

Montag, 1. März 2021

## Das digitale Zahlungsverhalten der Generation Y in Deutschland

Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zur Identifikation und Anwendung digitaler Bezahloptionen



*Dr. Patrick Hedfeld, Senior Projektleiter*

*Deutsche Leasing, FOM Hochschule,*



*Stefan Fuller (M. Sc.), FOM Hochschule*

*Frankfurt am Main,*

Dieser Beitrag ist noch nicht unter Ihren Favoriten. Ändern Sie dies jetzt:

[Beitrag favorisieren](#)

### Produkte zum Thema:

 **Cloud Computing: Regulatorik vs. Praxis**

299,00 € exkl. 19 %

12.04.2021


[Anzeigen](#)

 **Aktuelle Praxisprobleme in Kontoführung & Zahlungsverkehr**

299,00 € exkl. 19 %

04.11.2021

[Anzeigen](#)

 **Digitale Authentifizierung: Pflichten und praxisnahe Möglichkeiten**

299,00 € exkl. 19 %

16.11.2021

[Anzeigen](#)

 **Kommentar zum Zahlungsverkehrsrecht 3. Auflage**

249,00 € inkl. 7 %

[Anzeigen](#)



Prof. Dietmar Pfaff, Geschäftsführer der

infomarketing Gesellschaft für Informationsanalyse und Marketingberatung mbH,  
Frankfurt am Main

## I. Einleitung

Die Digitalisierung erreicht einen immer größeren Stellenwert in unserer Gesellschaft und der gesamten Wirtschaft. Die Umwandlung analoger Werte in digitale Formate lässt sich in allen Bereichen des täglichen Lebens beobachten. Eine Ausprägung der Digitalisierung im Finanzbereich ist die Existenz von digitalem Geld, welches in Form von Bits und Bytes in einem Netzwerk verbundener Computer besteht. Es ist im Gegensatz zu Bargeld nicht physisch greifbar. Eng verbunden mit diesem auch als E-Cash bezeichneten Zahlungsmittel ist der digitale Zahlungsverkehr bzw. das Digital Payment, auch Cashless Payment genannt. Digital Payment versteht sich als elektronische Transformation von Werten ohne papiergebundene Zahlungsmittel und ohne Bargeld<sup>[1]</sup>.

Bereits 2016 wurden EU-weit ca. 122 Mrd. bargeldlose Transaktionen abgewickelt. Das sind, statistisch gesehen, über 3.800 Abwicklungen pro Sekunde<sup>[2]</sup>. Für Banken und Unternehmen ergibt sich ein Vorteil gegenüber der Konkurrenz, wenn den Kunden die Möglichkeit gegeben wird, beispielsweise mit Apple Pay zahlen zu können, kontaktlos, sicher und schnell. Die reine Anzahl der unbaren Bezahlvorgänge sowie die dazugehörigen Volumina verdeutlichen eindrucksvoll, dass der digitale Zahlungsverkehr in Europa einen hohen Stellenwert genießt.

Diese Entwicklung wird nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie und dazugehörige Marketingstrategien beeinflusst. Auch der Anstieg des Online-Handels in den vergangenen Jahren, vor allem aber seit März 2020, lässt die Popularität der Zahlungsvorgänge im Internet oder mit Hilfe von Smartphones stetig steigen. Gerade im stark wachsenden Online-Handel spielt neben einer intuitiven Navigation die einfache und sichere Bezahlmöglichkeit eine entscheidende Rolle. Einen nicht zu vernachlässigenden Teil trägt die Entwicklung der mobilen Zahlungsmöglichkeiten dazu bei. Während vor wenigen Jahren lediglich PayPal popularisierte, erobern **Apple Pay** und Co. momentan das Internet. Auch WeChat Pay und Ali Pay bilden eine neue Möglichkeit des Bezahls im Internet bzw. per Smartphone.

In Zukunft werden chinesische Apps wie Alibaba Pay oder WeChat sowie Apple, Amazon und Google Pay die direkte Zahlung für digitale und analoge Angebote ermöglichen. Kryptowährungen wie Bitcoin sind auch bei digitalen Zahlungen auf dem Vormarsch<sup>[3]</sup>.

Die damit verbundene Diskussion über die Abschaffung oder zumindest die schrittweise Verringerung des Einflusses von Bargeld gehört zu den am meisten beachteten der jüngeren Vergangenheit. Der Beschluss der Europäischen Zentralbank, keine neuen 500-Euro-Scheine mehr in Umlauf zu bringen, dürfte Bargeldgegner in ganz Europa freuen. Auch in Deutschland gibt es mittlerweile wachsendes Interesse an modernen Bezahlverfahren, allen voran am sogenannten

## Beiträge zum Thema:

### Digitalisierung und Spenden

Teile unserer Gesellschaft sind auf direkte Geldspenden in Form von Bargeld angewiesen, jedoch verändern neue Technologien im Bereich Mobile Payments, wie Apple Pay oder Google Pay, die das Bezahlen mit dem Smartphone möglich machen, die Art des Bezahls und die Verbreitung von Bargeld. Abgeleitet aus diesen Entwicklungen wurde untersucht, wie sich Geldspenden in einer digitalen Welt verändern werden und welche Veränderungen die Digitalisierung für das Spendenverhalten der Menschen in einer Gesellschaft bedeutet.

29.05.2020

[Lesen](#)

### Generation Z - die neue Herausforderung in den Ausbildungsbetrieben

Wie sich Unternehmen erfolgreich der neuen Herausforderung stellen. Wolfgang Schmidt, Jahrgang 1963, Systemischer Coach und Therapeut. &nb

29.11.2019

[Lesen](#)

### Mehr als nur ein Forum!

In der CURE Finanz-Community geht es ausschließlich um Praxis-finanzen: Von optimierter Abrechnung und Einkauf bis Gehälter und Entnahmen und Steuer und Vermögen - alles rund um Finanzen für Heilberufe.

05.05.2021

[Lesen](#)

Mobile Payment. Es handelt sich hierbei um Zahlungen, die mit Hilfe von mobilen Endgeräten, z. B. Smartphones oder Tablets, ausgeführt werden. Bereits jeder dritte Bundesbürger hat 2019 Erfahrungen mit dem Bezahlen per Mobiltelefon gesammelt. Auch das Bezahlen per Apple Watch oder anderen Smart Watches wird immer mehr genutzt. Interessant ist hierbei zu untersuchen, welche Personen die digitale Möglichkeit des Bezahlens nutzen und was sie dazu bewegt.

## II. Der aktuelle Stand des bargeldlosen Zahlungsverkehrs

Hierzu sind für ein Verständnis digitaler Zahlungsmethoden zunächst die historische Entwicklung und der aktuelle Stand des bargeldlosen Zahlungsverkehrs zu erklären. Dann kann in einem zweiten Schritt auf die Zielgruppe der zu untersuchenden Generation Y eingegangen werden. Hierzu wird nachfolgend eine empirische Untersuchung vorgestellt.

Unter digitalem Zahlungsverhalten wird immer die Transaktionsabwicklung mit unbaren Mitteln, also ohne die Verwendung von Bargeld, verstanden. Somit ist der bereits erwähnte Tatbestand des Cashless Payments gegeben. Dem bereits mehrere Jahrhunderte bzw. Jahrtausende alten Papier- und Münzgeld stehen somit die Instrumente des elektronischen Zahlungsverkehrs gegenüber[4].

Hier sind an erster Stelle die Debit- und Kreditkarten zu nennen, welche weltweit die beliebtesten Vertreter digitaler Bezahlmethoden darstellen[5]. Sobald also ein beliebiges Produkt mittels Kreditkarte gekauft wird, unabhängig davon, ob die Bezahlung über einen Onlineshop im Internet oder direkt am Point of Sale erfolgt, handelt es sich um Electronic Payment[6].

**Mobile Payment**, also das Bezahlen per Smartphone oder Tablet, steht aufgrund der Aktualität und globalen Ausbreitung gewissermaßen im Mittelpunkt der Forschung und gilt als interessanteste Kategorie des Online-Handels[7]. Mobile Payment-Zahlungssysteme, zu denen unter anderem Google Pay und Apple Pay gehören, nutzen internationale Übertragungsstandards, um ihre Dienste den Kunden zur Verfügung zu stellen. Der wohl bekannteste Vertreter ist die Near Field Communication (NFC). Die zweite weit verbreitete Möglichkeit zur Übertragung stellen die QR-Codes dar, die als weiterentwickelte Variante der Barcodes angesehen werden können[8].

Bereits vor einigen Jahren haben Tech-Giganten wie Apple oder Google das enorme Potenzial erkannt, welches sich für sie ergibt, sobald Nutzer mit firmeneigenen Wallets bezahlen. Sie gehören zu den sogenannten „non-bank payment service providers“ (NBPSP), die zwar primär andere Geschäftsmodelle als klassische Banken haben, jedoch mittlerweile zusätzlich Bezahlösungen für Jedermann anbieten. Wie kam es zu dieser Weiterentwicklung des „klassischen Geldes“ und was wird darunter überhaupt verstanden? Geld dient als Recheneinheit, Wertspeicher und Tauschmittel. Trotz der Existenz von Münzgeld seit über 2.000 Jahren dauerte es bis zum 17. Jahrhundert, bevor erste Geldscheine in Umlauf gebracht wurden: Die schwedische Riksbank druckte im Jahr 1661 die ersten Banknoten, die 1694 gegründete Bank of England und die 1695 gegründete Bank of Scotland zogen nach[9].

Mit Ausnahme von Kreditkarten, welche ab Mitte des 20. Jahrhunderts aufkamen, und Debitkarten, die ab Ende der 1960er Jahre mit der zunehmenden Verbreitung von Geldautomaten ausgegeben wurden, dauerte es bis Ende der 1980er Jahre, ehe



### Aktueller Stand (un-)zulässiger Entgelte im Zahlungsverkehrsrecht

Das Bankrecht mit seinen Teilbereichen ist von schnellen Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung geprägt. Dies gilt gerade für das Zahlungsverkehrsrecht und hier insbesondere für die (un-)zulässigen Entgelte. Dieser Beitrag gibt einen aktuellen Überblick über neue gesetzliche Regelungen und Gerichtsentscheidungen zum Zahlungsverkehrsrecht.

16.04.2021

Lesen



### Vereinbarung von Zusatzentgelten für Einschaltung von PayPal zulässig

Mit Urte. v. 25.03.2021, Az. I ZR 203/19, hat der BGH entschieden, dass Unternehmen für Online-Bezahlungen über „PayPal“ oder „Sofortüberweisung“ Zusatzentgelte von ihren Kunden verlangen dürfen.

08.04.2021

Lesen



### Geschäftsmodellanalyse und Profitabilität

Ist Ihre Bank profitabel? Michael Endmann, Direktor Gesamtbanksteuerung, Stadtparkasse München im Nachgang der Finanzmarkt- und Staatsschuldenkrise, in deren

25.02.2019

Lesen

erneut von einer echten „**Banking-Revolution**“ gesprochen werden konnte: Der Zugriff auf Bankdaten mittels proprietär installierter Software auf PCs kann als Vorläufer des heutigen Internet Bankings angesehen werden<sup>[10]</sup>.

Jedoch lässt sich bei Online-Einkäufen beobachten, dass weniger als zehn Prozent der Deutschen Kreditkarten als präferiertes Zahlungsmittel angeben. Dies kann vor allem damit begründet werden, dass Kreditkartenzahlungen als verhältnismäßig unsicher wahrgenommen werden, besonders im Vergleich zum beliebten Zahlungsdienstleister PayPal.

Die Zahlungsmöglichkeit **PayPal** löst in einem Kunden auch eine gewisse Sicherheit aus und dient daher als Marketinginstrument, um dem Kunden den Online-Kauf so bequem und sicher wie möglich zu gestalten und diesen vom Kauf im Onlineshop zu überzeugen.

Kryptowährungen beispielsweise zählen auch heute noch zu den exotischen Alternativen der Rechnungsbegleichung. Die Hauptgründe für die geringe Beliebtheit dürften die spärliche Akzeptanz bei Online-Händlern sowie ein erforderliches technisches Know-how auf Anwenderseite sein. Der Großteil der Kunden scheint mit den existierenden Bezahloptionen zufrieden zu sein und sieht daher keinen Handlungsbedarf, sich mit Bitcoin oder anderen digitalen Währungen auseinanderzusetzen<sup>[11]</sup>.

Die Vorteile digitaler Bezahlverfahren liegen auf der Hand: Die Notwendigkeit, mehrere Plastikkarten im Portemonnaie mit sich herumzutragen, entfällt. Selbiges gilt ebenfalls für Scheine und Münzen, welche durch Mobile Payment obsolet werden. Einige Studien sprechen bereits von einer durchschnittlichen Zeitersparnis von 15 bis 30 Sekunden pro Bezahlvorgang im Vergleich zu herkömmlichen Methoden.

Vor allem der Faktor Zeit ist für die heutigen jüngeren Generationen ein entscheidender. Während immer mehr Menschen versuchen, sich möglichst viel Freizeit zu verschaffen, benötigen andere ihre Zeit, um Karriere zu machen. Daher wird bei alltäglichen Dingen versucht, überall Zeit einzusparen.

Im Gegensatz zur vorherrschenden Meinung vieler Bundesbürger sind Abwicklungen per Smartphone nicht unsicherer, sondern sicherer im Vergleich zu Bar- oder Kartenzahlungen: Ein im mobilen Endgerät verbauter Chip generiert einen einzigartigen Authentifizierungs-Code, welcher nur für die derzeitige Transaktion gültig ist<sup>[12]</sup>.

Dies stellt einen klaren Sicherheitsvorteil gegenüber Plastikkarten dar. Der Megatrend der Sicherheit ist in allen Generationen stark vertreten und beeinflusst unser gesamtes Leben. Daher wird vor allem mit Bezug auf Geld und Daten auf Sicherheit geachtet.

Besonders bei den jüngeren Generationen lässt sich gut beobachten, dass es eine klare Verschiebung von bewährten Strukturen und Verfahren hin zu moderneren Methoden gibt: Bereits im Jahr 2016 sagten 26 % der Befragten aus, dass Anbieter wie PayPal im täglichen Gebrauch deutlich wichtiger als beispielsweise die Dienste von klassischen Banken sind<sup>[13]</sup>. Dies sollte den Kreditgebern als eine Art Warnung dienen und verdeutlicht gleichzeitig, dass auf dem Gebiet der Digitalisierung noch Nachholbedarf besteht.

Generell stehen die Deutschen neuen Bezahlmodellen und -optionen jedoch noch immer skeptisch gegenüber, trotz wachsender Neugier und ansteigendem Bekanntheitsgrad: Fast jeder zweite Befragte einer Studie von 2019 schließt demnach die Benutzung seines mobilen Endgerätes zum Bezahlen kategorisch aus. Weitere elf Prozent scheinen sich bisher noch keine Gedanken über die bestehenden Möglichkeiten von Mobile Payment gemacht zu haben. Diese Antworten können damit erklärt werden, dass zum einen das Vertrauen in Mobile

Payment am physischen Point of Sale nach wie vor fehlt, und zum anderen auf attraktive Alternativen aufgrund einer guten Karteninfrastruktur und einer generell hohen Bargeldnutzung zurückgegriffen werden kann[14].

Ungeachtet dessen lassen sich bestimmte Unterschiede im Zahlungsverhalten feststellen, vor allem zwischen älteren und jüngeren Personen: Nur noch knapp 41 % der 18- bis 29-Jährigen würden einen Betrag von 20 € typischerweise in bar bezahlen, im Gegensatz zu 64 % der 50- bis 69-Jährigen[15].

Die Verunsicherung bezüglich digitaler Bezahlalternativen ist hierzulande nach wie vor groß. Dies lässt sich durch Anfang 2020 veröffentlichte Umfragewerte veranschaulichen, welche belegen, dass ein beträchtlicher Teil der Bevölkerung die diversen Bezahl-Apps zwar kennt, kaum jemand sie allerdings regelmäßig nutzt. So gaben beispielsweise 46 % der Befragten an, **Google Pay** zu kennen, nur fünf Prozent der Teilnehmer nutzen jedoch diesen Service. Für Apple Pay ergibt sich ein ähnliches Bild: 40 % Bekanntheit, aber nur vier Prozent Nutzung[16].

Die bisher geringen Nutzerzahlen verwundern etwas, wurde Google Pay bereits Mitte 2018 und Apple Pay Ende 2018 für den deutschen Markt zugänglich gemacht.

Starken Einfluss auf Transaktionen und Zahlvorgänge im Internet haben Unternehmen, die ihre Produkte lediglich im Internet anbieten und die Zahlungsoption „Kauf auf Rechnung“ nicht anbieten. Hier wird häufig der Anbieter Klarna als Zahlungsoption angeboten, der allerdings auch bei „Kauf auf Rechnung“ die Angabe der EC oder Kreditkarte online voraussetzt.

### III. Charakteristika der Generation Y

Die Generation Y, auch **Millennials** oder Nexters genannt, steht im Fokus dieses Forschungsvorhabens. Zu ihnen zählt eine Gesamtheit von jungen Leuten, die in den frühen 1980ern bis in die Mitte der 1990er geboren wurden. Sich selbst in seinem Beruf zu verwirklichen und gleichzeitig die Welt kennenzulernen steht im Vordergrund. Ebenfalls sind aufgrund der Generation Y neue Arbeitsmodelle entstanden, zum Beispiel das Gleitzeitmodell oder Home-Office. Werden diese Kriterien erfüllt, kann hohe Leistungsbereitschaft weit über der Regelarbeitszeit erwartet werden. Die ersten Errungenschaften des digitalen Zeitalters, die die Generation Y in der Kindheit miterlebt hat, sind zum einen die kommerzielle Nutzung des Internets in den frühen 1990ern und zum anderen noch die handlichen Mobiltelefone und Personal Computer[17].

Besonders im Umgang mit digitalen Technologien sind die meisten 20- bis 40-Jährigen geübter und oftmals geschickter als ihre älteren Mitmenschen[18].

#### Buchtipps

- [Kommentar zum Zahlungsverkehrsrecht 3. Auflage](#)
- Pfaff, Dietmar, Praxishandbuch Marketing, 2. Aufl., Frankfurt am Main/New York, 2020.

Dies sollte sich ebenfalls im Hinblick auf das digitale Zahlungsverhalten beobachten lassen. Um dies herauszufinden, wurde ein Fragebogen konzipiert, mit dessen Hilfe folgende Forschungsfrage beantwortet werden soll: „Sind – ceteris paribus – digitale Zahlungsmöglichkeiten für die Generation Y in Deutschland attraktiver als Bargeld?“ Die Umfrage zum digitalen Zahlungsverhalten der Generation Y in

Deutschland konnte im Zeitraum vom 07.06.2020 bis zum 04.07.2020 online über die Plattform „SoSci Survey“ bearbeitet werden. Insgesamt konnten 246 gültige Rückmeldungen verzeichnet werden.



#### IV. Ergebnisse der empirischen Studie

Die Untersuchung ergab unter anderem folgende Ergebnisse: Meist wird Bargeld zur Rechnungsbegleichung von kleinen oder gar Kleinstbeträgen genutzt. Je höher die zu zahlende Endsumme, desto eher wird diese mit digitalen Bezahlarten, wie beispielsweise Debit- oder Kreditkarten, beglichen. Beispielsweise werden 100 € oder mehr nur noch von ca. fünf Prozent der Probanden mit Bargeld bezahlt. Vier von fünf Teilnehmern haben bereits Erfahrungen im Umgang mit PayPal gesammelt, was einen der oberen Plätze auf der Beliebtheitskala bedeutet. Lediglich Debit- und Kreditkarten werden häufiger verwendet. Hinsichtlich der existierenden Mobile Payment Apps gab es eine Überraschung: Die Applikation Paydirekt verwendeten bereits 39 Teilnehmer (15,9 %). Damit ist sie beliebter als Apple Pay (37 Probanden, 15,0 %) und Google Pay (31 Teilnehmer, 12,6 %). Generell ist die Nutzung mobiler Endgeräte für Bezahlvorgänge jedoch eher überschaubar: Lediglich einer von drei Versuchsteilnehmern nutzt ein Smartphone bzw. eine Smartwatch, um damit zu bezahlen. Die übrigen 164 Teilnehmer lehnen smarte Geräte zur Rechnungsbegleichung aus diversen Gründen kategorisch ab. 73 Probanden sehen keinen Vorteil gegenüber den herkömmlichen Bezahlarten, 38 Teilnehmer haben Sicherheitsbedenken und 29 Testpersonen wissen nicht, wie das Bezahlen per Smartphone überhaupt funktioniert. Lediglich zwei Probanden wussten nicht, dass mit dem Mobiltelefon bezahlt werden kann, während vier Teilnehmer angaben, kein Smartphone zu besitzen. 20,3 % der Teilnehmer nennen „sonstige Gründe“ zur Nicht-Nutzung von Mobile Payment Apps. Ebenfalls herrscht bezüglich einer hypothetischen Abschaffung des Bargelds in Deutschland Uneinigkeit vor: Ein Drittel der Befragten kann sich eine Demonetisierung vorstellen, ein weiteres Drittel ist strikt dagegen und das letzte Drittel ist unentschieden. Die letzte Frage zielte darauf ab zu untersuchen, ob die Testpersonen aufgrund der Ausbreitung von SARS-CoV-2 und der damit verbundenen Gefahr der Erkrankung an COVID-19 ihr Zahlungsverhalten verändert bzw. angepasst haben. Seit der Einstufung der Corona-Krise als Pandemie durch die Weltgesundheitsorganisation und das RKI Mitte März 2020 finden sich vermehrt Hinweisschilder in Bäckereien, Supermärkten, Restaurants und anderen Einrichtungen, welche die Kunden zur bargeldlosen Zahlung auffordern. Nichtsdestotrotz gaben 136 Teilnehmer (55,3 %) an, ihr Zahlungsverhalten nicht geändert zu haben. Die übrigen 110 Befragten erklärten jedoch, dass sie in der Tat deutlich häufiger kontaktlos oder gar per App zahlen würden als vorher.

#### Seminartipps

- [Cloud Computing: Regulatorik vs. Praxis, 12.04.2021, Zoom](#)
- [Aktuelle Praxisprobleme in Kontoführung & Zahlungsverkehr, 04.11.2021, Zoom](#)

- [Digitale Authentifizierung: Pflichten und praxisnahe Möglichkeiten, 16.11.2021, Zoom](#)
- Praxisseminar Marketing, 25.-26.03.2021, Frankfurt am Main. Infos unter <https://www.praxisseminar-marketing.de/>

Zwischen Männern und Frauen der Generation Y lassen sich hinsichtlich des digitalen Zahlungsverhaltens kaum Unterschiede feststellen. Frauen empfinden Digital Payments zwar als riskanter als Männer, sie nutzen PayPal und andere Bezahlarten jedoch genauso häufig wie ihre männlichen Altersgenossen. Der Bildungsgrad hingegen beeinflusst sowohl die Wahrnehmung als auch die tatsächliche Anwendung digitaler Bezahloptionen: Der besser ausgebildete Teil der Generation Y nimmt diese als nützlicher, weniger riskant und vertrauenswürdiger wahr und nutzt sie folglich häufiger als die weniger gebildete Gruppe der Millennials. Die besser verdienenden und vermögendere 20- bis 40-Jährigen nehmen Mobile Payment und Co. zwar als nützlicher, weniger riskant und ebenfalls vertrauenswürdiger als ihre finanzschwächeren Gleichaltrigen wahr, ein Unterschied bezüglich der tatsächlichen Anwendung lässt sich allerdings nicht belegen. Die subjektive Norm, also der Einfluss des sozialen Umfelds auf die Versuchsteilnehmer, stellt sich meist als nicht signifikant heraus. Ein Mitglied der Generation Y, welches Digital Payment zusätzlich als nützlich, benutzerfreundlich und nicht riskanter als Bargeld wahrnimmt, benutzt PayPal und ähnliche moderne Optionen des Zahlungsverkehrs häufiger als andere Millennials. Die subjektive Norm hingegen führt nicht zu einer diversifizierteren Verwendung digitaler Zahlungsverfahren per se. Anhand der Untersuchungen lässt sich die Forschungsfrage wie folgt beantworten: Digitale Zahlungsmöglichkeiten können für die **Generation Y** in Deutschland durchaus attraktiver als Bargeld sein. Besonders bei großen zu zahlenden Summen greift kaum ein 20- bis 40-Jähriger zu Scheinen und Münzen. Ebenfalls kann sich lediglich ein Drittel die Abschaffung von Bargeld noch nicht vorstellen, im Gegensatz zu mehr als 90 % der über 65-Jährigen<sup>[19]</sup>.

Des Weiteren lässt sich sagen, dass mit steigendem Bildungsabschluss, Gehalt und Vermögen die Attraktivität der digitalen Zahlungsmöglichkeiten steigt. Sobald die digitalen Alternativen zu Bargeld als ansprechend angesehen werden, lässt sich ebenfalls eine erhöhte Inanspruchnahme feststellen. Mobile Payment hat es allerdings nach wie vor schwer, sich in Deutschland zu etablieren, auch innerhalb der Generation Y.

## V. Ausblick

Abschließend kann erwähnt werden, dass es wohl auch in Zukunft weiterhin strikte Bargeld-Befürworter und Bargeld-Kritiker geben wird. Gegner der Scheine und Münzen bedienen sich seit Ausbreitung der Corona-Pandemie des Argumentes der Infektionen durch „schmutziges“ Geld, welche sich durch bargeldlose Transaktionen verhindern ließen. Zwar besteht laut Experten kein erhöhtes Infektionsrisiko durch Bargeld, das häufig den Besitzer wechselt, nichtsdestotrotz lässt sich ein deutlicher Anstieg kontaktloser Bezahltransaktionen beobachten. Ob die Bundesbürger den Aufrufen der Geschäftsinhaber, Restaurantbesitzer oder dem Einzelhandel folgen und plötzlich erkennen, dass kontaktloses Bezahlen praktisch sein kann, oder ob es sich dabei um puren Aktionismus handelt, darf gerne hinterfragt werden. Die NFC-Technologie, die bei Endbeträgen von unter 25 € meist keine PIN-Eingabe voraussetzt, vermittelt vielen Kunden wohl offensichtlich ein Gefühl der Sicherheit, da ein Kontakt mit der Kassenkraft, wie er beim Bezahlen mit Bargeld zustande kommt, nicht mehr existiert.



Mit den digitalen Zahlungsarten könnten Finanz-Startups wie die **N26-Smartphone-Bank** den Finanzsektor revolutionieren und traditionelle Bankfilialen ersetzen. N26 betrachtet die Schnittstellentechnologie als seine eigene DNA und hat keine verbundenen Unternehmen. Diese Bank gilt als innovativ, da Kunden gleichzeitig digitale Dienste nutzen und Bankkonten bei anderen Organisationen führen können. Durch diesen Multibanking-Ansatz können zu der eigentlichen Hausbank weitere Kreditinstitute und Finanzdienstleister integriert werden[20].

Auch durch innovative Predictive Analytics-Tools zur Erforschung der wahren Kundenbedürfnisse und die Kombination mit dem Informations- und Kaufverhalten aus den Social Media-Daten werden zukünftig neue, individualisierte Finanzlösungen ermöglicht. Dieses sogenannte „Smart Banking“ kann dann dazu beitragen, Kundentransaktionen durch den Einsatz von Business Intelligence automatisiert, individualisiert und vollkommen digital abzuwickeln[21].

Die Bank 4.0 ist vernetzt und arbeitet mit externen Dienstleistern und FinTechs zusammen[22]. Sie ist gezwungen, sich den Herausforderungen und Risiken der Digitalen Transformation in der und um die Bank herum zu stellen und neue Erfolgsfaktoren für die Bank der Zukunft, eventuell einer hybriden Bank 4.0, zu entwickeln[23].

Die Bargeld-Verfechter hingegen argumentieren besonders seit Publikwerden des Bilanzbetrugs und der damit verbundenen Insolvenz des Zahlungsdienstleisters Wirecard Mitte Juni 2020 wieder intensiver über die Unsicherheiten und Risiken bargeldloser Transaktionen. Letztendlich bleibt es hierzulande den Menschen selbst überlassen, für welches Zahlungsmittel sie sich entscheiden. An diesem Status quo dürfte sich so schnell auch nichts ändern, da selbst bei der jungen Generation Y kein absolutes Bedürfnis zum Aufbruch in ein Zeitalter des digitalen Zahlungsverkehrs besteht.

#### PRAXISTIPPS

- Analog zum Portfolio-Gedanken sollte der Zahlungsverkehr ausgewogen gestaltet werden. Das bedeutet eine ausgewogene Mischung aus analogen und digitalen Zahlungsarten. Denn auch in einem Portemonnaie befinden sich Scheine und Münzen sowie Plastikkarten. Und 500-Euro-Scheine werden heute an vielen Einkaufsorten und insbesondere Tankstellen nicht mehr akzeptiert.
- Digitalen Zahlungsverkehr einzuführen ist wie guter Wein, beides braucht Zeit zur Reife!
- Der Einzelhandel und die Gastronomie sollten sich dem Souverän der Generation Y anpassen, denn letztendlich entscheidet der zahlungskräftige und konsumfreudige Kunde.

[1] Vgl. *Mosen, M. W., Moormann, J., Schmidt, D.*, Digital Payments: Revolution im Zahlungsverkehr, 2016.

[2] Vgl. *Pichler, P.*, et al., Digital Money, 2018, S. 25.

[3] Vgl. *Pfaff, D.*, Praxishandbuch Marketing, 2. Aufl., Frankfurt am Main/New York, 2020.

[4] Vgl. *Resti Ramadhani Putri, N.*, et al., Electronic Payment Instruments, 2017, S. 32.

[5] Vgl. *Bagla, R. K., Sancheti, V.*, Customer Satisfaction with Digital Wallets, 2018, S. 443.



- [6] Vgl. *Aichele, C., Schönberger, M.*, E-Business, 2016, S. 43.
- [7] Vgl. *Mun, Y. P.*, et al., Perception on Mobile Payment Services, 2017, S. 398.
- [8] Vgl. *Biesel, H., Hame, H.*, Vertrieb und Marketing, 2018, S. 41.
- [9] Vgl. *Bindseil, U.*, Financial System Implications and Control, 2019, S. 309.
- [10] Vgl. *Hernandez, J. M. C., Mazzon, J. A.*, Adoption of Internet Banking, 2007, S. 76.
- [11] Vgl. *Luther, W. J.*, The Future of Digital Payments, 2016, S. 401.
- [12] Vgl. *Hayashi, F.*, What is in it for Consumers, 2012, S. 43 ff.
- [13] Vgl. *Gruber, J. L., Bouché, G.*, Umdenken im Vertrieb, 2017, S. 35.
- [14] Vgl. *Bartelt, N., Finken, S.*, Herausforderungen und Wachstumsoptionen von paydirekt, 2017, S. 286.
- [15] Vgl. *Verivox*, Eine evolutionäre Entwicklung, 2020, S. 5.
- [16] Vgl. *Deutsche Bundesbank/Infas Pro*, Lücke zwischen Bekanntheit und Nutzung, 2020, S. 3.
- [17] Vgl. *Pfaff, D.*, Praxishandbuch Marketing, 2. Aufl., Frankfurt am Main / New York, 2020, S. 74 f.
- [18] Vgl. *Van Deventer, M.*, Generation Y Students in South Africa, 2019, S. 124; *Dalla Pozza, I., et al.*, Generation Y Multichannel Behaviour, 2017, S. 228.
- [19] Vgl. *Serfling, O.*, Die Abschaffung des Bargelds, 2018, S. 6.
- [20] Vgl. *Pfaff, D.*, Praxishandbuch Marketing, 2. Aufl., Frankfurt am Main/New York, 2020, S. 307.
- [21] Vgl. *Brühl, V.*, Banking 4.0 – Strategische Herausforderungen im digitalen Zeitalter, Wiesbaden, 2018, S. 8.
- [22] Vgl. *Blokdyk, G.*, Digital Payment Advisor A Complete Guide, 2021.
- [23] Vgl. *Mühl, K. Y.*, Bank 4.0: Wie Digital Leader Gewinne steigern, Kosten senken und neue Ertragsquellen erschließen, 2020.

Beitragsnummer: 17091

