

Wie A2A-Zahlungen das Ende der Kartenzahlungen einläuten

Von Siamac Rezaiezadeh



Die Geburt von Abo-Modellen für immer mehr Güter steht in direktem Zusammenhang mit dem Aussterben von Karten, sagt Siamac Rezaiezadeh. Hauptargument für Verbraucher, dafür auf Konto-zu-Konto-Zahlungsmethoden zu setzen, sind Einfachheit und Sicherheit. Und für Händler sind sie effizienter als Kartenzahlungen, weil sie mit weniger Akteuren auskommen. Zugleich seien die Fehlerquellen geringer. Während die starke Kundenauthentifizierung Konversionsraten sinken lässt, so der Autor, lassen A2A-Zahlungen sie steigen. Insofern sei es nur noch eine Frage der Zeit, bis das Ende der Karte eingeläutet sei. Red.

Als die Kreditkarte eingeführt wurde, dominierten Elvis Presley und Dean Martin die Hitparaden. Alfred Hitchcock hatte gerade „Vertigo“ veröffentlicht und die Europäische Union war gerade gegründet worden. Das ist weit entfernt von der heutigen, auf Streaming-on-Demand und soziale Medien ausgerichteten, global vernetzten One-Click-Wirtschaft, in der ein immer größerer Teil des Lebens über unsere Mobiltelefone – oder zumindest über einen Bildschirm – stattfindet.

Doch trotz des enormen gesellschaftlichen und technologischen Wandels haben sich Zahlungsmittel wie Kreditkarten gegenüber ihren Vorgängern aus den fünfziger Jahren kaum weiterentwickelt. Abgesehen von der Entwicklung einer digitalen Karte bestehen die Grundprinzipien dieser Zahlungsart –

wie revolvingende Kredite, das „Fünf-Parteien-Modell“ und die begrenzte Gültigkeit in Form des gefürchteten „Verfallsdatums“ – immer noch.

Mit dem Aufkommen von Account-zu-Account-Zahlungen (A2A) könnten wir jedoch endlich eine echte Herausforderung für die Vormachtstellung der Karten sehen. A2A-Zahlungen werden Kundenbedürfnisse besser berücksichtigen, die Kaufabwicklung optimieren und den Umsatz steigern – sie sind ein Game Changer.

Abo-Modelle führen zum Aussterben der Karte

Das Aussterben der Karte steht in direktem Zusammenhang mit der Geburt der Abonnement-Modelle. In den letz-

ten Jahren hat sich diese Art von Geschäftsmodellen explosionsartig entwickelt: Von Autos oder Reifen bis zu Druckerpatronen ist alles im Abonnement erhältlich. Für Unternehmen sind Abonnements von vornherein mit einem höheren Kundenwert verbunden. Für die Verbraucher sind sie bequem und einfach. Der Subscription Economy Index von Zuora zeigt, dass Abo-Unternehmen in den letzten neun Jahren sechsmal schneller gewachsen sind als der S & P 500.

Karten sind für diese neuen Geschäftsmodelle nicht immer geeignet; stattdessen werden A2A-Zahlungen immer beliebter. Untersuchungen von GoCardless zeigen, dass die Bankabbuchung in Großbritannien, Frankreich und Deutschland sowohl für digitale als auch für herkömmliche Abonnements die beliebteste Zahlungsmethode ist, und selbst in den USA liegt sie an zweiter Stelle nach der Karte und vor digitalen Geldbörsen wie Paypal.

Hauptargumente Sicherheit und Einfachheit

Warum entscheiden sich die Verbraucher für A2A? Es entspricht ihren Wünschen: In ganz Europa geben die Verbraucher an, dass sie bei einer Online-Zahlungsmethode vor allem auf



Siamac Rezaiezadeh, Director of Product Marketing, GoCardless GmbH, München

Sicherheit, Schnelligkeit und Einfachheit Wert legen.

Andere Faktoren, die üblicherweise mit Karten in Verbindung gebracht werden, wie zum Beispiel Prämien und Vorteile, werden immer weniger gewünscht. Es ist kein Wunder, dass in vielen Märkten die Akzeptanz hoch ist, wenn eine praktikable A2A-Option angeboten wird. In den Niederlanden beispielsweise wird das A2A-Zahlungssystem Ideal inzwischen für mehr als die Hälfte aller E-Commerce-Transaktionen genutzt.

Und mittlerweile ist die nächste Welle von Verbrauchern schuldenfrei. Aus einer Studie der Bank of America geht hervor, dass Konsumenten der Generation Z lieber mit Bargeld als mit Kreditkarte bezahlen, und dass Kreditkarten nicht einmal mehr zu den drei beliebtesten Zahlungsmitteln gehören.

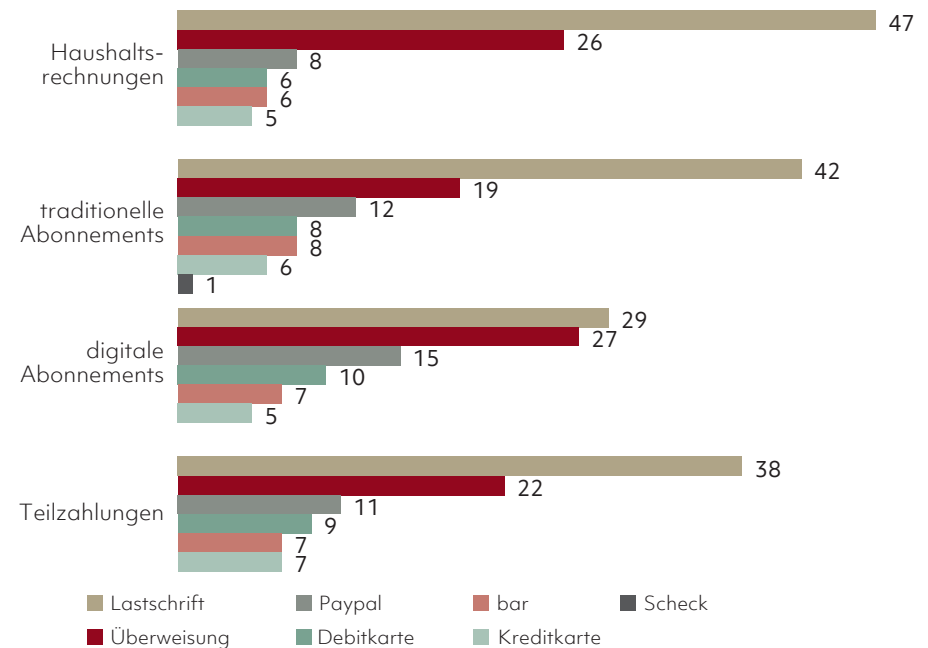
Kostenvorteile für Unternehmer

Die Makrotrends deuten auf den Aufstieg von A2A-Zahlungen hin. Die Menschen legen Wert auf Sicherheit und Bequemlichkeit, und sie beginnen, Kredite zu meiden. Dort, wo A2A-Zahlungen verfügbar sind, werden also wahrscheinlich mehr Kunden diese Methode ausprobieren.

Die Zunahme von Account-to-Account-Zahlungen ist eine gute Nachricht für Unternehmen. A2A-Zahlungen sind effizienter als Kartenzahlungen, da es weniger Zwischenhändler, geringere Kosten und weniger Fehlerquellen gibt. Sie bieten die Möglichkeit, die Kaufabwicklung und damit die Konversion zu verbessern.

Ein Beispiel dafür ist das Thema Zahlungssicherheit. Dieses steht sowohl bei Verbrauchern als auch bei Aufsichtsbehörden ganz oben auf der Agenda, denn mit der Einführung der starken Kundenauthentifizierung (Strong Customer Authentication, SCA) soll der Kartenbetrug verringert werden. Diese Vorgabe führt jedoch zu mehr Reibung im Zahlungsprozess, was sich auf den Umsatz auswirkt. Wir haben Ende 2020 insgesamt 1 900 Entscheidungsträger auf C-Level befragt und festgestellt, dass 75 Prozent der Unternehmen welt-

Deutsche zahlen gern per Lastschrift



Wie Verbraucher in Deutschland ihre Rechnungen bezahlen, in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: GoCardless, Consumer payment preferences 2021

weit bereits SCA eingeführt haben. Von diesen wiederum berichteten 56 Prozent über einen Rückgang der Konversionsraten als Folge.

A2A erhöht die Konversionsraten

A2A-Zahlungen im Rahmen von Open Banking sind häufig von vornherein SCA-konform. Wenn der Verbraucher oder das Unternehmen eine einmalige Zahlung veranlasst, wird er aufgefordert, sich bei seiner Online-Banking-Plattform anzumelden, um die Transaktion abzuschließen, was eine Authentifizierung mit nur wenigen Klicks ermöglicht. Durch die Entwicklung von Checkout-Erlebnissen, die es den Kunden ermöglichen, über ihre mobile Banking-App zu bezahlen, erhalten sie das Beste aus beiden Welten – Sicherheit und Komfort, was letztendlich die Konversion erhöht.

Auch bestehende Kunden, die wiederkehrende Zahlungen vornehmen, profitieren – GoCardless hat vor kurzem Instant Bank Pay eingeführt. Die Funktion ermöglicht es Händlern, einmalige, sofortige Zahlungen über Open Banking entgegenzunehmen und gleichzei-

tig wiederkehrende Zahlungen per Banklastschrift einzuziehen – mit den damit verbundenen Vorteilen wie geringere Kosten, weniger Abwanderung und besserer Cashflow.

Der Breitbandanbieter Cuckoo nutzt Instant Bank Pay im Rahmen eines Early-Access-Programms, um Erst- und Ad-hoc-Zahlungen für neue und bestehende Kunden einzuziehen. Während des Pilotprojekts konnten zwei Drittel (66 Prozent) der Kunden, bei denen eine Zahlung fehlschlug, von Instant Bank Pay profitieren. Von diesen konnten 86 Prozent innerhalb von 48 Stunden eine Zahlung leisten, sodass die Unterbrechung ihres Dienstes minimiert wurde.

Da sich die Trends bei Verbrauchern und Unternehmen rasch ändern, sind die Zahlungsmethoden von gestern nicht mehr für heute und schon gar nicht für morgen geeignet. Sowohl Kunden als auch Unternehmen erkennen zunehmend die Möglichkeit eines besseren Kundenerlebnisses, geringerer Transaktionskosten und höherer Effizienz. Wenn A2A-Zahlungen technologisch ausgereift sind und sich weltweit durchsetzen, wird dies das Ende von Kartenzahlungen bedeuten. ■