

## PAYMENTSYSTEME

## Abschied vom Bauchladen

Mit den Paymentverfahren der deutschen Kreditwirtschaft ist es ein bisschen wie mit der Banken-IT. Über die Jahre haben sie sich immer weiter entwickelt, Neuerungen wurden mit jeweils einer eigenen Marke einfach „angedockt“. Von einem konsistenten Angebot kann deshalb keine Rede sein.

Zunächst wurde das Angebot von Kredit- und Debitkarten um die „Geldkarte“ ergänzt – weitgehend ohne Kommunikation der neuen Marke, in der irrigen Annahme, das Bewusstsein für die Marke „Geldkarte“ werde mit der Nutzung schon kommen. Beides blieb jedoch aus. Stattdessen etablierte sich der Begriff „Geldkarte“ teilweise als Synonym für Bezahlkarten allgemein – und geistert als solches noch immer durch Medienberichte.

Diesen Fehler hat die Kreditwirtschaft bei nachfolgenden Angeboten wie Girogo, Paydirekt oder Kwitt nicht wiederholt: Hier wurde jeweils Markenkommunikation betrieben. Das alles ändert jedoch nichts an der Tatsache, dass sich Verbraucher im Grunde nicht mit Paymentmarken befassen wollen und nur ein sehr geringes Bewusstsein dafür haben. Wenn die Bezahlverfahren der Banken und Sparkassen es mit den großen Marken internationaler Wettbewerber aus dem Banken- und Nichtbankenbereich aufnehmen wollen, dann braucht es deshalb dafür ein konsistentes Angebot statt des bisherigen Stückwerks. Dessen ist man sich

mittlerweile weitgehend einig. Wie sich dieses konsistente Angebot über Schnittstellen realisieren lässt, daran wird derzeit getüftelt.

Das ist freilich nur der erste Schritt. Denn in einem Umfeld, in dem US-amerikanische und zunehmend auch chinesische Player das Marktgeschehen immer mehr dominieren, muss auch auf europäischer Ebene der Flickenteppich der Paymentangebote bereinigt werden. Die Zeit ist überreif für ein europäisches Paymentsystem. Denn nur das hätte eine Chance, in der globalen Liga dauerhaft mitzuspielen.

Die Erkenntnis ist nicht neu. Es wird aber immer dringender. Warum es bislang nicht dazu gekommen ist, hat PwC Strategy in einer Mitte Oktober veröffentlichten Studie zusammengefasst: Die immer noch hohe Bedeutung des Bargelds – nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen Ländern, allen voran Österreich, Italien und Spanien – ist dabei vermutlich der am wenigsten wichtige Faktor. Schwerer ins Gewicht fallen die immer noch 15 nationalen Kartensysteme und noch mehr Online- und Mobile-Paymentsysteme mit den daraus resultierenden Partikularinteressen, die es irgendwie unter einen Hut zu bringen gilt. Und die Interchange-Regulierung limitiert die dafür zur Verfügung stehenden Ressourcen. Ohne sie wäre „Monnet“ oder etwas Vergleichbares vermutlich längst Realität geworden. Das Fehlen eines gemeinsamen Standards für die Kundenidentifizierung macht die Sache nicht einfacher.

Mit der PSD2 ist der Weg zu einem europäischen System gleichzeitig dringlicher und auch einfacher geworden. Denn die Schnittstellen können zwar von Wettbewerbern aus dem Nichtbankenumfeld genutzt werden. Sie stellen aber auch die Basis dar, auf der Interoperabilität bestehender Systeme als Grundlage für ein europäisches Paymentsystem gelingen könnte.

Selbst Interoperabilität wird aber vermutlich nicht genug sein – allein schon, weil das Nebeneinander interoperabler Strukturen auf Dauer zu teuer sein dürfte. Die immer wieder erhobene Forderung, die technologische Plattform für Echtzeitzahlungen als Basis für ein neues System zu nutzen, mag zwar berechtigt sein – ist jedoch schwierig, solange Instant Payments in vielen Märkten noch wenig genutzt werden.

An letzter Stelle steht vermutlich die Frage, welchen Namen das Kind letztlich tragen sollte. Wenn alle anderen Details geklärt sind, dürfte dieses Hindernis nicht unüberwindlich sein. Trivial ist die Frage gleichwohl nicht. Denn auch hier spielen Partikularinteressen eine Rolle. Dass die Kreditwirtschaft eines Landes ihre Marke europaweit wird durchsetzen können, erscheint da eher unrealistisch. Man wird also wohl etwas Neues finden müssen. Denn die Chance, ein europäisches Scheme einfach „Europay“ oder „Eurocard“ zu nennen, ist mit dem Verkauf der Marke vertan. Red.

## BaFin

## Erfolgreiche Mediation?

Am 14. August hatte die BaFin die Kreditwirtschaft mit einem Schreiben aufgeschreckt, in dem sie funktionale und operative Mängel bei einzelnen Kontoschnittstellen sowie die fehlende erfolgreiche Marktbewährung bei den meisten Schnittstellen bemängelte und es für unwahrscheinlich erklärte, dass die meisten Befreiungsanträge am 14. September 2019 positiv beschieden werden können.

Am 10. August folgte dann ein BaFin-Workshop zur Entscheidung offener Auslegungsfragen und am 11. Oktober ein Gespräch mit Vertretern der Deutschen Kreditwirtschaft sowie

## DIE ZAHL

27

Prozent der deutschen Unternehmen bieten ihren Kunden digitale Bezahlwege an. Das zeigt die repräsentative Studie „Europäische Zahlungsgewohnheiten 2019“ von Eos. Deutschland liegt damit zwar fast im europäischen Durchschnitt (28 Prozent), aber weit hinter Spitzenreitern wie Dänemark (47 Prozent). Der Kauf auf Rechnung nach Erhalt

der Ware ist dagegen in Deutschland besonders beliebt und wird von 81 Prozent der Unternehmen angeboten – im europäischen Schnitt sind es nur 69 Prozent. Auch das Lastschriftverfahren lieben die Deutschen: 56 Prozent der Unternehmen erlauben diese Zahlungsart (Europa: 38 Prozent). Mobile Payment wird europaweit mittlerweile von 7 Prozent der Unternehmen angeboten, 2018 waren es erst 5 Prozent. In Deutschland können die Kunden bei 6 Prozent der Unternehmen Mobile Payment nutzen, eine deutliche Steigerung zum Vorjahr (2018: 1 Prozent). Spitzenreiter ist auch beim Mobile Payment Dänemark: Dort bieten schon 28 Prozent der Unternehmen Mobile Payment an.

vier inländischen Zahlungsauslöse- und Kontoinformationsdienstleistern. Des- sen Ziel war es, die bislang schwierigen Diskussionen über die neu regulierten Zahlungsauslöse- und Kontoinformationsdienste konstruktiv voranzutreiben. Es scheint sich um eine Art Mediation gehandelt zu haben.

Herausgekommen ist eine „Gemeinsame Erklärung zur Migration auf PSD2-konforme Schnittstellen“. Demnach sehen sowohl Kreditwirtschaft als auch Zahlungsauslöse- und Kontoinformationsdienste die PSD2 nicht nur als regulatorische Pflicht, sondern auch als Chance für die Etablierung neuer Zahlungsdienste. Beide Seiten betonen zudem, dass sie bereits beträchtliche Anstrengungen zur Umsetzung der Richtlinie unternommen haben. Der „Schwarze Peter“ soll damit offenbar aus dem Spiel genommen werden, da es niemandem nützt, ihn sich gegenseitig zuzuschieben.

Die Verbände der Kreditwirtschaft werden ihren Mitgliedern empfehlen, noch offene Anforderungen in Sachen Schnittstellen schnellstmöglich umzusetzen, damit die Zahlungsauslöse- und Kontoinformationsdienstleister zügig ihre Kontozugriffe vollständig auf PSD2-konforme Schnittstellen umstellen können. Dafür ist eine transparente und verständliche Dokumentation der implementierten Schnittstellen sehr wichtig.

Im Gegenzug sichern die Zahlungsauslöse- und Kontoinformationsdienstleister zu, die zur Verfügung gestellten Schnittstellen weiterhin intensiv zu testen und so früh wie möglich damit zu beginnen, ihre Kontozugriffe auf PSD2-konforme Schnittstellen umzustellen. Probleme mit der Umstellung oder dem Leistungsumfang der Schnittstellen wollen sie unmittelbar an die vom betroffenen kontoführenden Institut benannten Kontaktpunkte adressieren. Zudem will man prüfen, ob und in welchem Umfang eine gemeinsame Plattform zum Informationsaustausch geschaffen werden kann.

In jedem Fall soll es einen konstruktiven Dialog zur schnellstmöglichen Umstellung der Zugriffswege auf PSD2-konforme Schnittstellen geben, ebenso wie eine konstruktive öffentliche Kommunikation und positive Ansprache der gemeinsamen Kunden.

Wichtiger als diese Übereinkunft, was die Abarbeitung des Pflichtprogramms angeht, dürfte allerdings der zuletzt genannte Punkt sein: Denn hier sichern beide Seiten zu, über Erweiterungen und Verbesserungen der Schnittstellen über das Erforderliche hinaus ergebnisoffen zu sprechen. Dazu dürfte es zwar erst kommen, wenn die noch offenen Baustellen abgearbeitet sind. Das Bekenntnis zu solchen Gesprächen legt aber vielleicht die Grundlage dafür, dass die PSD2 letztlich doch mehr sein kann als nur eine Compliance-Aufgabe. Red.

## INTERNET DER DINGE

### Mercedes Pay als Plattform fürs „In-Car-Payment“

Es sind vor allem die Automobilkonzerne, die das Internet der Dinge vorantreiben und damit ganz neue Bezahl-szenarien entwickeln. Vorreiter unter den deutschen Herstellern war VW. Doch auch der Daimler-Konzern hat jetzt zur IAA 2019 ein umfangreiches Konzept vorgestellt. Mercedes Pay soll demnach zur konzernerneigenen digitalen E-Payment-Plattform werden, die in zahlreiche Anwendungen des Konzerns integriert werden soll. Mercedes Pay ist Bestandteil von Daimlers Mobilitäts- und Digitalisierungsstrategie und wird von Daimler Mobility Services GmbH betrieben, einem Unternehmen des Geschäftsfelds von Daimler Mobility

Herzstück des Konzepts ist das im Fahrzeug integrierte Multimediasystem

MBUX von Mercedes-Benz, über das die Transaktionen abgewickelt werden. Das betrifft nicht nur im System integrierte kostenpflichtige Mercedes-Dienste, wie beispielsweise Büروفunktionen im Auto oder Services wie die Navigation, das Digitale Radio DAB+ oder auch die Smartphone-Integration, die über das System bezahlt werden können. Sondern auch andere Dienstleistungen sollen über Mercedes Pay bezahlt werden können.

Im Visier hat der Kfz-Hersteller dabei zum Beispiel den Bereich Parken. So soll „in Kürze“ das Bezahlen von Parkgebühren deutlich komfortabler werden. Dann kann der „On-Street“ Parkvorgang ebenfalls über das MBUX-System im Auto oder über die App Mercedes me gestartet, beendet und bezahlt werden. Nach Ende der Parkzeit wird die tatsächliche Parkgebühr auf dem Display im Fahrzeug angezeigt und die Zahlung an den Parkhausbetreiber über Mercedes Pay abgewickelt.

Über die Mercedes-Benz-Parkkarte soll zudem deutschlandweit an ausgewählten Parkhäusern die Ein- und Ausfahrt mittels RFID-Chip digital erfasst werden. Damit soll das oft mühsame Manövriertieren zum Entnehmen des Parktickets wie auch der Gang zum Kassensautomaten entfallen. Perspektivisch soll auch die Bertha-App aus dem Hause Daimler zum Vergleichen von Benzpreisen an rund 400 ausgewählten HEM-Tankstellen in Deutschland und zum Bezahlen der Tankfüllung in die Fahrzeuge integriert werden, sodass



Mit Mercedes Me Connect werden Parkgebühren direkt über das Fahrzeug bezahlt.

der Bezahlvorgang komplett über die Bordelektronik des Autos abgewickelt werden kann.

Manches davon ist jetzt noch Zukunftsmusik. Doch schon jetzt kann das sogenannte In-Car-Payment in mehr als 30 Ländern genutzt werden. In den zurückliegenden zwölf Monaten hat ein hausinternes globales Kompetenzzentrum des Konzerns zahlreiche Lösungen zur Zahlungsabwicklung entwickelt. So bietet Mercedes Pay eine standardisierte Architektur, die unterschiedliche Systeme sowie weitere Zahlungsdienstleister problemlos anbinden kann. Schrittweise sollen weitere Produkte und Services aus dem Daimler-Konzern angebunden werden können.

Die Automobilkonzerne machen damit vor, wie Payment-Anwendungen zum Kundenbindungsinstrument werden und echte Mehrwerte für den Kunden bieten können. Funktionen im Fahrzeug nachträglich oder auf Zeit zubuchen oder das Bezahlen von Parkgebühren weitgehend automatisieren zu können, sind sicher Mehrwerte, mit denen andere Branchen noch schwer mithalten können. Ein digitaler Rabattcoupon über eine Bezahl-App etwa sieht im Vergleich dazu doch eher blass aus.

Genau deshalb hat die Kfz-Branche das Zeug dazu, die Wertschöpfungskette im Payment mit zu verändern und Plattformen zu etablieren, um die Akteure der Payment-Branche kaum herumkommen werden. Hier gilt es mögliche Zugangsbarrieren frühzeitig im Auge zu behalten.

Natürlich sind die Konzepte der Kfz-Hersteller auch mit Herausforderungen verbunden – nicht zuletzt mit Blick auf sich verändernde Mobilitätskonzepte. Doch mag auch die Adaption des „In-Car-Payment“ etwa für das Carsharing in Sachen Nutzerkomfort eine Herausforderung sein – unüberwindbar sind solche Hürden nicht.

Und bei allen Plädoyers für den Klimaschutz zeigt doch der Blick auf die Straßen: Das eigene Fahrzeug spielt für die Mehrheit der Menschen hierzulande noch eine ganz wichtige Rolle und wird es sicher auch noch etliche Jahre tun. Wenn dann das Fahrzeug zur Plattform wird, über die immer mehr Dienste bezahlt werden können, dürften Partnerschaften mit den Automobilkonzernen

bald eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen. Red.

## INTERCHANGE

### Jetzt auch interregional gesenkt

Seit Oktober liegt die interregionale Interchange für Karten, die außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums ausgegeben wurden, aber innerhalb desselben eingesetzt werden, auf dem gleichen Niveau wie die für die regulierten in Europa ausgegebenen Karten. Das ist das Ergebnis einer im Dezember 2018 von Mastercard und Visa angebotenen Verpflichtung. Nachdem Handelsorganisationen ihre Zustimmung signalisiert hatten, wurde diese mit der Annahme durch die EU-Kommission am 29. April 2019 rechtlich bindend und gilt für fünf Jahre.

Für Händler, die Mastercard und Visa akzeptieren, macht es damit keinen Unterschied mehr, woher ein Kunde kommt, der Karten der Marken Maestro, Mastercard, Visa, Visa Electron und V-Pay zum Bezahlen einsetzen will. Die EU-Kommission verspricht sich davon niedrigere Preise für Waren und Dienstleistungen in Europa und ist stolz darauf, als erste Wettbewerbsbehörde der Welt im Bereich der interregionalen Interchange tätig geworden zu sein. Denn so ganz freiwillig war das „Angebot“ der beiden Payment-Schemes natürlich nicht. Ohne die Selbstverpflichtung wäre der Regulator mit hoher Wahrscheinlichkeit eingeschritten.

Ob die nun geltende Quasi-Regulierung der interregionalen Interbankentgelte tatsächlich zu günstigeren Preisen in Europa führen wird, ist fraglich. Schon bei der Regulierung der intraregionalen Sätze ist es hoch umstritten, ob der Verbraucher in irgendeiner Weise davon profitieren konnte. Da der Löwenanteil der Transaktionen auf europäische Karten entfällt, ist es nicht allzu wahrscheinlich, dass die Konditionensenkung für Karten außer-europäischer Provenienz daran etwas Substantielles ändern wird.

Die Verpflichtung von Mastercard und Visa deutet vielmehr eine andere Baustelle an, an der sich Handel und Regulatoren künftig verstärkt abarbeiten könnten: nämlich das Thema Umge-

hung. Seit der Regulierung der intra-europäischen Interchange-Sätze klagt der Handel, dass die damit verbundene Preissenkung durch immer neue Scheme Fees mindestens teilweise kompensiert werde. Die Kartenorganisationen weisen den Vorwurf hoher Kreativität bei den Gebühren zurück. Allerdings müssten auch technische Innovationen über Entgelte finanziert werden. Diese Diskussion könnte durch die faktische Ausweitung der Regulierung auf die interregionalen Interbankentgelte noch einmal befeuert werden und sich auf die Frage konzentrieren, in welchem Ausmaß Fees für künftige Innovationen wirklich erforderlich und gerechtfertigt sind.

Der Zeitpunkt der Senkung der interregionalen Interchange ist jedenfalls eher ungünstig – steht doch eine mögliche Neuregelung bei den intereuropäischen Sätzen bevor. Das letzte Wort in Sachen Interbankentgelte ist somit noch lange nicht gesprochen. Red.

## GELDWÄSCHERICHTLINIE

### Neues Gold Plating in der Kritik

Es ist ein ewiger Spagat, mit dem die Politik sich abmüht: Einerseits will man Innovationen im Zahlungsverkehr fördern, andererseits droht die Regulierung immer wieder, diese zumindest auszubremsen. Dass der deutsche Gesetzgeber bei der Umsetzung europäischer Vorgaben in nationales Recht gerne einmal über das notwendige Maß hinausschießt, macht das nicht besser.

Genau dieses Phänomen sieht die Prepaid-Branche auch jetzt wieder auf sich zukommen, nämlich bei der Umsetzung der 5. Geldwäscherichtlinie in nationales Recht, die bis zum 10. Januar 2020 erfolgen muss und zu der der Bundestag derzeit den Regierungsentwurf berät. Auch dieser Gesetzesentwurf ist ein Beispiel für das sogenannte „Gold Plating“, sprich die Verschärfung der europäischen Vorgaben.

Es sind vor allem zwei Punkte, die der Prepaid-Verband Deutschland (PVD) kritisiert. Zum einen setzt der Regierungsentwurf den Maximalbetrag für Zahlungen im Internet ohne vorherige Kundenidentifizierung mit 20 Euro

deutlich niedriger an als die in der europäischen Richtlinie vorgesehenen 50 Euro. Damit, so der PVD, wird der Einsatz risikoarmer E-Geld-Produkte erheblich eingeschränkt, ohne das tatsächliche Risiko zu berücksichtigen. So werde die Attraktivität der Produkte für Verbraucher ohne Notwendigkeit gefährdet. Hier stellt der PVD zu Recht die Frage, wie sich das mit dem im Koalitionsvertrag festgehaltenen Vorhaben verträglich, digitale Bezahlssysteme zu fördern.

Dass der Gesetzesentwurf mit der drastischen Absenkung des Maximalbetrags ohne Kundenidentifizierung über das Ziel hinausschießt, macht der Verband auch daran fest, dass die Ausnahmetatbestände sowohl durch EU-Regulierung als auch die deutsche Gesetzgebung ohnehin sehr eng gefasst sind und die Überregulierung somit nur sehr risikoarme Produkte betrifft.

Ein zweiter Kritikpunkt betrifft die Einführung neuer Verpflichtungen, die ebenfalls über die EU-Vorgaben hinausgehen. Bereits mit dem deutschen Geldwäschegesetz wurden mit dem E-Geld-Agenten und der E-Geld-zwei-Kategorien geldwäscherechtlich Verpflichteter eingeführt, die auf europäischer Ebene nicht existieren. Mit dem jetzigen Gesetzesentwurf werden sogar noch weitere Ergänzungen vorgesehen. E-Geld- und Zahlungsinstitute, die im europäischen Wirtschaftsraum autorisiert sind, sollen demnach über Kooperationen mit deutschen Distributoren deutschem Recht unterliegen.

Damit wird aus Sicht des PVD zumindest die zusätzliche Verpflichtung der E-Geld-Agenten und E-Geld-Vertriebsstellen überflüssig werden. Es sei nicht ersichtlich, warum bei dem Vertrieb von E-Geld zwei unterschiedliche Verpflichtete dieselben geldwäscherechtlichen Sorgfaltspflichten einhalten müssen, bei anderen Finanzprodukten wie zum Beispiel Girokonten hingegen nur ein Verpflichteter ausreicht. Mit der in dem Gesetzesentwurf vorgesehenen Doppelbeaufsichtigung werde E-Geld gegenüber anderen Finanzprodukten in ungerechtfertigter Weise benachteiligt.

So berechtigt diese Kritikpunkte im Einzelnen auch sein mögen, wirft der Gesetzesentwurf indessen auch noch eine

ganz grundsätzliche Frage auf: Wie will man den europäischen Zahlungsmarkt harmonisieren, wenn die Umsetzung europäischer Richtlinien in nationales Recht von Fall zu Fall dermaßen unterschiedlich ausfällt? Die 5. Geldwäscherichtlinie ist nur ein Beispiel dafür, dass ein wirklich einheitlich geregelter Paymentmarkt noch lange keine Realität ist. Sonja Scott und Christian Schäfer weisen in diesem Heft auf weitere solcher Beispiele hin.

Ein einheitliches europäisches Payment-Schema, das mit einer starken Marke an den globalen Märkten auftreten kann, ist zweifellos wichtig. Doch auch bei Regulierung und Aufsicht muss Europa es schaffen, „mit einer Stimme zu sprechen“. Dann darf es auch kein „Gold Plating“ mehr geben. Mag sein, dass europäische Vorgaben manchmal nur den kleinsten gemeinsamen Nenner darstellen. Wer aber Europa will, der muss auch lernen, damit zu leben. Red.

## SCHNITTSTELLEN

### Giropay für alle

Bei Giropay gab es immer einen Wertmispfunden: Die Bankenabdeckung war nicht umfassend, eine Reihe von privaten Banken fehlte im Giropay-Netz. Das ändert sich mit der PSD2. Denn über die Schnittstellen können nun alle Kreditinstitute auch ohne entsprechende vertragliche Regelung angebunden werden, so zum Beispiel die Deutsche Bank oder die Hypovereinsbank. Das soll nun seit Beginn des vierten Quartals dieses Jahres sukzessive erfolgen.

Grundsätzlich, so heißt es von Giropay, werde die direkte, vertragliche Zusammenarbeit mit den Banken und Sparkassen präferiert – und für diesen Weg hat sich der Großteil der deutschen Kreditinstitute auch entschieden – rund 1500 insgesamt, die mehr als 85 Prozent des Privatkundenmarkts in Deutschland repräsentieren. Für die übrigen ist Giropay nun also einer der „Drittanbieter“, denen gemäß PSD2 eine Schnittstelle bereitgestellt werden muss. Um die nahezu vollständige Bankenabdeckung in Deutschland zu erreichen, nutzt Giropay die PSD2-Schnittstelle der Institute („NextGenPSD2). Auf diesem Weg kann das Online-Überwei-

sungsverfahren perspektivisch von 45 Millionen Bankkunden in Deutschland genutzt werden.

Das ist vor allem deshalb von Relevanz, weil Giropay dasjenige Bezahlverfahren ist, das von Kommunen am häufigsten als Bezahloption für Leistungen im Rahmen des E-Government angeboten wird – und das nicht selten als einziges Verfahren überhaupt. Für manchen Bürger, dessen Bank bisher keine vertragliche Anbindung an das Online-Überweisungsverfahren hat, könnten damit Digitale Dienstleistungen seiner Gemeinde erstmals verfügbar werden. Auch das ist Europa. Red.

## PSD2

### Nutzen schlägt Wissen

59 Prozent der Verbraucher in Deutschland hatten im August 2019 noch nie von der PSD2 gehört. Die übrigen 41 Prozent kannten zwar den Begriff, doch nur 7 Prozent konnten auch angeben, was sich dahinter verbirgt. Das zeigte eine Innofact-Online-Umfrage im Auftrag der Crif Bürgel GmbH unter 1 000 Verbrauchern.

Üblicherweise ist es zwar nicht von Bedeutung, den Namen von Gesetzen und Verordnungen zu kennen. Und wenn Nutzer kaum die Marken der von ihnen genutzten Zahlungsmittel kennen, dann muss es auch nicht überraschen, wenn die Bekanntheit der Payment-Regulierung sich in Grenzen hält. Doch bei der PSD2 ist das etwas anders, weil sich damit auch die gewohnten Verfahren ändern. Das sollten Kunden schon wissen.

Wenn Banken den von der BaFin gewährten Aufschub für die Kundenaufklärung nutzen, kann das überdies noch den positiven Nebeneffekt haben, mit dem Vertrauensvorschuss in die Hausbank punkten zu können. Nur 17 Prozent der Verbraucher geben nämlich an, Drittanbietern den Kontozugriff gestattet zu haben – aber 70 Prozent nutzen Finanz-Apps, die genau das tun. Einen kleinen Anteil der Nutzer könnte mehr Wissen somit vielleicht von der Nutzung mancher Dienste abhalten und gewissermaßen zurück in die Arme ihrer Bank treiben. Allzu groß sollten entsprechende Erwartungen in dieser Hinsicht freilich nicht sein. Red.