

# Die Notwendigkeit eines sicheren Online-Bezahlensystems

-Verhältnis von Aufwand und Nutzen aus Sicht der Akteure –

Dr. Joachim Beckert  
HVB Luxembourg

HVB Luxembourg

A Bank of BNP Paribas

## Agenda

- Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld
- Klassische und digitale Bezahlensysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht
- Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen
- Fazit und Ausblick

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

- **Trotz der "E-Commerce" - Krise in den letzten beiden Jahren werden für E-Commerce im B2C Bereich weiterhin hohe Wachstumsraten prognostiziert wenn auch mit zeitlicher Streckung.**

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

- **Hauptverband des deutschen Einzelhandels 3/2002**

Im Jahre 2001 haben sich die Umsätze im Internet verdoppelt. Für 2002 erwartet der HDE Einkäufe im Internet im Wert von acht Milliarden EURO nach ca. 5 Milliarden EURO im Jahre 2001 (Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels 1,6%). Ein weiteres dynamisches Wachstum für die folgenden Jahre ist zu erwarten.....

- **Nielsen/Netratings; Global Internet Index 6/2002**

422,4 Millionen potentielle Kunden im Internet d.h. eine Steigerung gegenüber 2001 um 16% mit weiterem Potential.....

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

- *Trotz der "E-Commerce" - Krise in den letzten beiden Jahren werden dem E-Commerce im B2C Bereich weiterhin hohe Wachstumsraten prognostiziert wenn auch mit zeitlicher Streckung.*
- **Digitales Wirtschaften im Internet und im M-Commerce ist in den wesentlichen Phasen (Anbahnung /Verhandlung/ Kontrolle) in vielen Geschäftsmodellen inzwischen verwirklicht worden und .....funktioniert.**

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

- Softwarekauf im Internet seit vielen Jahren problemlos möglich und durchaus üblich.
- Alle großen Handelsriesen sind inzwischen mit durchaus erfolgreichen E-Shops im Internet vertreten.



Wirtschaftswoche Nr. 23 vom 30.05.2002

---

HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of the Group

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

- Softwarekauf im Internet seit vielen Jahren problemlos möglich und durchaus üblich.
- Alle großen Handelsriesen sind inzwischen mit durchaus erfolgreichen E-Shops im Internet vertreten.



- **Allerdings werden die Zahlungen noch häufig über klassische Zahlungsverfahren abgewickelt.**

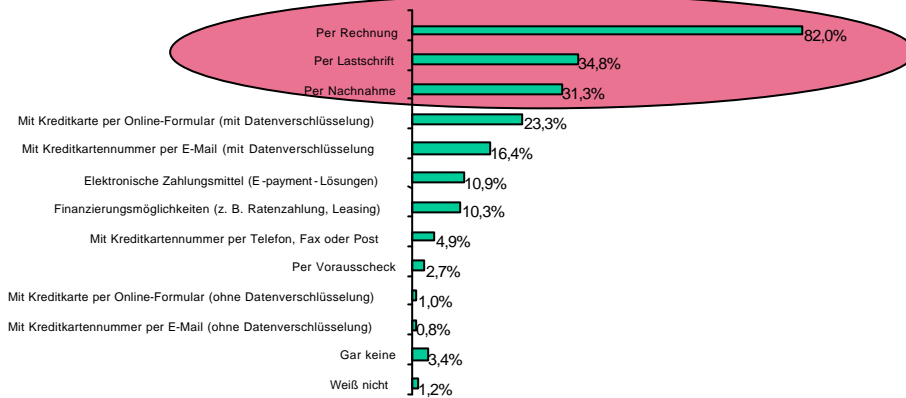
HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of the Group

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

„Welche online Zahlungsmethode würden Sie nutzen, wenn Sie im WWW einkaufen?“



Quelle: Fitkau und Maas, 06/01

HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of BNP Paribas

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

- Trotz der "E-Commerce" - Krise in den letzten beiden Jahren werden dem E-Commerce im B2C Bereich weiterhin hohe Wachstumsraten prognostiziert wenn auch mit zeitlicher Streckung.
- Digitales Wirtschaften im Internet bzw. im sog. M-Commerce ist in den wesentlichen Phasen (Anbahnung /Verhandlung/Kontrolle) in vielen Geschäftsmodellen inzwischen verwirklicht worden und .....funktioniert.
- Dabei werden zunehmend auch Geschäftsmodelle propagiert, die eine Vermarktung von Services und Content über elektronische Märkte zum Inhalt haben.

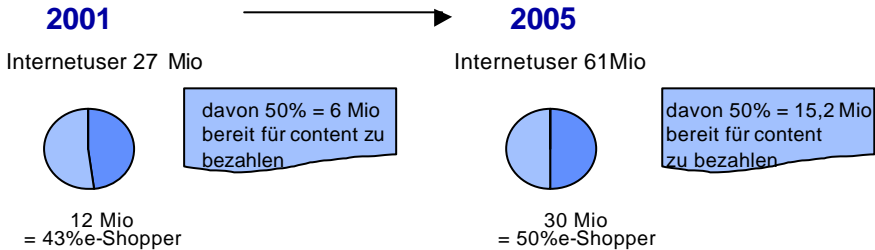
HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of BNP Paribas

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

Ca. die Hälfte der stetig steigenden Internetnutzerzahl kauft auch im Netz ein. Jeder Zweite wäre dabei auch bereit, etwas für **content** zu bezahlen.



Quellen: Forrester, Gardner, GFK, fittkau & maaß, WMA

**Voraussetzung: Die Verfügbarkeit und Akzeptanz von Zahlungssystemen auch für Kleinstbeträge "Micropaymentsysteme"**

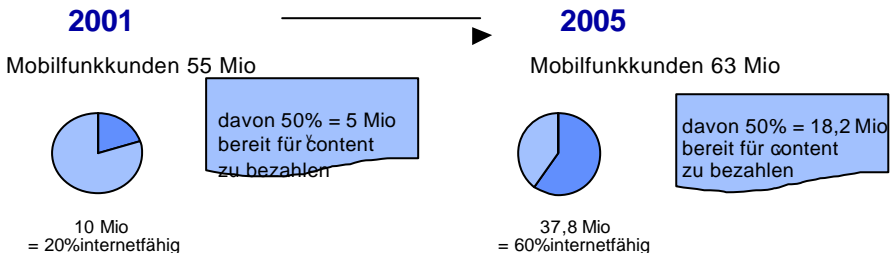
HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of 2008 Group

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

Auf der Mobilfunkseite zeigt sich ein ähnliches Bild, wobei davon ausgegangen wird, daß im Jahre 2005 ca. 60 % der Handies internetfähig sind:



Quellen: Forrester, Gardner, GFK, fittkau & maaß, WMA

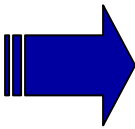
**Voraussetzung: Die Verfügbarkeit und Akzeptanz von Zahlungssystemen auch für Kleinstbeträge "Micropaymentsysteme"**

HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of 2008 Group

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

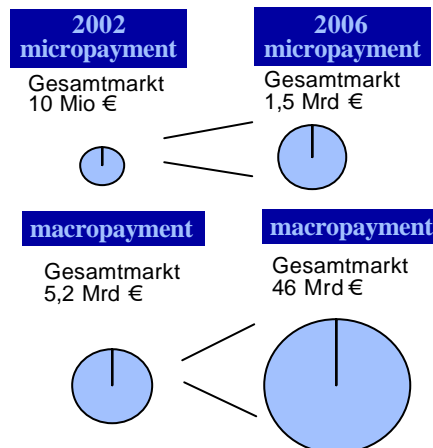


Für die Entwicklung eines verbraucherorientierten elektronischen Geschäftsverkehr im Internet sind sichere elektronische Zahlungssysteme unabdingbar!

Für eine vollumfänglich Nutzung der Möglichkeiten elektronischer Marktplätze müssen auch Zahlungssysteme bereitgestellt werden, die für Kleinbeträge geeignet sind und gegebenenfalls auch anonym funktionieren.

## Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld

**Marktvolumen und Marktwachstum** für elektronische Zahlungssysteme werden sowohl für Kleinbeträge als auch für „größere“ Zahlungsvorgänge sehr positiv gesehen .

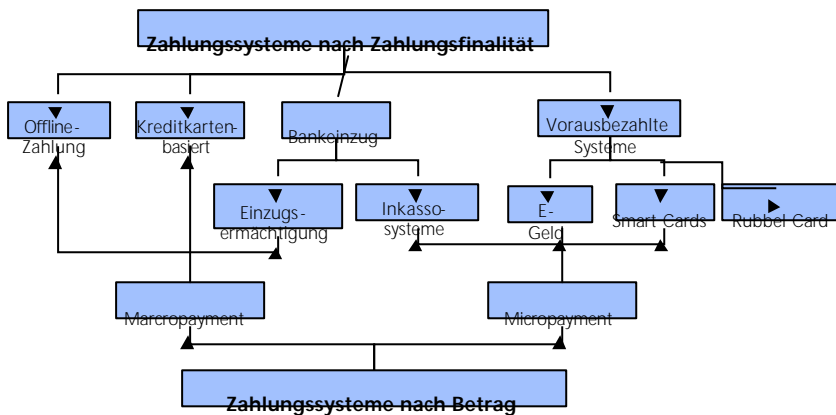


Quellen: WMA Research, e-Forester, Gartner, GoldMedia, verschiedene andere Studien, Basis: Deutschland

# Agenda

- *Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld*
- **Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht**

## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

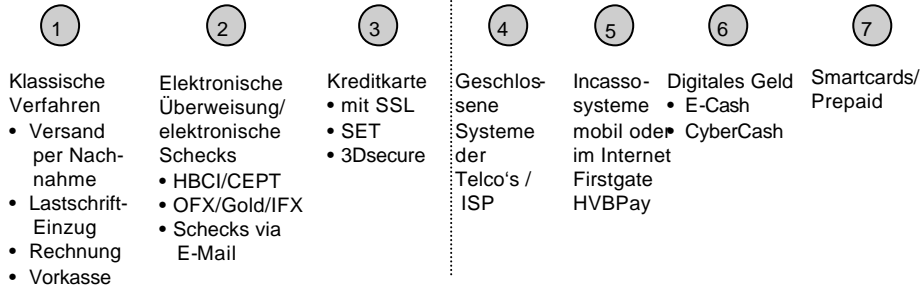


## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

### Bezahlssysteme technisch

klassisch

digital



## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

### Bezahlssysteme nach Verfügbarkeit und Marktabdeckung

- Klassische Bezahlssysteme
- Geschlossene Systeme
- Intermediäre

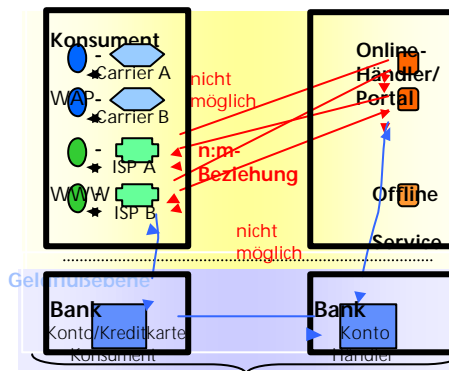
## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

### Klassische Bezahlssysteme:

- ❑ der Kunde muß mit jedem Händler Daten austauschen - und umgekehrt
- ❑ die nachwievor häufig verwendete Lastschrift ist für die Händler aus Risikogesichtspunkten unbefriedigend
- ❑ die SET-Lösung der Kreditkarten ist dem Kunden zu umständlich. VISA ersetzt diese durch 3D-Secure (Online-Authorisierung)
- ❑ Für die Händler teuer (Kreditkarte) und/oder risikoreich (Lastschrift oder Rechnung)!

## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

Die **klassischen Bezahlverfahren** schaffen am Markt **n:m** Beziehungen: Für Kunden und Händler ein aufwendiger Prozess, der den Markt behindert.



Heutiges Modell

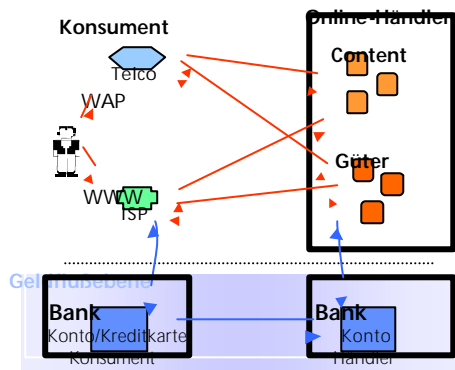
## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

### Geschlossene Bezahlssysteme:

- ❑ der Kunde muß für seine Zugangswege mit unterschiedlichen Lösungen in Kontrakt treten
- ❑ die Händler müssen die Zahlungs-Lösungen aller Telcos und ISPs anbieten
- ❑ Scoring und Risiko bleiben bei den meisten Lösungen weitestgehend beim Händler
- ❑ keine durchgängigen Lösungen für micro- und macro-payment
- ❑ es partizipieren nur noch die Banken, die mit den payment-Systemen kooperieren

## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

**Geschlossene Lösungen** der reduzieren die Beziehungen, erleichtern dem Kunden das Leben innerhalb des geschlossenen Systems. Die Händlerbedürfnisse decken die Systeme nicht ab.



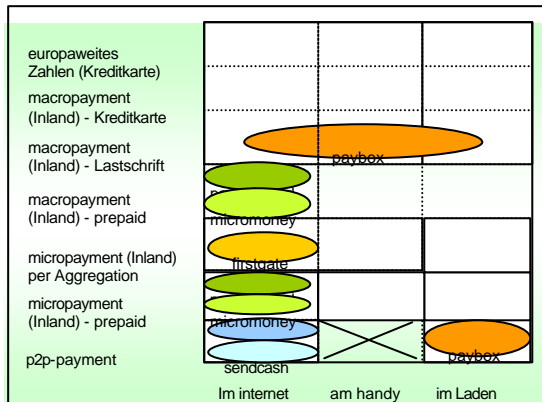
## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

### Intermediäre:

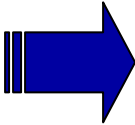
- es werden i.d.R. nicht alle Bezahlarten abgedeckt
- es werden meist nur macro- oder micro-Zahlungen unterstützt
- die Zahlung kann oft nur im Internet oder per Handy erfolgen
- nur wenige Systeme tragen dem „grenzenlosen“ internationalen Netz Rechnung
- Bei Prepaid-Lösungen sind anonyme Zahlungen möglich

## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

Auch die **unabhängige Systeme**, die als Intermediär die Händler/Kundenbeziehung erleichtern, decken den Markt meist nur in Teilaspekten ab.



## Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht

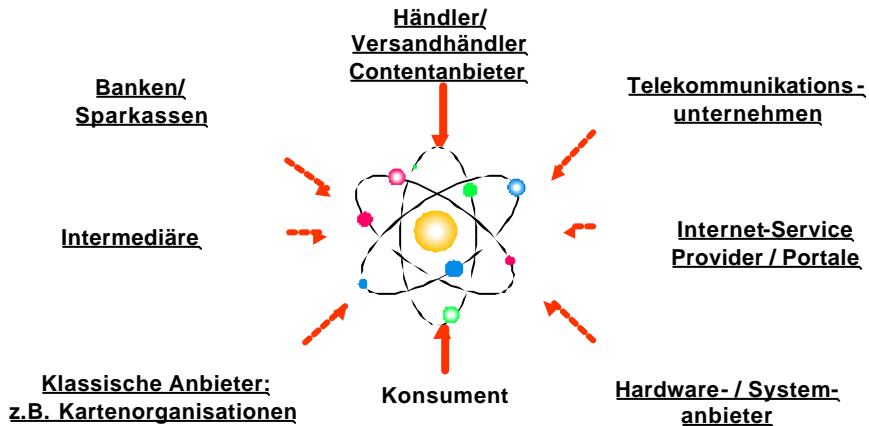


Die derzeitigen klassischen oder digitalen Bezahlssysteme können die Anforderungen des E-Business im B2C-Bereich noch nicht vollständig abdecken. Zudem wird aufgrund der Vielzahl der mehr oder weniger etablierten digitalen Payment-Lösungen ein Ausleseprozeß stattfinden wobei unklar ist, welche Lösungen welcher Anbieter sich durchsetzen werden.

## Agenda

- *Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld*
- *Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht*
- **Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen**

## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen



## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen

### Interessen der Händler/Versandhändler/Contentanbieter

- Minimierung des Aufwands / Kosten für den Zahlungsverkehr
- Belastung mit möglichst geringem Disagio
- Minimierung des Zahlungsrisikos
- simple Installation der notwendigen Software
- Abdeckung eines großen Kundenspektrums mit möglichst wenig Varianten
- hohe Akzeptanz des Zahlungsvermittlers



**Sicher, einfach, universell und kostengünstig**

## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen

### Interessen der Konsumenten

- einfache Bedienung, möglichst ohne Software/Hardware-Installation
- Vertrauen in Zahlungsverkehr-Dienstleister
- Vertrauen in Händler
- kein virtuelles Geld wie z.B. Cyber-Coins
- hohe Verbreitung/Akzeptanz bei Händlern
- ein Medium für alle Zugangsformen (Real, Internet, Mobil)
- keine Zusatzkosten



**Sicher, einfach, universell und kostengünstig**

## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen

### Interessen der Banken / Sparkassen

- Sicherung des Zahlungsverkehrs als Banken-Domäne
- Einbringung Kundenvertrauen
- Einbringung Risikomanagement-Kompetenz
- Erschließung neuer Ertragsquellen
- Erhöhung der Auslastung der bestehenden Infrastruktur

### Interessen der Kartenorganisationen

- Position im Zahlungsverkehr sichern und weiter ausbauen
- Erhöhung der Auslastung der bestehenden Infrastruktur

## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen

### Interessen der Portalbetreiber

- Erhöhung des Traffics auf den Seiten
- Bindung der Kooperationspartner

### TelCos (Netzanbieter) und ISPs

- Erhöhung der Kundenbindung
  - Erschließen neuer Ertragsquellen
  - Nutzung der eigenen Billingssysteme zur Abrechnung von Einkäufen
  - verstärkte Nutzung der Kundendaten zu gezielter Ansprache
  - SIM-Karte als Trägermedium für Funktionen wie Zahlen und Signieren
- 

## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen

### Hardwareanbieter / Systemanbieter

- Mobil/PDA: Sicherung von weiterhin hohen Absatzzahlen bei Handys etc.
- Kartenleser: Penetration Hardware-basierte Lösungen auch auf Kundenseite um Absatz der Geräte zu sichern
- Realisierung von Softwarelösungen und weiterer Spezialfunktionen

### Intermediäre

- Realisierung neuer Geschäftsideen
  - Bau universeller Lösungen (e;m;real)
  - Schnelle Marktdurchdringung
-

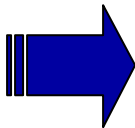
## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen

### Ausgangslage für Etablierung und Betreiben einer Paymentlösung

	Marktaspekte		Prozess-Knowhow			Gesetz	Gesamt
	Kritische Kundenbasis	große Händlerbasis	Transaktionsabwicklung	Risiko-management	Clearing	Banklizenz	
Telcos	●	○	◐	◐	○	○	◐
SP's / Portale	●	○	◐	○	○	○	◐
Banken/Sparkassen	○	◐	●	●	●	●	◐
Intermediäre	○	○	◐	◐	○	○	○
Händler / Content-anbieter	◐	○	◐	◐	○	○	○
klass. Paym. Anbieter / Betreiber	◐	●	●	◐	◐	○	●

Quelle: HVB Research /WMA

## Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen



**Die großen Telekommunikationsunternehmen, die Internet Service Provider sowie die klassischen Anbieter/Betreiber haben beim Wettbewerbsfaktor „Kunden- und Händlerbasis“ die besten Voraussetzungen zur Durchsetzung von Standards. Defizite in den anderen Wettbewerbsfaktoren könnten durch Kooperationen ausgeglichen werden.**

## Agenda

- *Neue Herausforderungen durch digitales Wirtschaften mit digitalem Geld*
- *Klassische und digitale Bezahlssysteme aus einzel- und gesamtwirtschaftlicher Sicht*
- *Akteure digitalen Wirtschaftens und ihre Interessen*
- **Fazit und Ausblick**

## Fazit / Ausblick

- **Der Markt der Online-Bezahlssysteme ist nach wie vor „unsortiert“. Händler wie auch Kunden reagieren noch zurückhaltend auch als Reaktion auf die Vielzahl unterschiedlicher Ansätze, so daß klassische, konventionelle Bezahlverfahren noch weiterhin dominieren.**
- **Einzel- wie auch Gesamtwirtschaftlich ist der wichtigste Erfolgsfaktor für die Durchsetzung und Etablierung von Online-Bezahlssystemen die Marktdurchdringung auf Händler- und Kundenseite. Nennenswerte Marktanteile wird aber nur erzielen, wer sämtliche Zugangskanäle, aller Arten von Gütern und alle gewünschten Bezahlarten unterstützt. Hier liegen die Chancen der sog. Intermediäre aber auch der Banken, über Kooperationen Kernkompetenzen in diesem Bereich einzubringen.**

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit**

---

HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of HVB Group

**HVB Luxembourg**

A Bank of HVB Group

---

HVB Luxembourg /  
Dr. J. Beckert

HVB Luxembourg

A Bank of HVB Group