

b **m**

bank und markt

52. Jahrgang | Fritz Knapp Verlag | [die-digitale-bank.de](https://www.die-digitale-bank.de)

10

15. Oktober 2023

DIE DIGITALE BANK

Digitaler
Sonderdruck

EMBEDDED FINANCE

Kartenbasiertes Pay Later kann für Banken
zum Ass im Ärmel werden

Christian C. Waldheim

Kartenbasiertes Pay Later kann für Banken zum Ass im Ärmel werden

Von Christian C. Waldheim



Die Verschärfung der EU-Verbraucherkreditrichtlinie spielt den Banken beim Thema Embedded Finance in die Karten, sagt Christian Waldheim. Denn dass im Interesse des Verbraucherschutzes kreditbasierte Produkte anstelle der bisherigen BNPL-Modelle zum Maßstab werden, stärkt die Marken der Banken. Sie haben nun die Chance, mit kartenbasierten Teilzahlungslösungen bis zum bestehenden Kartenlimit in die neu entstehende Lücke in Sachen Nutzerkomfort vorzustoßen. Denn die Bonitätsprüfung haben Karteninhaber ja bereits durchlaufen. Das Fazit des Autors lautet deshalb: Das Imperium schlägt zurück. Red.

Jetzt schlägt die Stunde der Banken im Zahlungsverkehr: Mit der neuen EU-Verbraucherrichtlinie und der Zinswende können die etablierten Player am Finanzmarkt ihre regulatorische Erfahrung, ihre bestehenden Scoring Prozesse und ihre Liquidität nutzen, um im Markt für Pay-Later-Produkte sowohl online als auch im stationären Handel durchzustarten. Allerdings fehlt vielen Instituten das nötige Know-how für einen schnellen Markteintritt im Alleingang. Auch weil die Kernbankensysteme nicht bereit sind. Gefragt ist ein Embedded-Finance-Ansatz.

Ob Bank-, Kreditkarte oder Smartphone: Immer mehr Kunden in Deutschland bezahlen ihre Einkäufe digital. Während die Kartenzahlung auch bei den Älteren immer beliebter wird, gehen die Jüngeren der Generation Y und Z noch einen Schritt weiter: Sie schätzen

nicht nur die bequeme und sichere Art des Bezahls, sondern wollen dies auch mit den flexiblen Abwicklung- und Steuerungsmöglichkeiten einer Banking-App kombinieren. Als Digital Natives erwarten sie auch ein nahtloses End-to-End-Einkaufserlebnis, das auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist und bei Bedarf eine unkomplizierte Ratenzahlung sowohl online als auch im stationären Handel ermöglicht.

Strengere Richtlinien für Online-Kredite

Digitale Finanzierungslösungen, die als Embedded-Finance-Produkte angeboten werden, bieten Banken die Chance, sich in diesem schnell wachsenden Markt als vertrauenswürdige Marke zu positionieren und eine strengere Regulatorik zu nutzen – während klassische

BNPL-Anbieter ins Straucheln geraten. Banken können damit eine schon fast verloren geglaubte Kundenschnittstelle neu besetzen und mit einem Responsible-Lending-Ansatz überzeugen.

Lange Zeit sah es so aus, als würden Finanzinstitute den Markt für Embedded-Finance-Produkte wie „Buy Now, Pay Later“ (BNPL), für den Juniper Research bis 2027 ein Transaktionsvolumen von 895 Milliarden Dollar weltweit prognostiziert, anderen Akteuren überlassen. So konnten B2C-Fintechs und Bezahl Dienste zunächst in einem weitgehend unregulierten Markt die Gewinne abschöpfen. Doch der Wind hat sich gedreht: Mit der jüngsten Novellierung der EU-Verbraucherkreditrichtlinie und der Zinswende haben sich die Rahmenbedingungen zugunsten der Banken verändert.

So hat das Europaparlament Anfang September eine Neufassung der EU-Verbraucherrichtlinie verabschiedet. Die neuen Richtlinien knüpfen Online-Käufe auf Kredit künftig an strengere Bedingungen und sollen vor allem junge Verbraucher vor Überschuldung durch BNPL-Angebote schützen. Kreditgeber müssen künftig zum Beispiel genauer über die Konditionen informieren und die Zinskosten in Euro und Cent ausweisen. Kunden, die ein BNPL-Angebot in Anspruch nehmen wollen, werden einer



Foto: Credi2 GmbH



Christian C. Waldheim,
Co-CEO, Credi2 GmbH,
Wien

strengerer Bonitätsprüfung unterzogen. Die neue Richtlinie wirkt sich auf das Käuferlebnis aus und sorgt dafür, dass kreditbasierte Produkte anstelle der bisherigen BNPL-Produkte zum Maßstab werden, was die Marken der Banken stärkt.

Embedded Finance und White-Label-Produkte im Fokus

Aktuelle Kundenbedürfnisse und regulatorische Anforderungen decken sich mit der Geschäftsstrategie vieler Finanzinstitute: Längst wollen sie ihre Dienstleistungen nicht mehr ausschließlich nur im traditionellen Bankenumfeld verkaufen. Vielmehr verstehen sie sich als integraler Bestandteil der Customer Journey bis hin zum Point of Sale (POS) – also dort, wo die Kunden bezahlen.

Eine Studie von Credi2* hat ergeben, dass bereits heute 63 Prozent der Finanzinstitute der Meinung sind, dass Embedded-Finance-Produkte wie BNPL zu ihrem Geschäftsmodell passen. Dank der strengeren Regulierung der Produkte müssen Banken nun nicht mehr um ihren guten Ruf fürchten, sondern können als etablierte Finanzinstitute ihre ganze Erfahrung mit regulatorischen Anforderungen ausspielen. Und sie verfügen über ausreichend liquide Mittel für die Kreditvergabe und können so die Zinswende zu ihrem Vorteil nutzen, anders als manche B2C-Fintechs, die erst kürzlich eine Banklizenz erhalten haben. Oder anders formuliert: Das Imperium kann jetzt zurückschlagen.

Mehr als die Hälfte der Banken (54 Prozent) gab in der Studie zudem an, mit Embedded-Finance-Produkten zusätzliche Ertragsquellen erschließen zu wollen. Noch stärker ist jedoch der Wunsch, dadurch neue, junge Kunden zu gewinnen (62 Prozent) und dem Bedürfnis nach flexiblen Zahlungsmöglichkeiten nachzukommen (61 Prozent).

Pay Later mit Teilzahlungsoption für Debit- oder Kreditkarten

Wie lassen sich diese vielfältigen Herausforderungen in Einklang bringen? Dazu müssen sich die Finanzinstitute als Drehscheibe zwischen Kunde, Bank und Händler etablieren. Die Kredit- oder Debitkarte fungiert dabei als Bindeglied und kann als zentraler Baustein

Abbildung 1: BNPL-Angebot aus Bankensicht wichtig



Embedded Finance aus Sicht deutscher Banken, in Prozent; Mehrfachnennungen, Online-Umfrage; n = 120 Führungskräfte aus deutschen Banken

Quelle: Credi2, Embedded-Finance-Umfrage 2022

eines Embedded-Finance-Ökosystems dienen.

Dies ist vor allem im Hinblick auf ein optimales Kundenerlebnis förderlich. Laut einer kürzlich veröffentlichten Studie des globalen Zahlungstechnologieunternehmens Visa haben sich die Kundenerwartungen an das Bezahlen im Zuge der Digitalisierung stark verändert. Verbraucher erwarten von digitalen Bezahlmethoden demnach heutzutage

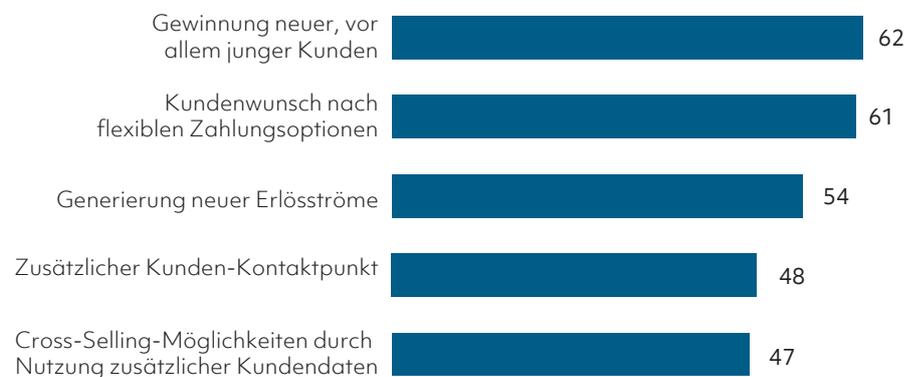
- eine einfache Einrichtung und eine hohe Nutzerfreundlichkeit;
- eine sichere Nutzung, bei der das Geld vor Betrug geschützt ist;
- die Möglichkeit, Ausgaben zu kontrollieren und zu verwalten;

– eine hohe Verfügbarkeit und Akzeptanz sowie

– Transparenz über die Risiken und Vorteile der Nutzung.

Mit dem Angebot einer Teilzahlungsoption als Embedded-Finance-Lösung über die Debit- oder Kreditkarte können Banken das verborgene Potenzial dieses seit langem etablierten Finanzprodukts ausschöpfen. Auch, weil alle Kunden bereits eine Bonitätsprüfung durchlaufen haben und das bestehende Kartenlimit genutzt werden kann. Denn im Gegensatz zu den klassischen BNPL-Lösungen bieten Debit- oder Kreditkarten mehr Optionen und Flexibilität. Vor allem müssen nicht alle wichtigen Entscheidungen während des Kaufprozesses getroffen werden, sondern können später problemlos in

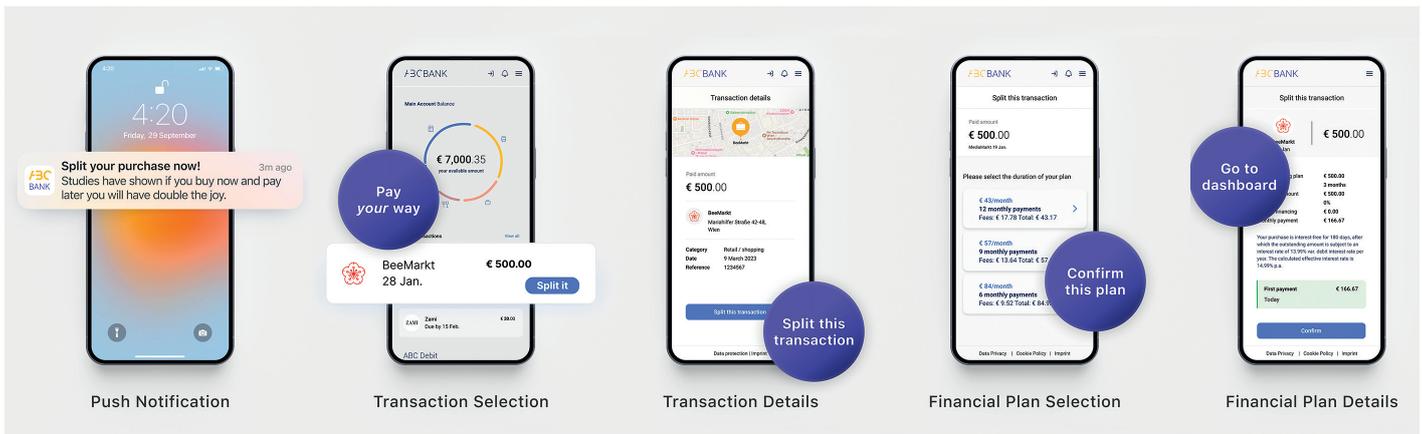
Abbildung 2: Kundengewinnung im Fokus



Embedded Finance aus Sicht deutscher Banken, in Prozent; Mehrfachnennungen; Online-Umfrage; n = 120 Führungskräfte aus deutschen Banken

Quelle: Credi2, Embedded-Finance-Umfrage 2022

Abbildung 3: Die Teilzahlungsfunktion im Zuge eines Kaufprozesses



Quelle: Credi2

der zugehörigen App geändert werden (Post-Purchase).

Pay-Later-Angebot von Apple definiert einen Standard

Durch die Verknüpfung der Kartenzahlung mit der Banking-App des Finanzinstituts bietet diese Lösung in Bezug auf die oben genannten Faktoren eine Reihe von Vorteilen:

Erstens haben Finanzinstitute über ihre Banking-App die Möglichkeit, ihre Kunden über die neue Option zu informieren und auf die flexiblen Zahlungsmöglichkeiten hinzuweisen, wenn die Transaktion die Voraussetzung erfüllt (Verfügbarkeit und Akzeptanz).

Zweitens können sie in der App das Opt-in schnell erledigen und alle Regeln festlegen (einfache Einrichtung und bequeme Nutzung).

Drittens kann die Bank dem Kunden per Push-Benachrichtigung aufs Handy nach der Kartenzahlung online oder im Shop anbieten, die Kaufsumme in Teilzahlungen aufzusplitten. Nimmt der Kunde diese Möglichkeit an, kann die Bank viertens, in der App den Finanzierungsplan präsentieren, ändern, vorzeitig Rückzahlungen vornehmen oder auch automatisch gewisse Transaktionstypen in Teilbeträge umwandeln.

Für den Kunden bedeutet das, er kann schnell und unkompliziert entscheiden, ob er die Summe beispielsweise in drei Monatsraten oder aber in sechs oder zwölf Monaten begleichen möchte

(Transparenz). Er stimmt in der App dem Finanzierungsplan zu, hat aber auch die Möglichkeit die Ratenzahlung zu stoppen und den Restbetrag vorzeitig zu begleichen, wenn es seine finanzielle Situation erlaubt.

So wird die App zur mobilen Finanzzentrale des Kunden, mit der er seine Ausgaben verwalten und sein Geld smart budgetieren kann. Auch für die Finanzinstitute bietet diese Lösung Vorteile, da sie durch die Teilzahlung per Debit- oder Kreditkarte die Attraktivität der Karten, deren Nutzung sowie die Kundenbindung deutlich erhöhen.

Das erfolgreiche Pay-Later-Angebot von Apple in den USA unterstreicht die Relevanz für Verbraucher. Das Angebot ist an eine Kreditkarte gekoppelt – und definiert damit einen Standard, den Kunden künftig auch in Deutschland von den Kreditkarteninstituten erwarten.

Vielen Banken fehlt es an Know-how

Doch was so einfach klingt, stellt viele Finanzinstitute vor große Herausforderungen. Es fehlt an Know-how im Bereich Embedded Finance. Zudem sind die Prozesse in den komplexen Organisationen oft langwierig. Acht von zehn Banken (79 Prozent) gaben in der Credi2-Studie an, noch nicht bereit für den Markteintritt zu sein. Gründe dafür sind unter anderem der Mangel an Fachkräften, fehlende IT-Ressourcen und die Komplexität des Kernbankgeschäfts. Probleme, die viele

Banken bislang davon abhalten, mit eigenen Angeboten auf den Markt zu gehen.

All das sind zwar Gründe für das bisherige Zögern der Branche. Sie sind aber keine gute Ausgangslage, denn jetzt kommt es auf Schnelligkeit an. Denn nur mit schlanken, automatisierten Prozessen werden sich Pay-Later-Lösungen mit kreditbasierten Regeln und Teilzahlungen per Debit- oder Kreditkarte wirtschaftlich lohnen. Acht von zehn Führungskräften sind deshalb überzeugt, dass sie bei der Umsetzung externe Hilfe benötigen, zeigt die Studie. Hier bieten sich White-Label-Lösungen an, die von externen Finance-Dienstleistern innerhalb weniger Wochen an die bestehenden IT-Strukturen der Organisation angepasst werden.

Gute Gründe für den Markteinstieg

Mit einer solchen Lösung, die End-to-End sowohl Produkt Interfaces, als auch Core-Banking-Module inklusive Nebenbuch und Operation umfasst, haben Banken als kartenausgebende Institute die Chance, sowohl Bestands- als auch Neukunden zeitnah eine Teilzahlungsoption anzubieten und von einer Reihe von Vorteilen zu profitieren, beziehungsweise diese an ihre Kunden weiterzugeben:

– Ob als Ratenlösung im Handel oder als Teilzahlung per Debit- oder Kreditkarte –, die „Pay Later“-Angebote ermöglichen den Kunden eine smarte

Budgetierung ihres Geldes. Die Angebote ihrer Bank machen die Nutzung für die Kunden besonders einfach und vertrauenswürdig.

– Teilzahlungen per Debit- oder Kreditkarte erfüllen in der Regel bereits alle Anforderungen der neuen EU-Verbraucherkreditrichtlinie, inklusive einer strengen Prüfung der Kreditwürdigkeit der Kunden.

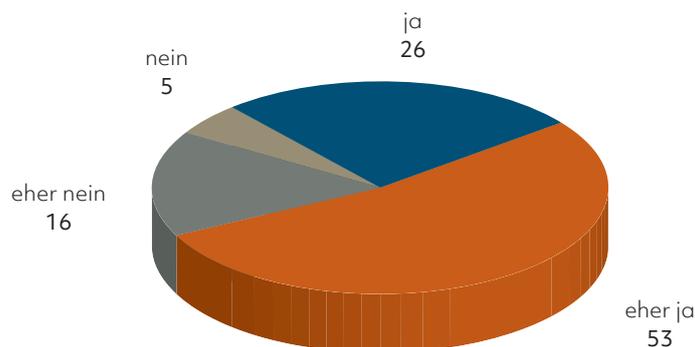
– Mit der Möglichkeit, die Kaufsumme bei Kartenzahlung nachträglich in Teilbeträge aufzuteilen, schließen die Banken per App eine Lücke zwischen Online- und stationärem Einkauf. Sie ersparen den Kunden damit nicht nur unnötigen Stress, sondern bieten sogar mehr Bequemlichkeit.

– Durch die Kopplung der Teilzahlungsfunktion an Kredit- und Debitkarten erzielen die Finanzinstitute eine hohe Reichweite für ihr Angebot.

– Das Angebot, Zinseinnahmen kombiniert mit einem Responsible-Lending-Ansatz, bietet den Banken das Potenzial für profitable Zinseinnahmen.

– Die Teilzahlungsfunktion führt zu einer höheren Nutzung von Debit- oder Kreditkarten.

Abbildung 4: Die Mehrheit der Banken setzt bei BNPL auf Partner



Inwieweit Kreditinstitute einen Partner brauchen, um BNPL-Angebote auf den Markt zu bringen, in Prozent; Online-Umfrage, n = 120 Führungskräfte aus deutschen Banken

Quelle: Credi2, Embedded-Finance-Umfrage 2022

– Das Angebot erhöht die Kundenbindung und sichert die Kundenschnittstelle.

– Zudem haben Banken die Möglichkeit, im Rahmen der Customer Journey am POS Finanzierungen anzubieten und on top eine Kreditkarte zu verkaufen.

Das alles sind gute Gründe, für einen Einstieg in den Markt für Embedded Finance, insbesondere als Herausgeber von Debit- und Kreditkarten mit Teilzahlungsfunktion. Externe Dienst-

leister helfen schnell und unkompliziert mit White-Label-Lösungen, die es den Banken ermöglichen, ihr Angebot zeitnah auf den Markt zu bringen. Credi2 hat in strategischer Zusammenarbeit mit Visa eine White-Label-Lösung für kartenausgebende Banken entwickelt, um Karteninhabern flexible Ratenzahlungen über unter anderem Visa-Zugangsdaten zu ermöglichen.

* Für die Studie „Embedded Finance 2022“ wurden 120 Führungskräfte aus deutschen Banken befragt. ■