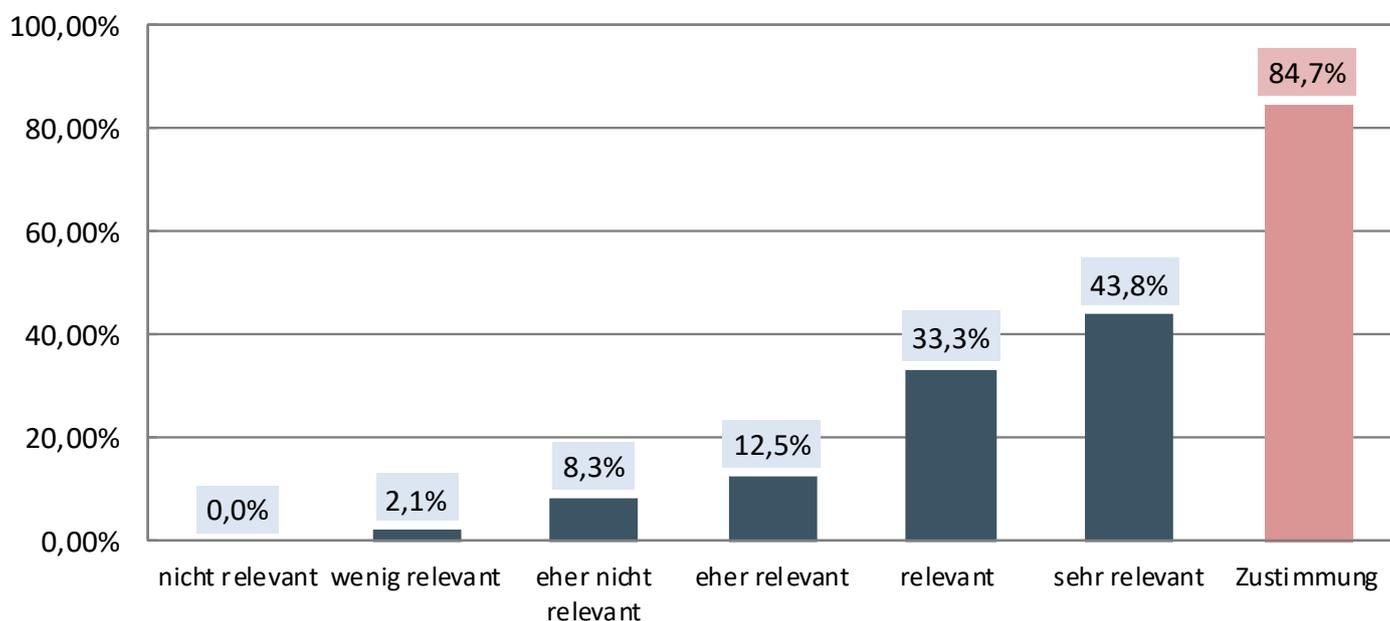
PANEL #2

UMSATZSPANNE SICHERN

[INSTANT PAYMENT & OPEN BANKING]

Das Bezahlen wird immer schneller. Konsument:innen nutzen neben der klassischen Kartenzahlung immer mehr Bezahlungsmöglichkeiten: Zahlen mit dem Handy, per QR-Code oder digitalen Währungen. Allerdings können sie nicht immer und nicht überall so zahlen, wie sie es gerne möchten. Wir wollten von den Expert:innen wissen, welche Relevanz alternative und neue Zahlungslösungen wie mobile Payment, Instant Payment oder digitale Währungen für den zukünftigen Zahlungsverkehr in Österreich haben.

Mit einem Zustimmungssindex von 84,7% sehen die Expert:innen eine sehr hohe Relevanz für alternative und neue Bezahlungsmöglichkeiten in der Zukunft. Vergleicht man dies mit den Fragen nach der Relevanz von Instant Payment und digitalen Währungen im Jahr 2020, so ist hier eine weitere Steigerung der Relevanz zu sehen. 2020 wiesen die Ergebnisse zu Instant Payment einen Wert von 80,5% aus bzw. zu Digitalen Währungen von 72,8% aus.



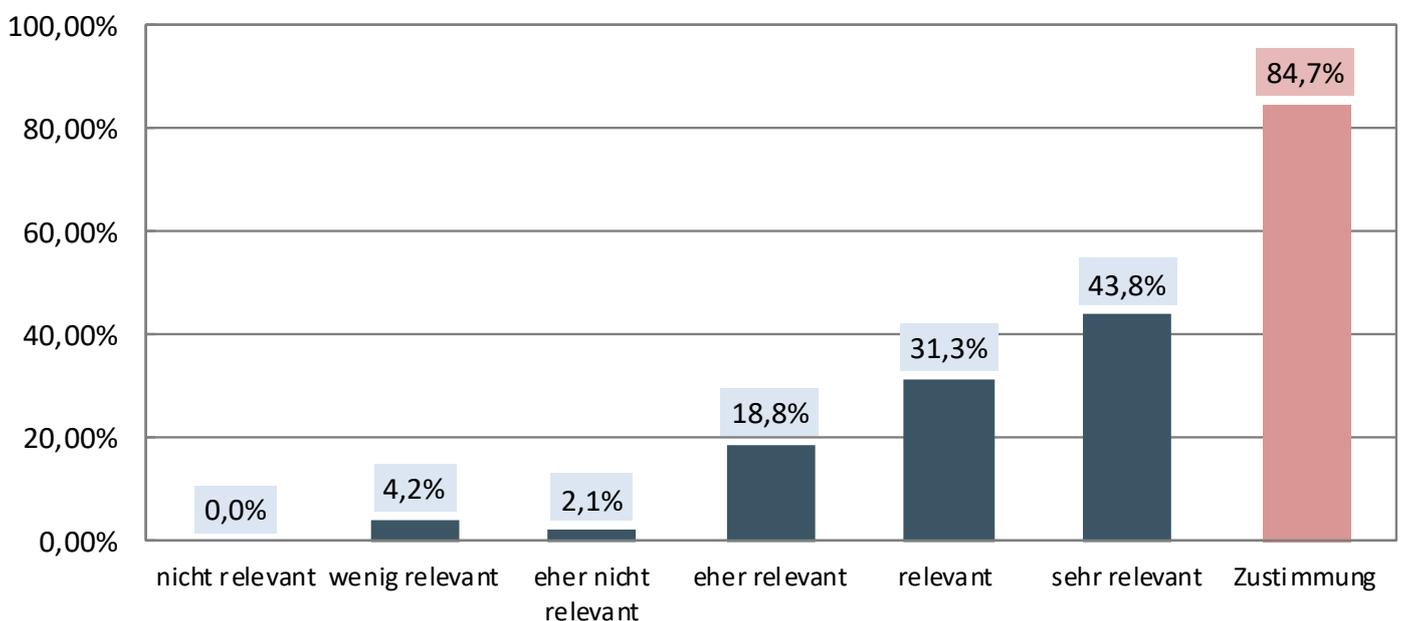
PANEL #3

SUSTAINABILITY IM SHOPPING (NACHHALTIG WIRTSCHAFTEN)

Die Klimakrise hat in den vergangenen Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen. Nachhaltigkeit wird vor allem von den jüngeren Generationen immer stärker gefordert - das hat gleichermaßen Einfluss auf Banken, Handel, Start-Ups, Regulatorik & Politik.

Entsprechend hoch bewerten auch die Expert:innen der Payment Pioneers das Thema Nachhaltigkeit und bewerten die Frage nach der Relevanz von Sustainability im Shopping mit einer Zustimmung von 84,7%.

Besonders ist, wenn wir die Frage nach „Green Banking“ aus dem letzten Jahr hier zum Vergleich heranziehen: Green Banking wurde 2020 eine deutlich geringere Relevanz zugeschrieben (Zustimmungsindex: 73,6%). Das lässt auf ein kontinuierliches Umdenken in dieser Thematik schließen.



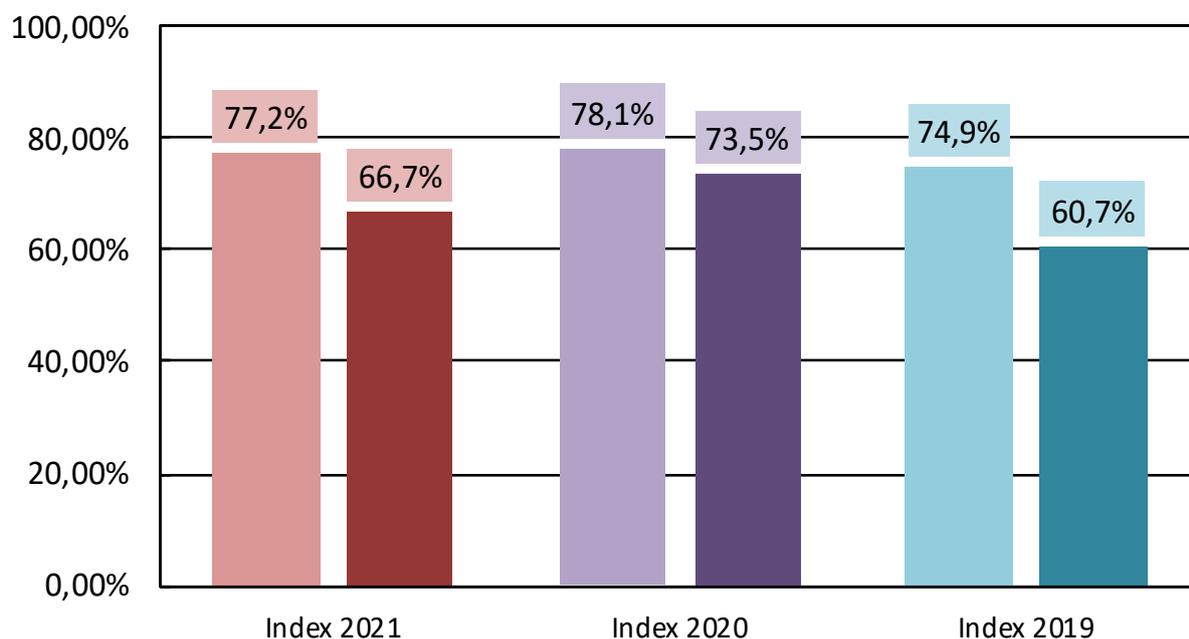


KOLLABORATION

Kollaboration ist die Basis für Innovation und damit die Grundvoraussetzung, die es braucht, um Europa & Österreich im Payment zu stärken. Damit sind diese Antworten der Kern der Analyse. Die Ausprägung der Kollaboration des eigenen Unternehmens (Selbstbild) wird bei 77,2% eingeschätzt - das ist ein hoher Wert. Tendenziell wird die eigene Einschätzung allerdings eher zu hoch angesetzt. Die Frage nach der Ausprägung der Kollaboration bei Konkurrenzunternehmen (Fremdbild) wird niedriger eingeschätzt. Der Index liegt hier bei 66,7%.

Beide Werte zeigen ein Potenzial zum Ausbau und zur Entwicklung von Kollaboration. Der Vergleich zu den Vorjahren weist ähnliche Werte und geringe Veränderungen aus. Die hohen Werte zeigen aber gleichzeitig, dass das Bedürfnis und die Notwendigkeit von Kollaboration vorhanden und erkannt werden. Die Expert:innen zeigen darüber hinaus die Bereitschaft (Zustimmung: 71,7%), zukünftige Kollaboration stärker zu forcieren.

KOLLABORATION 2021



* Selbst und Fremdbild (hell=Selbstbild, dunkel=Fremdbild) - eigenes Unternehmen und Mitbewerber der Branche.



Es werden weiterhin sehr hohe Hürden für Kollaboration ausgemacht. Alle Werte liegen über der Relevanzschwelle von 50%, was bedeutet, dass auch alle aufgezählten Punkte als Hürden empfunden werden.

Als größte Hürden in diesem Jahr wurden fehlende Kenntnisse über die Technologie und deren Funktionsweise (75,3%), Angst vor Kosten (73,6%), fehlende technische Voraussetzungen (70,5%) und Sicherheitsbedenken (70,5%) identifiziert. Die höchste Barriere aus der letzten Befragungen Unternehmenskultur (64,2%) ist im Vergleich zu 2019 und 2020 deutlich gesunken.

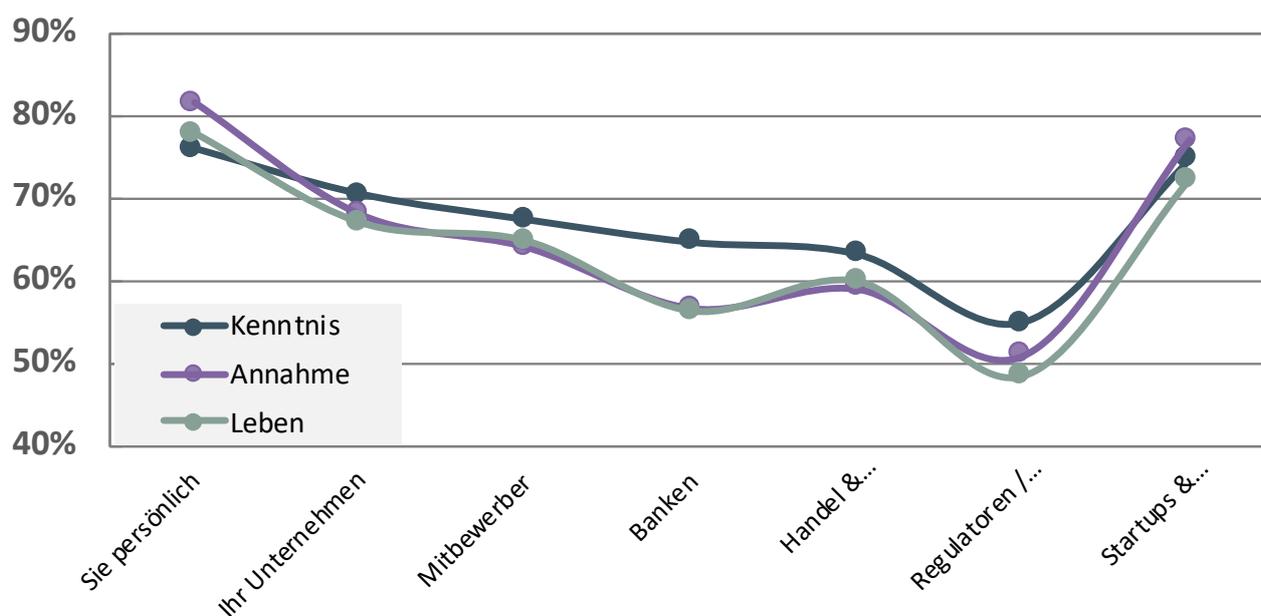
HÜRDEN FÜR KOLLABORATION

- mangelndes Vertrauen in mögliche Partner (64%)
- Sicherheitsbedenken (70,5%)
- fehlende Kenntnisse über die Technologie und deren Funktionsweise (75,3%)
- fehlende technische Voraussetzungen (70,5%)
- Zufrieden mit bisherigen Möglichkeiten (68,4%)
- Angst vor Kosten (73,6%)
- Mitarbeiter:innen - Mindset (67%)
- Unternehmenskultur (64,2%)
- Regularien (61,8%)

Kollaboration ist ein entscheidender Faktor für Innovationen. Aus diesem Grund gibt es vertiefende Analysen dazu. Basis der Analyse ist Kenntnis, Annahme, Leben: Was nicht im Kopf ist (Kenntnis), kann nicht ins Herz gelangen (Annahme) und in der Folge nicht umgesetzt werden (Leben). Diese drei Parameter wurden im Rahmen der Studie abgefragt. Es zeigt sich, dass die Werte bei den befragten Personen selbst hoch sind: Kenntnis (76,0 %), Annahme (81,6 %) und Leben (77,8 %).

Die einzelnen Stakeholdergruppen werden niedriger bewertet: die Kenntnis der Banken wird durchschnittlich mit 64,6% und des Handels mit 63,1% und der Regulatoren mit 54,9% eingeschätzt. Auch Annahme und Leben fallen entsprechend ab. Den Start-ups werden sowohl bei Kenntnis (74,7%) als auch bei Annahme (77,1%) und Leben (77,5%) hohe Werte zugeschrieben. Die Werte liegen bei Kenntnis und Annahme im Vergleich mit 2020 durchschnittlich leicht darunter, während die Werte bei Leben fast ident sind.

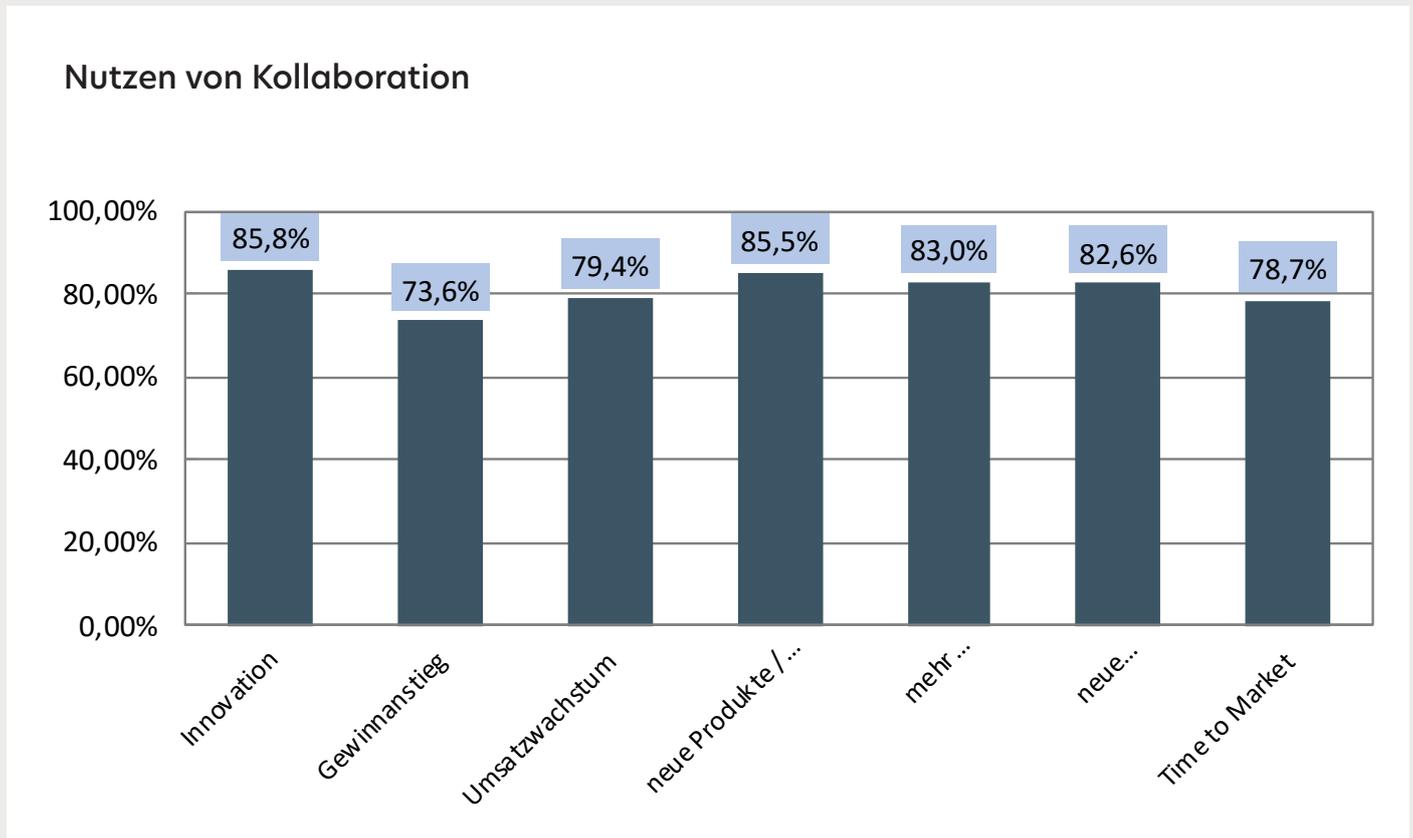
Kenntnis, Annahme und Leben von Kollaboration.



ZUSAMMENARBEIT IST HEUTE MEHR DEN JE SCHLÜSSELFAKTOR FÜR INNOVATION.

NUTZEN VON KOLLABORATION

Als größte Nutzen aus Kollaboration wurden „neue Produkte / neue Services“, „Innovation“, „mehr Kundenorientierung“ und „neue Geschäftszweige & -modelle“ identifiziert. Der Jahresvergleich zeigt, dass die selben Nutzen wie 2019 auch 2020 als die wichtigsten bewertet wurden. Die durchwegs hohen Werte lassen auf ein klares Verständnis zur Wichtigkeit von Kollaboration schließen.



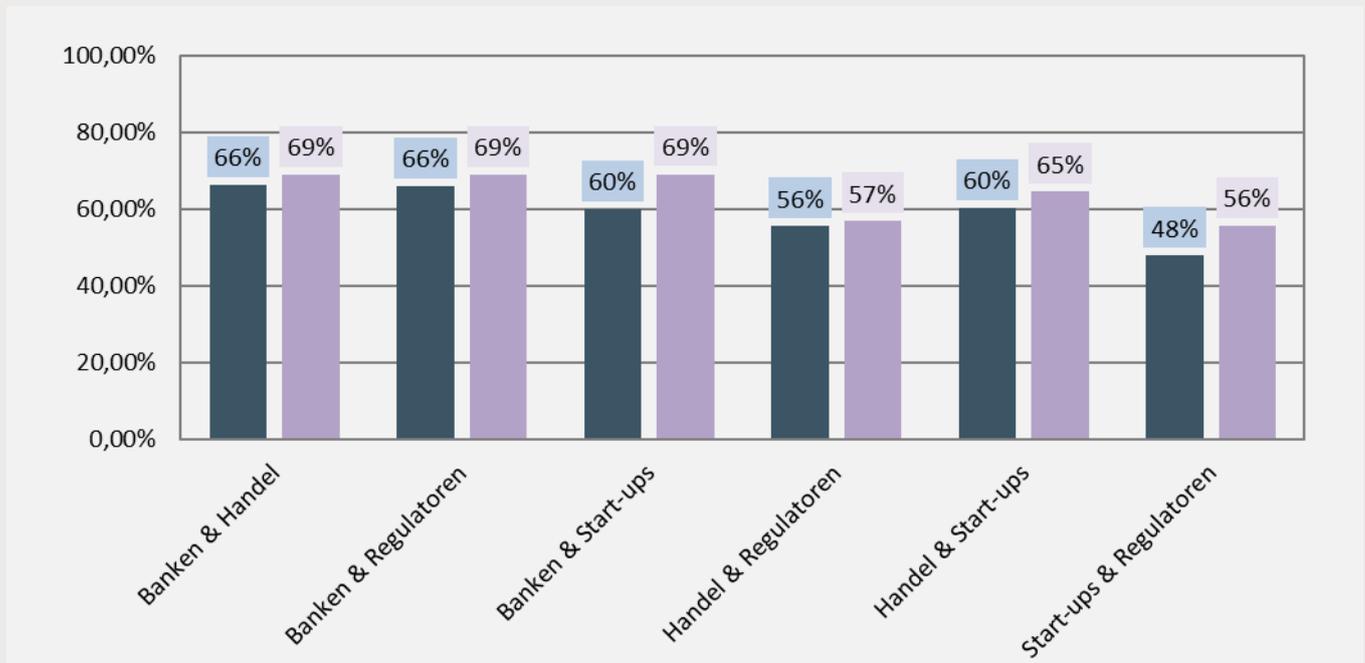
Zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes steht Payment als zentraler Faktor der (Volks-) Wirtschaft im Zentrum der Studie. Dazu sind große Veränderungsprozesse in der Wirtschaft nötig. Die Basis für Innovation ist Kollaboration.

Die nun folgenden Fragen decken die zusätzlichen Parameter zur Errechnung des Return on Communication ab. Der ROC ist die höchst aggregierte Kennzahl und wird seit 2018 errechnet. Der Gesamtwert basiert auf den 3 Parametern ROC Bekanntheit, ROC Positionierung und ROC Vertrauenskapital.

Über diese Kennzahl wird die Entwicklung des Veränderungsprozesses in den Köpfen des Ökosystems gemessen.

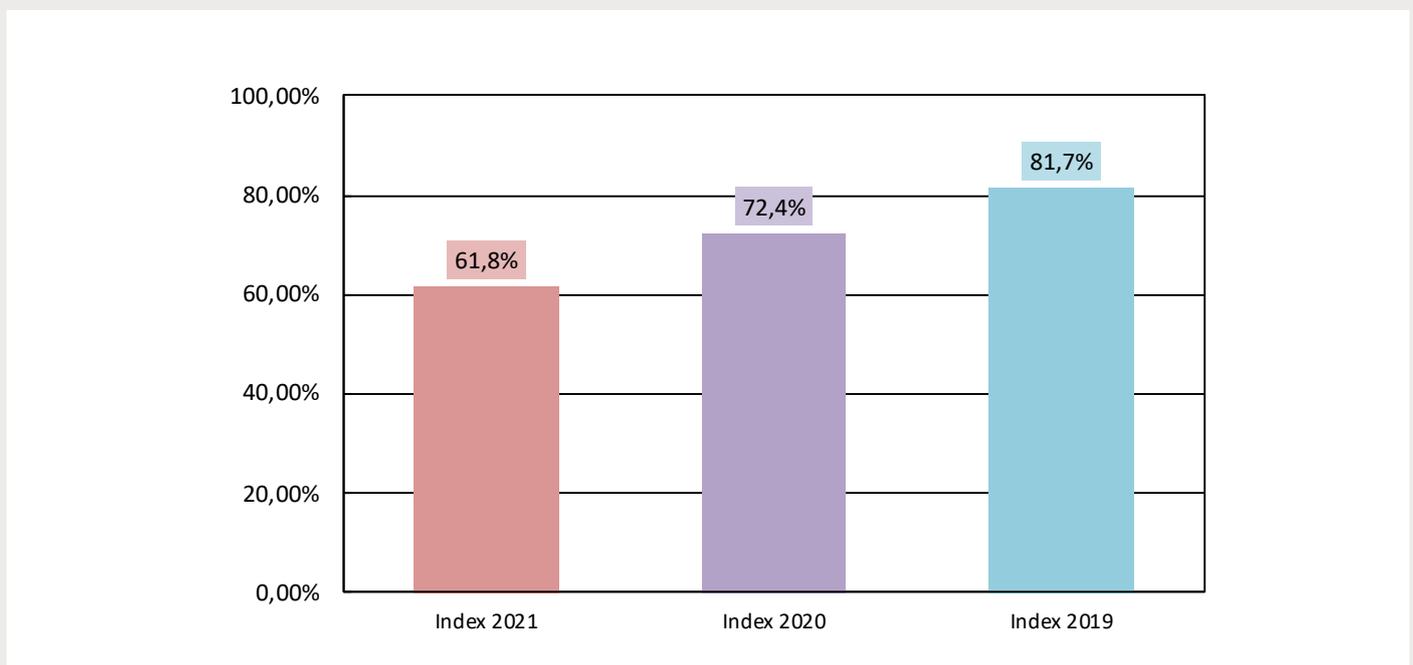
BEZIEHUNGSINDEX

Die Beziehungen werden durchwegs recht ähnlich bewertet und auch eher mittelmäßig gut. Am schlechtesten werden die Beziehungen zwischen Handel bzw. Startups und Regulatoren gesehen. Das spiegelt im großen und ganzen auch die Ergebnisse des letzten Jahres. Wobei die Bewertungen im Durchschnitt nochmals niedriger ausfallen.



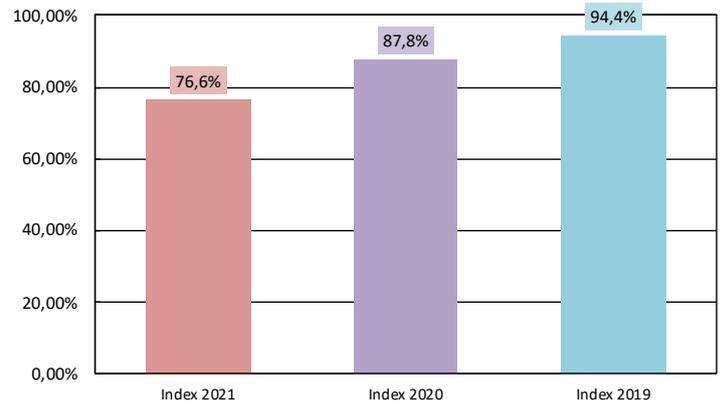
KARRIEREINDEX

Mit 61,8% liegt der Karriereindex in einem eher niedrigen Bereich. Im Vergleich zu den Vorjahren (2020: 72,4% / 2019: 81,7%) ist der Karriereindex deutlich gesunken. Dies ist aufgrund schwieriger wirtschaftlicher Verhältnisse aufgrund der COVID-Pandemie auch nachvollziehbar.



WEITEREMPFEHLUNGSINDEX

Der Weiterempfehlungsindex liegt mit 76,6 % auf einem recht hohen Wert. Die Experten empfehlen Kollaboration. Allerdings haben sich die Werte im Vergleich zu den Vorjahren etwas relativiert. Dieser Rückgang könnte ebenfalls auf ein vorsichtigeres Verhalten im Vergleich zu Pre-Pandemiezeiten zurückzuführen sein.

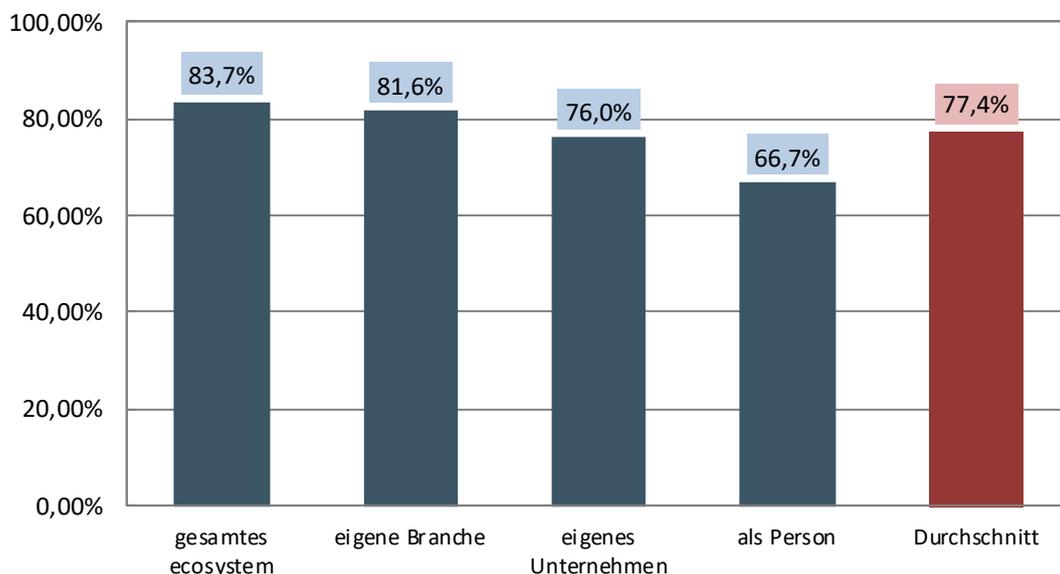
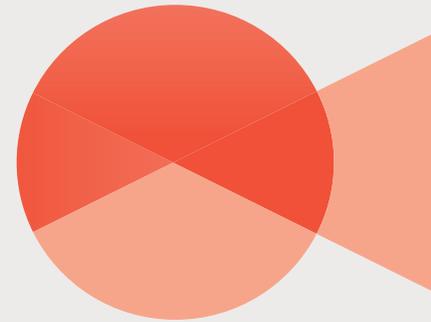


VERÄNDERUNGSBEDARF

Der Veränderungsbedarf durch die sich verändernde Payment-welt wird durchschnittlich mit 77% bewertet: Typisch ist der abnehmende Veränderungsbedarf vom gesamten Ökosystem Payment bis hin zur eigenen Person / wird doch die eigene Person stets besser bewertet.

Der Veränderungsbedarf der eigenen Person wird niedriger bewertet als jener des eigenen Unternehmens, jener des eigenen Unternehmens niedriger als jener der eigenen Branche bzw. jener der eigenen Branche niedriger als jener des gesamten Ökosystems Payment. Veränderung beginnt aber immer bei der eigenen Person.

Die Werte sind sehr ähnlich zu jenem aus dem letzten Jahr, Veränderungen brauchen allerdings Zeit.





ROC SUMMARY

Der ROC ist im Vergleich zum letzten Jahr leicht gesunken (2021: 55,4% / 2020: 57,9% / 2019: 61,1%).

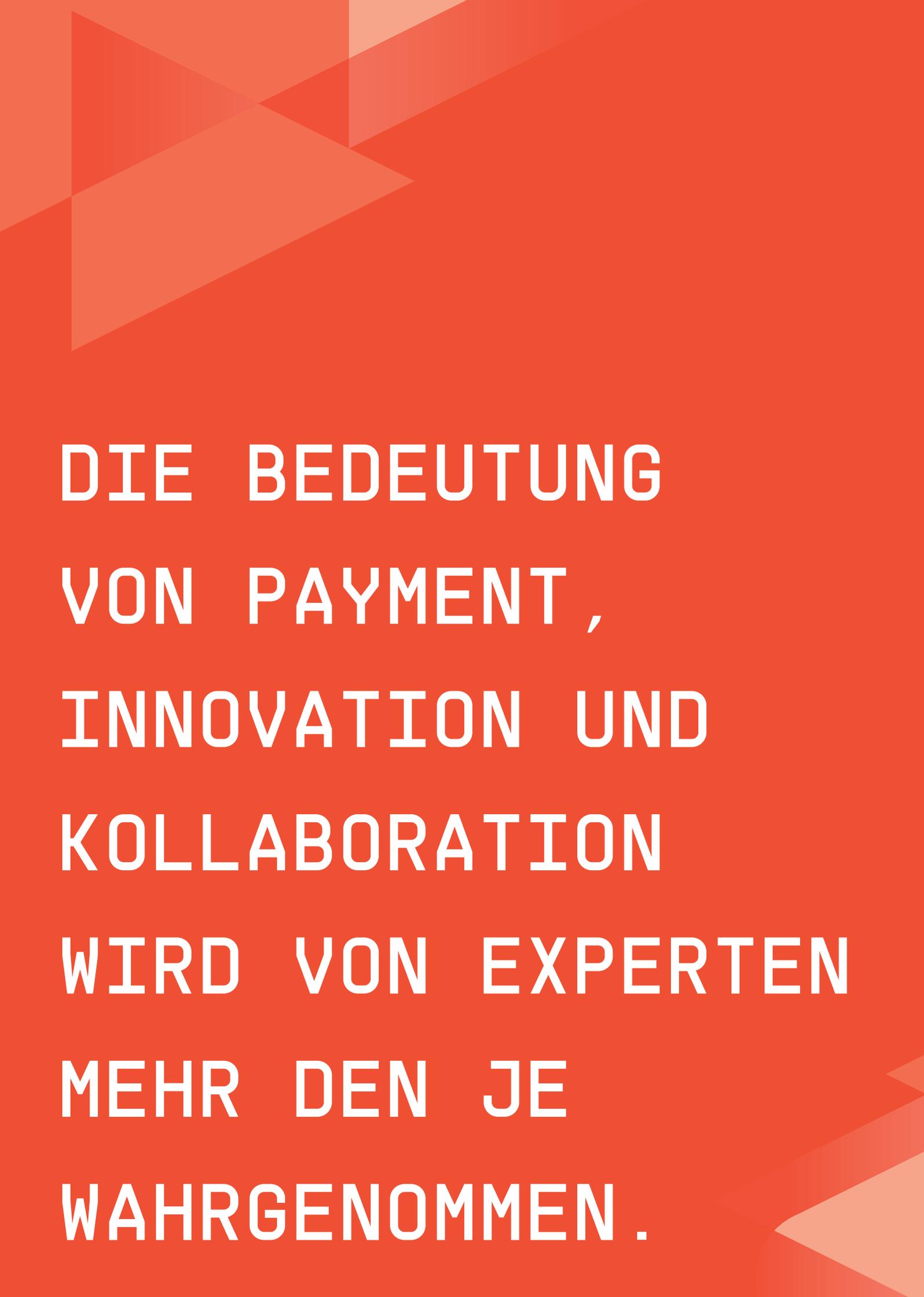
Während die ROC Bekanntheit leicht gesunken ist (2021: 67,3% / 2020: 69,6% / 2019: 73,0%) und die ROC Positionierung sogar gestiegen ist (2021: 81,2% / 2020: 74,6% / 2019: 73,2%), ist das Vertrauenskapital signifikant gesunken (2021: 65,9% / 2020: 74,8% / 2019: 81,5%).

Betrachtet man das Vertrauenskapital genauer, so ist zu sehen, dass sowohl der Weiterempfehlungsindex (2019: 94,4% / 2020: 87,8% / 2021: 76,6%), der Beziehungsindex (2019: 68,5% / 2020: 64,1% / 2021: 59,4%) als auch der Karriereindex (2019: 81,7% / 2020: 72,4% / 2021: 61,8%) gesunken sind. Die COVID19 Krise hat eine Vertrauenskrise ausgelöst. Dieser Abfall im Vertrauenskapital führt auch zu den sinkenden Werten im gesamten ROC.

Die vorliegenden Zahlen zeigen, dass das Thema & die Bedeutung von Payment, Innovation und Kollaboration von den Expert:innen erkannt wird. Die Entwicklung der letzten Jahre ist aber nicht sprunghaft, sondern langsam. „Die Aufholjagd hat begonnen“ stimmt zwar entsprechend den Antworten der Befragten, aber die Geschwindigkeit und Dynamik ist fraglich.

Die durch COVID-19 ausgelöste Vertrauenskrise hat den ROC nicht signifikant steigen lassen, im Gegenteil – es kam zu einer Reduktion. Das ist ein alarmierendes Zeichen, wenn man sich bewusst ist, was das für den Wirtschaftsstandort bedeuten kann! Fehlende Kollaboration verhindert Innovation und bedeutet potenziell ein Abrutschen des Wirtschaftsstandortes.

COVID-19 hat die Digitalisierung und das bargeldlose Bezahlen gepusht. Ohne europäische Lösungen profitieren davon US-amerikanische und chinesische Payment Anbieter. Das schwächt nicht nur den Wirtschaftsstandort generell, sondern das europäische Ökosystem, allen voran die Banken & Finanzinstitute, massiv.



**DIE BEDEUTUNG
VON PAYMENT,
INNOVATION UND
KOLLABORATION
WIRD VON EXPERTEN
MEHR DEN JE
WAHRGENOMMEN.**



P19

We work for a sustainable
European payment industry.
That is based on inclusive
collaboration & innovation.