



**We
connect
you.**



„Kollaboration als Weg aus der Krise“

Studienergebnisse

Wien, November 2020





Kollaboration als Weg aus der Krise

„Payment“ ist ein zentrales Element für jede Volkswirtschaft. Das Zahlverhalten der KonsumentInnen ändert sich und Europa steht bei Payment im Schatten der USA bzw. Asien. COVID19 hat den Digitalisierungsprozess beschleunigt und damit auch das Bezahlen im Netz erhöht.

Seit 2018 befragen wir ExpertInnen zum Thema Payment und stellen Kollaboration und Innovation in den Mittelpunkt der Analyse. Denn Kollaboration ist die Basis für Innovation und das stärkt mittel- & langfristig gesehen den Wirtschaftsstandort.

Der Inhalt der Studie:

- ❖ Wie beurteilen ExpertInnen das Thema „Österreich an die Spitze innovativer Zahlungssysteme“?
- ❖ Wie groß sind Bereitschaft zu und tatsächliche Umsetzung von Kollaboration heute?
- ❖ Welche Bedeutung käme einem Europäischen Payment Scheme in diesem Kontext zu?
- ❖ Und steht es um weitere Trends, wie z.B. Alternative Payments, Green Banking oder digitale Währungen in Österreich?
- ❖ Welche Veränderungen im Zahlungsverkehr hat COVID19 mit sich gebracht und wie nachhaltig werden sie sein?

Unser Dank gilt allen, die an dieser Studie mitgewirkt haben!

Birait Kraft-Kinz





A

Einleitung



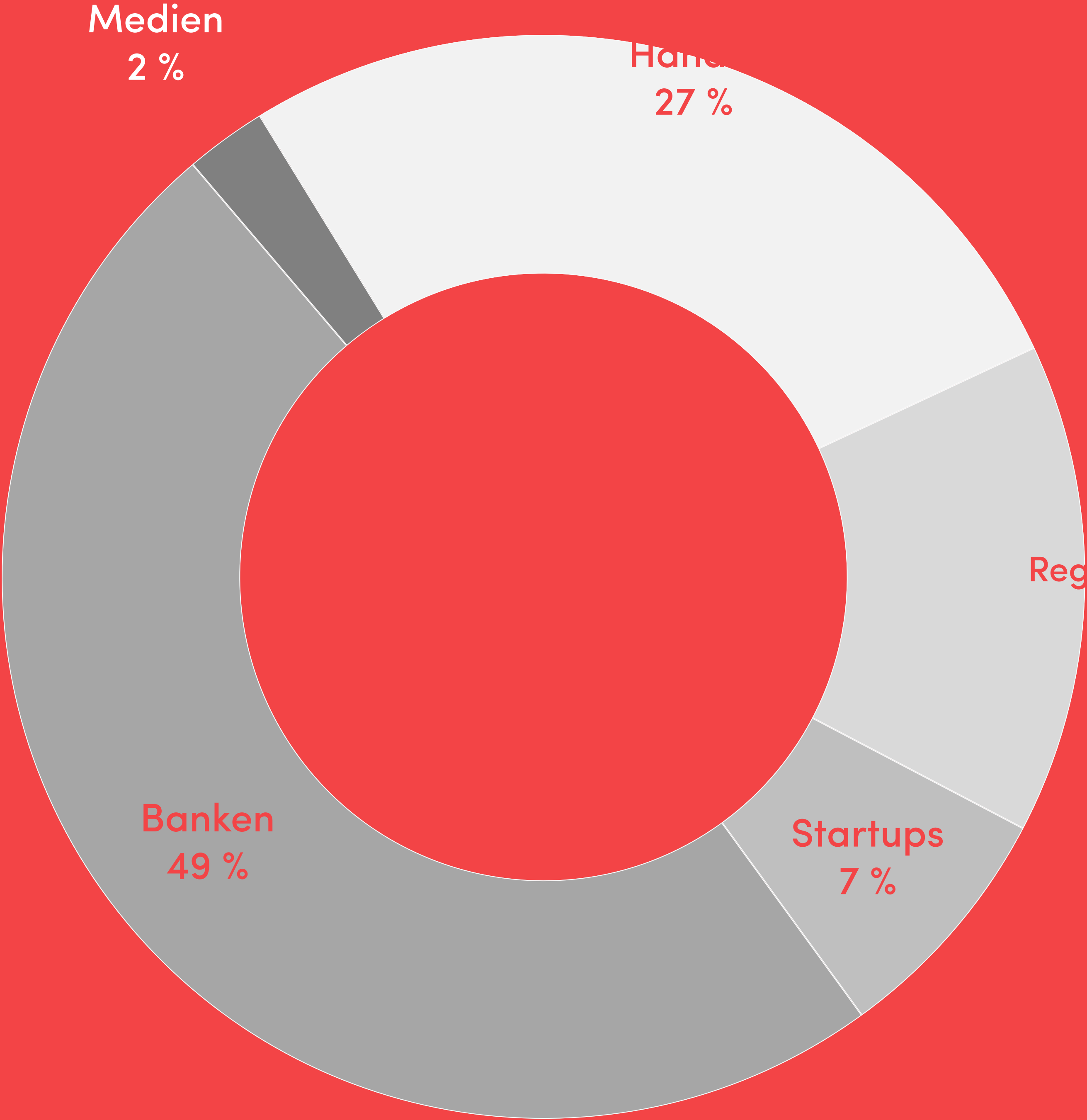
Grundinformationen zur Studie

- ❖ Titel der Studie: „Kollaboration als Weg aus der Krise“
- ❖ Stichprobengröße: #41 Personen der Payment Pioneers
- ❖ Stichprobe: Banken, Handel, Regulatoren, Start-ups, Politik, Medien
- ❖ Untersuchungsmethode: Digitaler Fragebogen sowie telefonische Expertengespräche
- ❖ Untersuchungszeitraum: Sommer 2020
- ❖ Untersuchungsgebiet: Österreich
- ❖ Erhebungsart: telefonische Interviews & digitaler Fragebogen
- ❖ InterviewerInnen:
 - ✓ Christoph Klaritsch



TeilnehmerInnen
der Payment
Studie 2020

n=41



Grundaufbau der Studie

Die Studie befasst sich mit Kollaboration: Status Quo, Kenntnis, Annahme und Leben heute, Chancen und Potenziale für die Zukunft und Barrieren für die Umsetzung von Kollaboration.

Zusätzlich wurden drei wesentliche Trends im Payment abgefragt:

- ❖ Instant Payment: Instant Illusion oder New Normal?
- ❖ Green Banking: Nachhaltigkeit in Payment und Banking?
- ❖ Digitale Währungen: Digital oder doch egal?

Anlassbezogen wurden Fragen zu COVID19 beantwortet und analysiert.

Abschließend wurden aus den drei KRAFTKINZ Parametern (1) ROC Bekanntheit; (2) ROC Positionierung; (3) ROC Vertrauenskapital der ROC (Return On Communication) – Wert berechnet. Die höchstaggregierte Kennzahl der Studie ist der ROC.

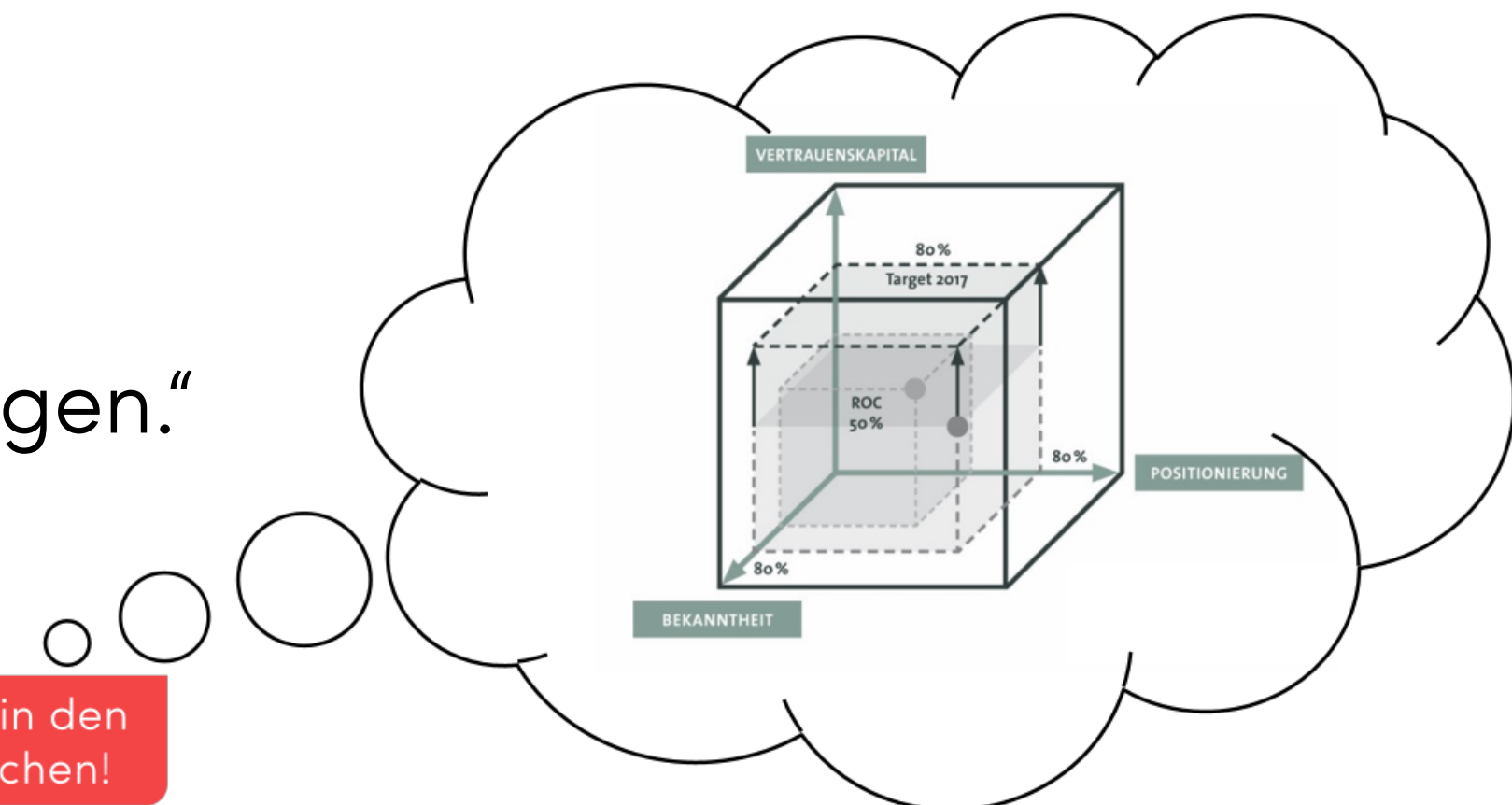
Kollaboration & Innovation im Payment: Der entscheidende Veränderungsprozess für die Aufholjagd

- ❖ „Die Aufholjagd hat begonnen“, ist die Headline der diesjährigen Veröffentlichung. Voraussetzung dafür sind Veränderungsprozesse im Ökosystem, deren Messung KRAFTKINZ mit dem ROC Modell umsetzt.
- ❖ KRAFTKINZ ist auf den Ausbau von Vertrauenskapital spezialisiert. Die Bekanntheit, die verbundene Perspektive & der Nutzen sowie das Vertrauenskapital sind entscheidend für die zeitnahe Umsetzung von Veränderungsprozessen.
- ❖ Veränderungsprozesse sind gestaltbar, Argumente sind positionierbar und diese Verankerung kann man messen.
- ❖ Der Return on Communication (ROC) misst die Transformation und ist damit eine wichtige Kennzahl zur Steuerung von Veränderung.

Das KRAFTKINZ Modell

- ❖ Das KRAFTKINZ Modell baut auf drei Parametern auf:
(1) ROC Bekanntheit; (2) ROC Positionierung; (3) ROC Vertrauenskapital
- ❖ Drei Parameter bilden den ROC:
 1. „Was ich nicht weiß, kann mir nicht in den Sinn kommen“. – ist die wichtigste Voraussetzung für Changeprozesse. Im Payment ist Wissen zu den Themen und Prozessen entscheidend.
 2. „Erfolgreiche Changeprozesse sind das perfekte Vorurteil.“ – die Nutzen-Perspektive entscheidet. Im Payment sind die Möglichkeiten und Chancen die Treiber der Veränderung.
 3. „Ohne Vertrauen keine Interaktion – keine Änderung von Handlungen.“ – Das Ecosystem braucht eine Vertrauensbasis, die die Kollaboration ermöglicht.

Der ROC entsteht in den Köpfen der Menschen!





B

Bestandsaufnahme



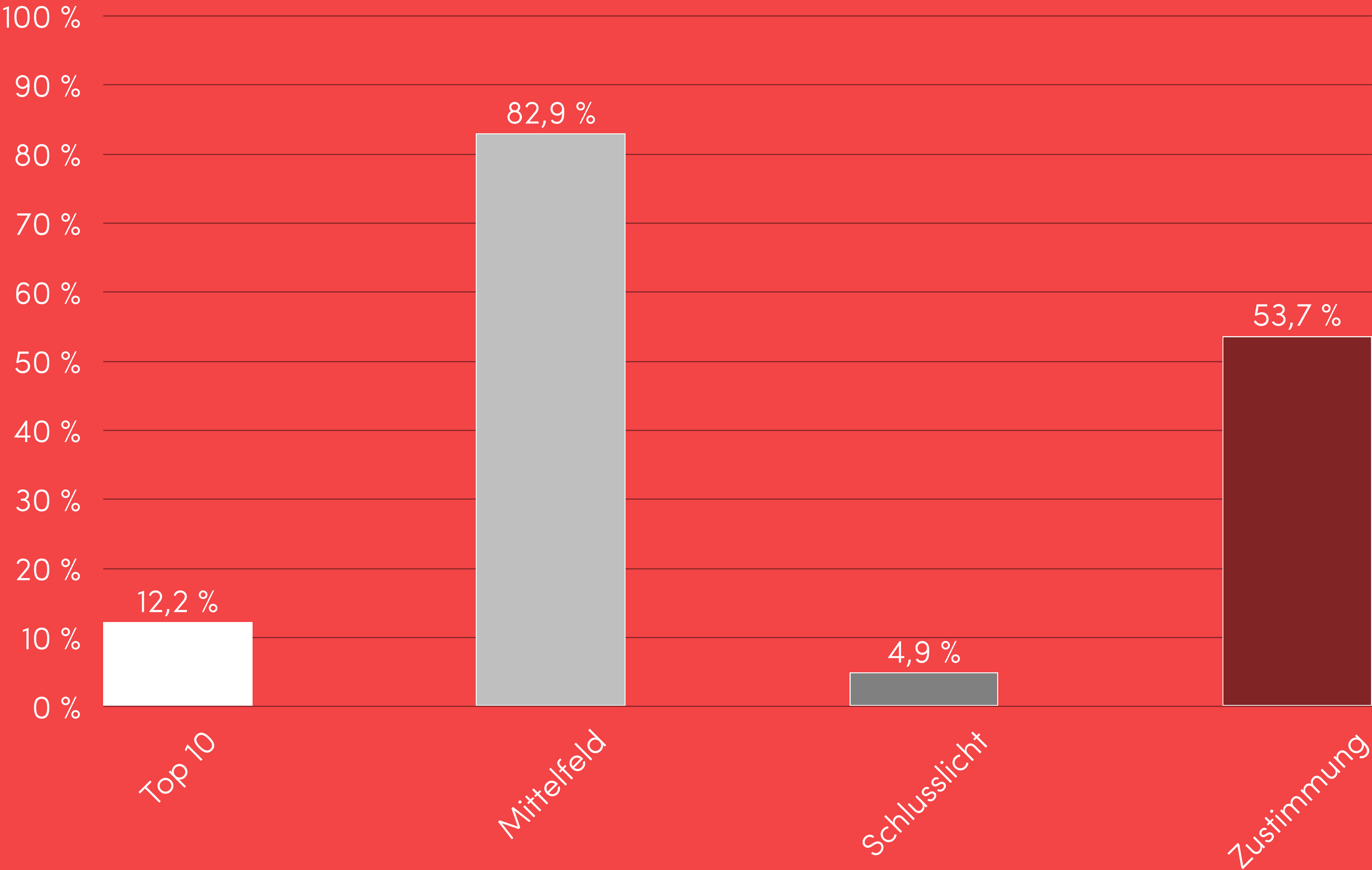


B: Bestandsaufnahme

- Zum Eingang der Studie werden die Trendfragen aus den letzten Jahren wiederholt. Seit 2018 hat sich die Einschätzung, wo Österreich im Bereich der innovativen Zahlungssysteme liegt, leicht zum Positiven entwickelt. Was auffällt ist, dass im Vergleich zu 2019 deutlich weniger Personen Österreich im Bereich des Schlusslichts eingeordnet haben (2020: 12,2% / 2019: 25,0%, / 2018: 16,7%). Die überwiegende Mehrheit (82,9%) – sieht Österreich weiterhin im Mittelfeld (2019: 58,3% / 2018: 72,2 %).
- Die Relevanz des Themas ist bei den Stakeholdern angekommen: Der Zustimmungssindex von 82,9% weist aus, dass es als sehr relevant empfunden wird, dass Österreich an die Spitze innovativer Zahlungssysteme kommt. Dieser Wert unterscheidet sich nicht zu den Vorjahren (Zustimmungssindex – 2020 83,3% / 2019: 83,1% / 2018: 86,2%).
- Stärken Regularien Europa? Hintergrund der Frage ist, dass es eine europäische Verantwortung gibt, die Rahmenbedingungen für europaweite Payment-Innovationen zu gestalten. Die Frage wird von den Befragten mehrheitlich bejaht. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Zustimmungssindex deutlich gestiegen (2020: 72,0 % / 2019: 45,1 %).
- Die Mehrheit der Befragten sagt, dass das Payment Ecosystem eher offen für Kollaboration ist. Die Zustimmung ist im Vergleich zum letzten Jahr leicht gesunken, was auf eine Vertrauenskrise hinweist (2020: 60,6% / 2019: 61,8%).

Die Mehrheit sieht Österreich weiterhin im Mittelfeld.

An welcher Stelle liegt Österreich Ihrer Meinung nach im internationalen Vergleich bei innovativen Zahlungssystemen?



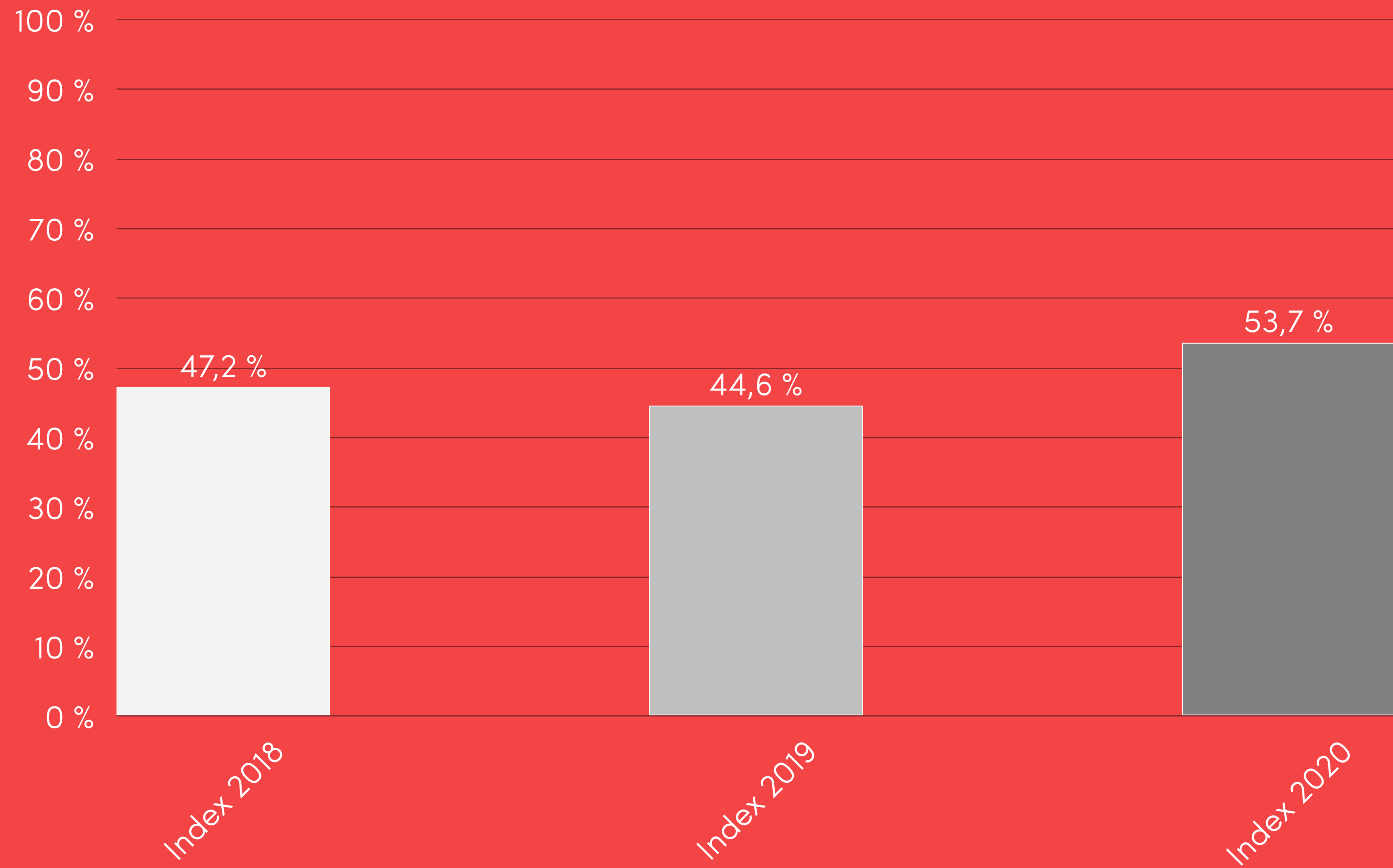


Über den Jahresvergleich zeigt sich eine leicht positive Entwicklung. Der Zustimmungsin-
dex liegt erstmals über der
Relevanzschwelle von 50%, was
bedeutet, dass die Mehrheit
Österreich zumindest im
Mittelfeld oder darüber
einordnet.

*An welcher Stelle liegt Österreich Ihrer
Meinung nach im internationalen
Vergleich bei innovativen
Zahlungssystemen?*

- *Vergleich:
2020 / 2019 / 2018*

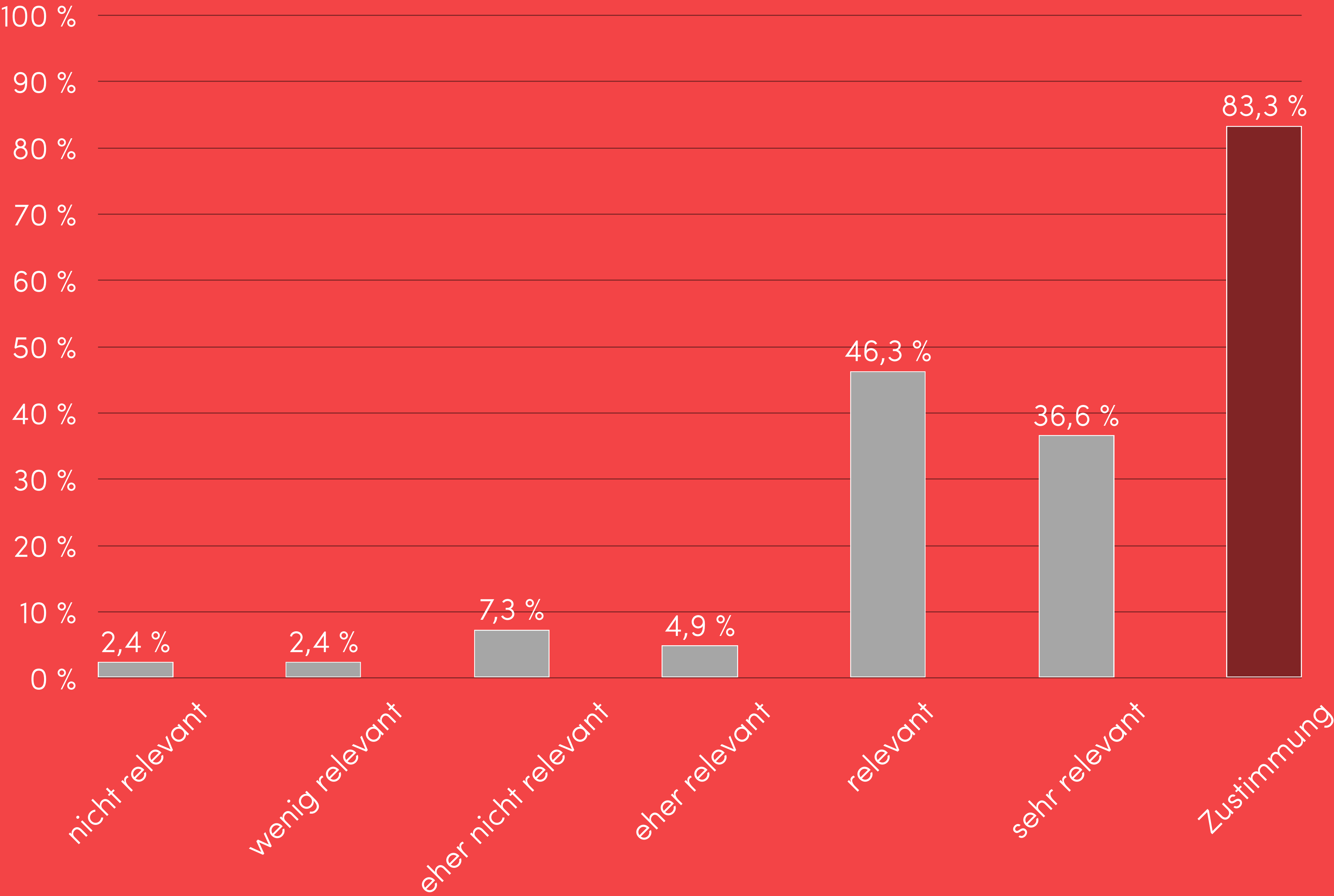
Zustimmungsin- dex





Die Relevanz ist bei den Stakeholdern angekommen. Der Großteil erachtet eine Führungsrolle als relevant oder sehr relevant.

Für wie relevant halten Sie es, dass Österreich an die Spitze innovativer Zahlungssysteme in Europa kommt?



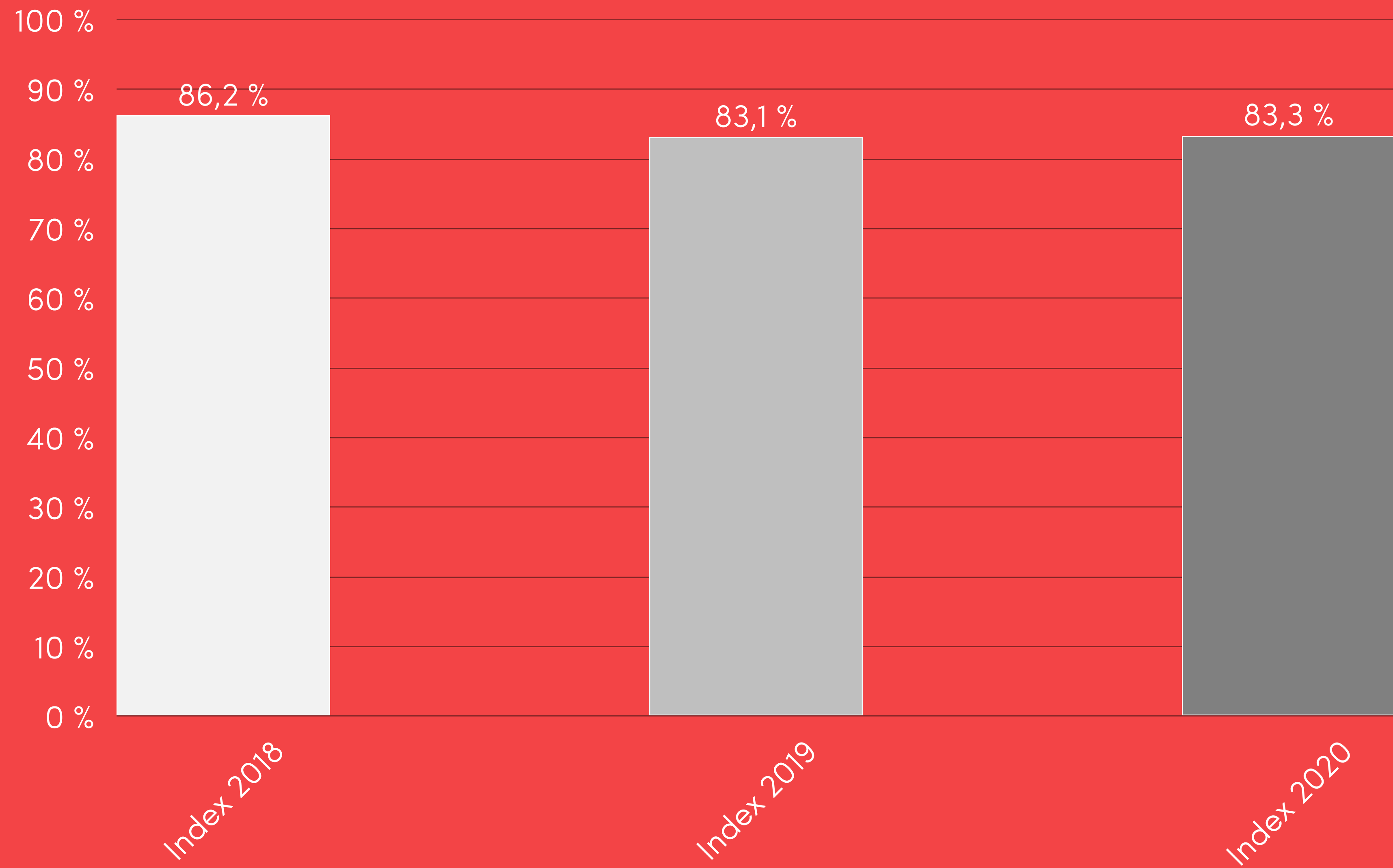


Die Stakeholder erkennen zwar die Wichtigkeit des Themas seit Jahren an es hat sich aber trotzdem noch zu wenig getan. Wir müssen ins TUN kommen!

Für wie relevant halten Sie es, dass Österreich an die Spitze innovativer Zahlungssysteme in Europa kommt?

- *Vergleich:
2020 / 2019 / 2018*

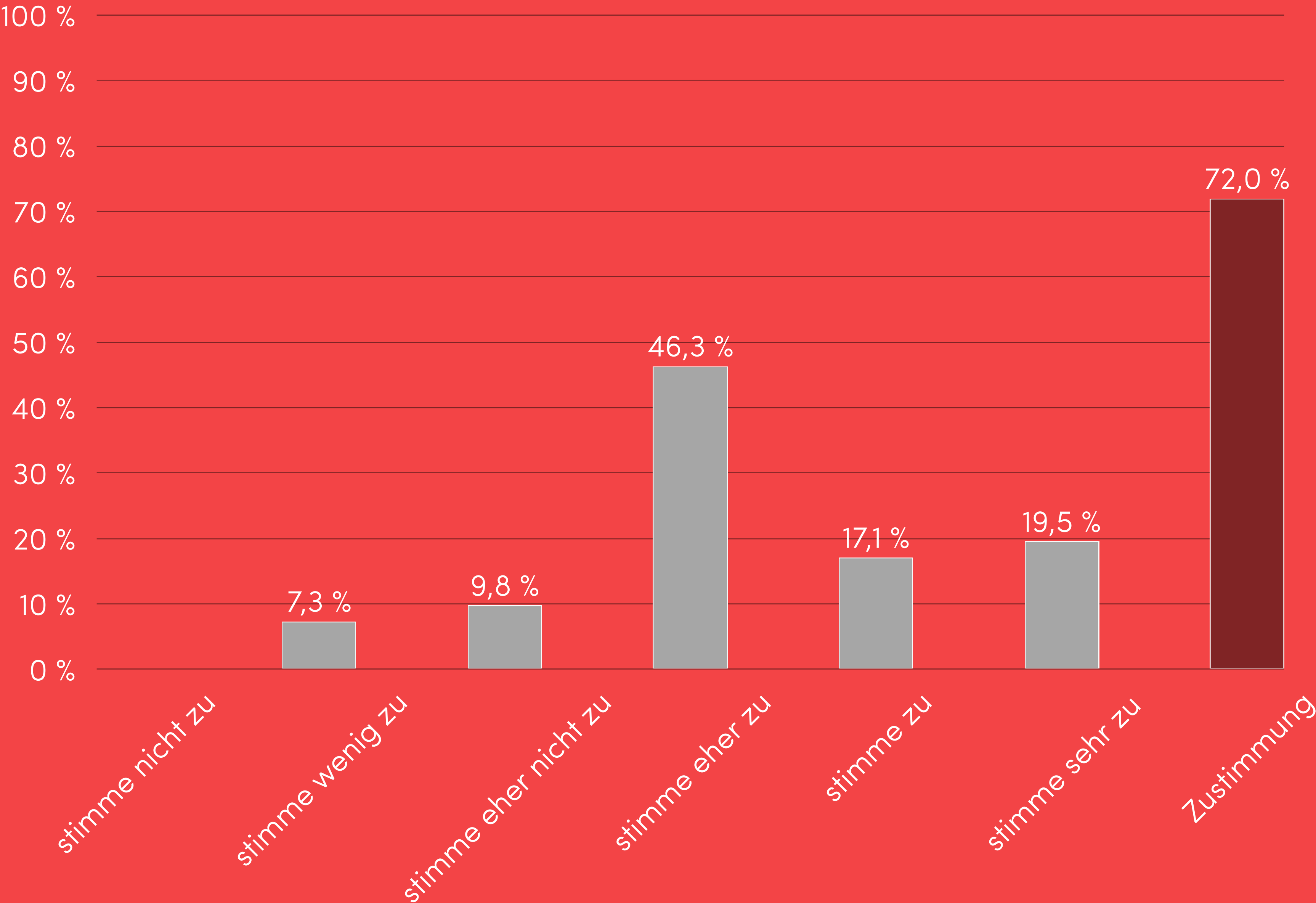
Zustimmungsindex





Im Großen und Ganzen wird die Relevanz von Regularien von den Befragten bejaht. 36,6 % stimmen dem zu bzw. sehr zu und weitere 46,3 % stimmen dem zumindest eher zu.

Regularien – stärkt das Europa?



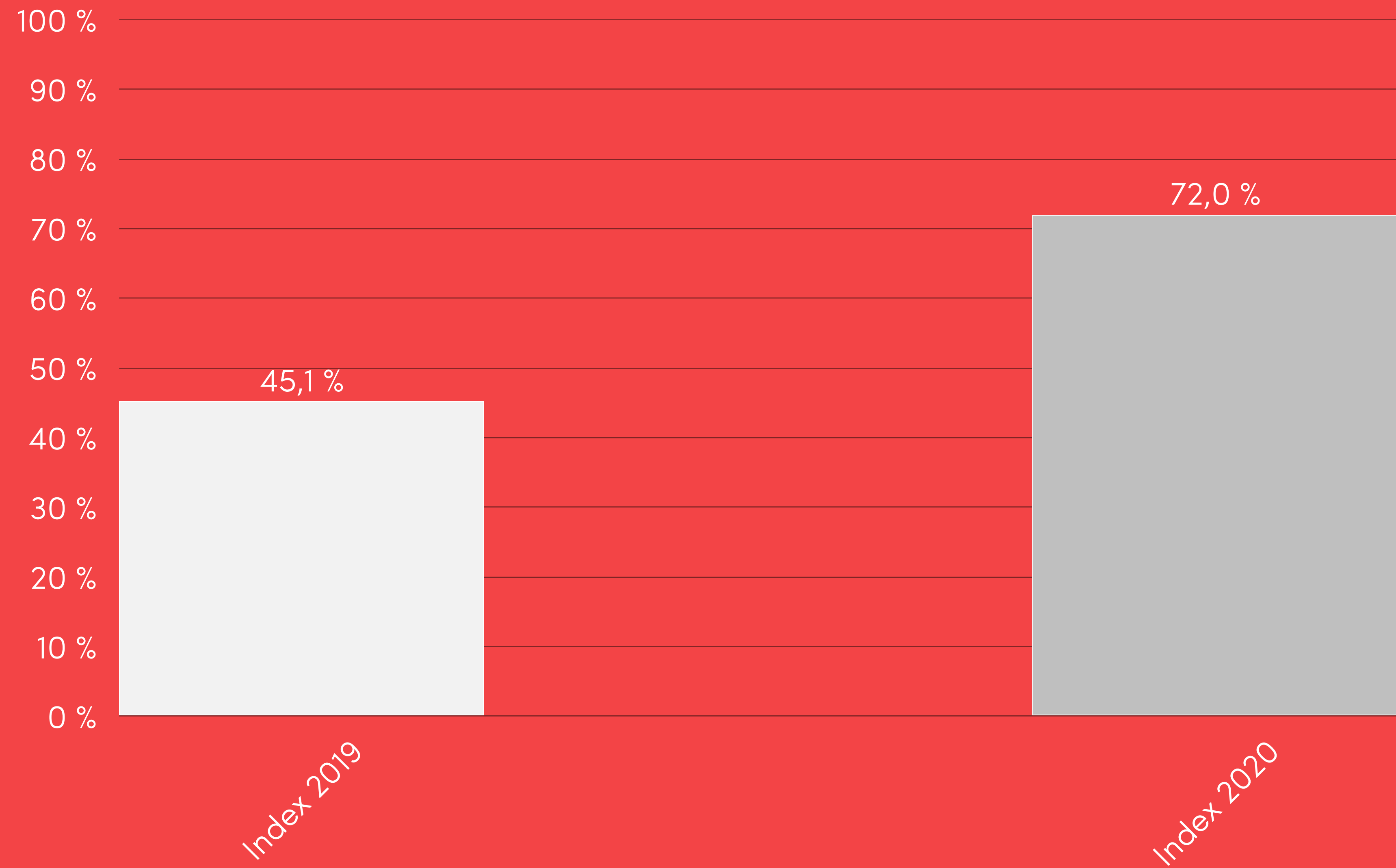


Im Vergleich zum Vorjahr ist der Zustimmungssindex deutlich gestiegen.

Regularien – stärkt das Europa?

- *Vergleich:
2020 / 2019*

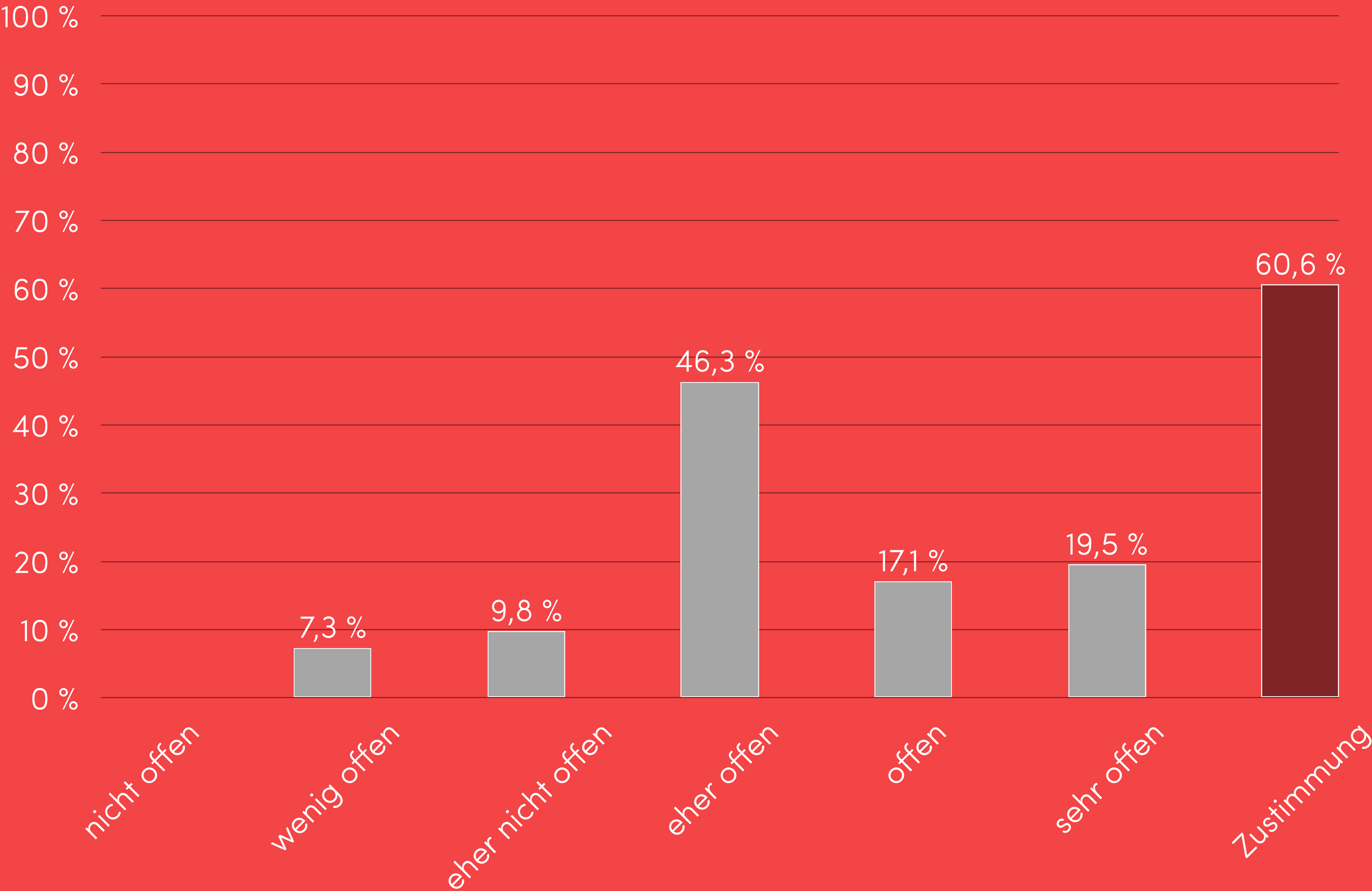
Zustimmungssindex





Eine klare Mehrheit ist der Meinung, dass der Paymentsektor zumindest eher offen für Kollaboration ist.

Wie offen ist der Paymentsektor in Österreich Ihrer Meinung nach für Kollaboration?



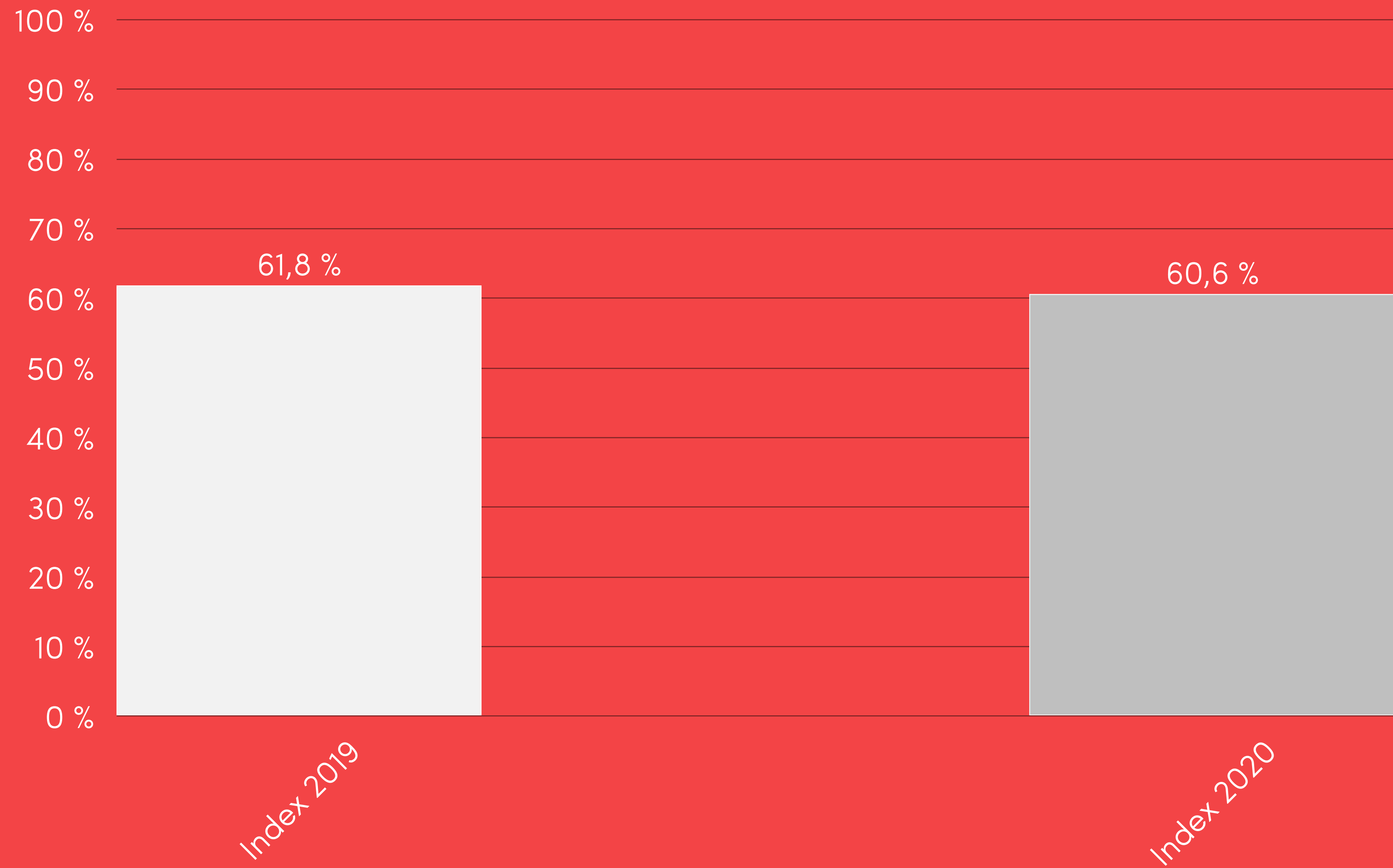


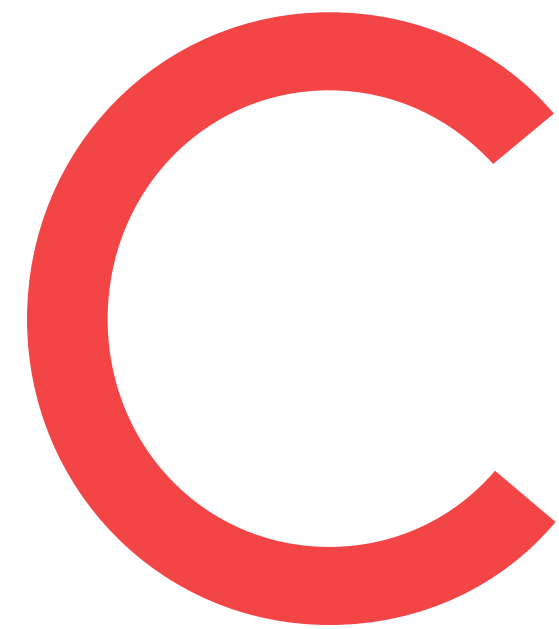
Die Zustimmung ist im Vergleich zum letzten Jahr leicht gesunken. Diese leicht negative Tendenz ist Indiz für eine Vertrauenskrise.

Wie offen ist der Paymentsektor in Österreich Ihrer Meinung nach für Kollaboration?

- *Vergleich:
2020 / 2019*

Zustimmungsindex





Payment





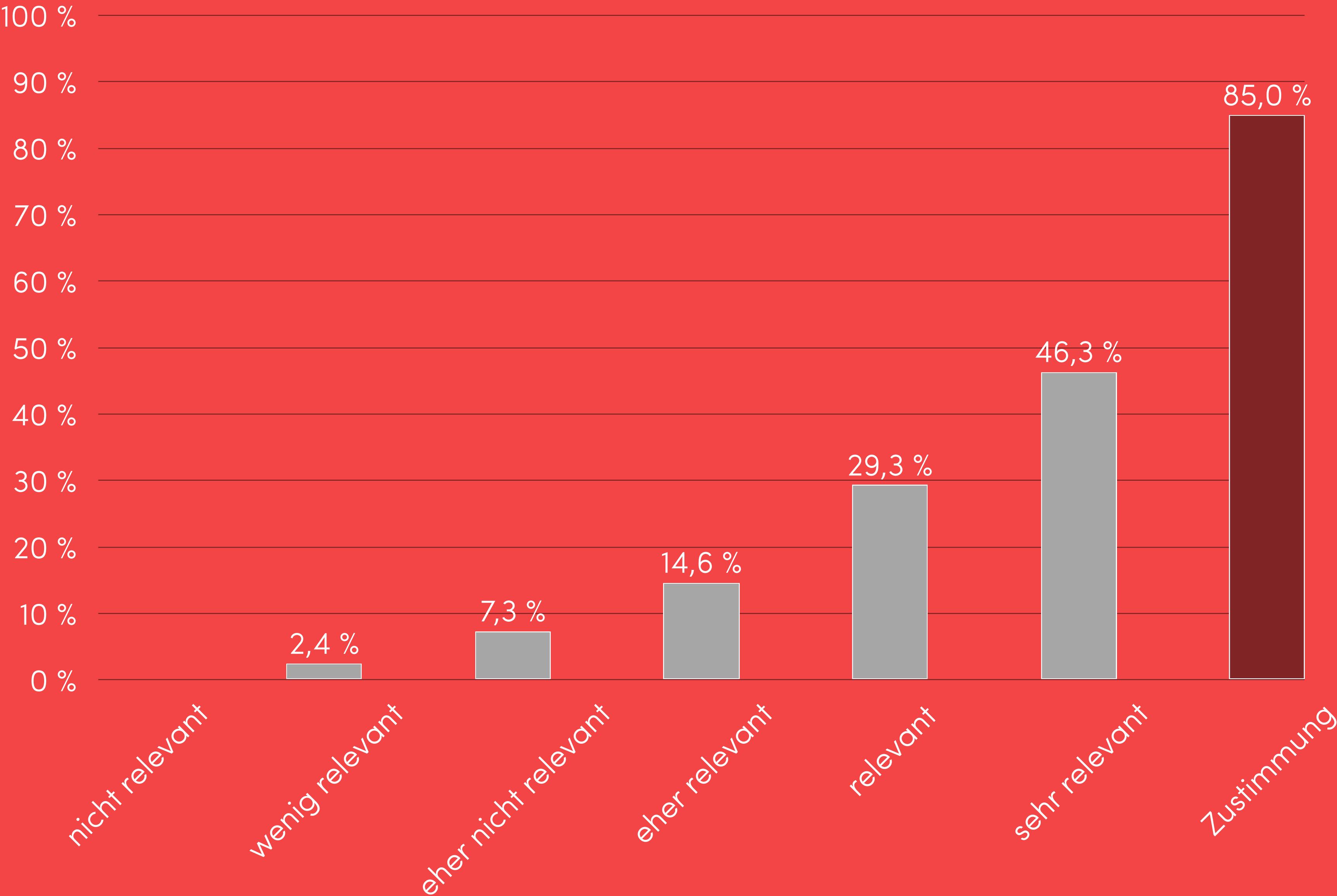
C: Payment

- Die Entstehung eines europäischen Payment-Schemes wird von den Befragten als sehr relevant empfunden. Der Zustimmungssindex ergibt einen hohen Wert von 85,0%. Den Befragten ist also bewusst, dass man alternative Lösungen zu den Internationalen Schemes aus den USA bzw. Asien schaffen muss.
- Noch höher ist der Wert bei der Frage, ob Payment Teil der kritischen Infrastruktur wäre. Der Zustimmungssindex liegt bei 89,8%. Dies war in Zeiten von Corona zu erwarten.
- Instant Payments: Dies wird von den Befragten als sehr relevant für die Zukunft des Österreichischen Zahlungsverkehr eingeschätzt (Zustimmungssindex 80,5 %). Die Notwendigkeit nach Echtzeittransaktionen – wie sie es in anderen Europäischen Ländern (Schweden, Holland, Norwegen, Schweiz) schon gibt – wird erkannt.
- Green Banking: Die Relevanz von Green Banking wird weniger hoch eingeschätzt (Zustimmungssindex: 73,6%). Das überrascht besonders aufgrund der EU Vorgaben zu Green Banking & Sustainable Payments.
- Digitale Währungen: Mit einem Zustimmungssindex von 72,8% bekommen digitale Währungen die geringste Bedeutung der drei Themen zugeordnet. Das ist insofern erstaunlich, als nicht nur Europa an digitalen Währungen arbeitet, sondern China bereits eine solche testet.



Den Befragten ist bewusst, dass man alternative Lösungen zu den Internationalen Schemes (USA, Asien) finden muss.

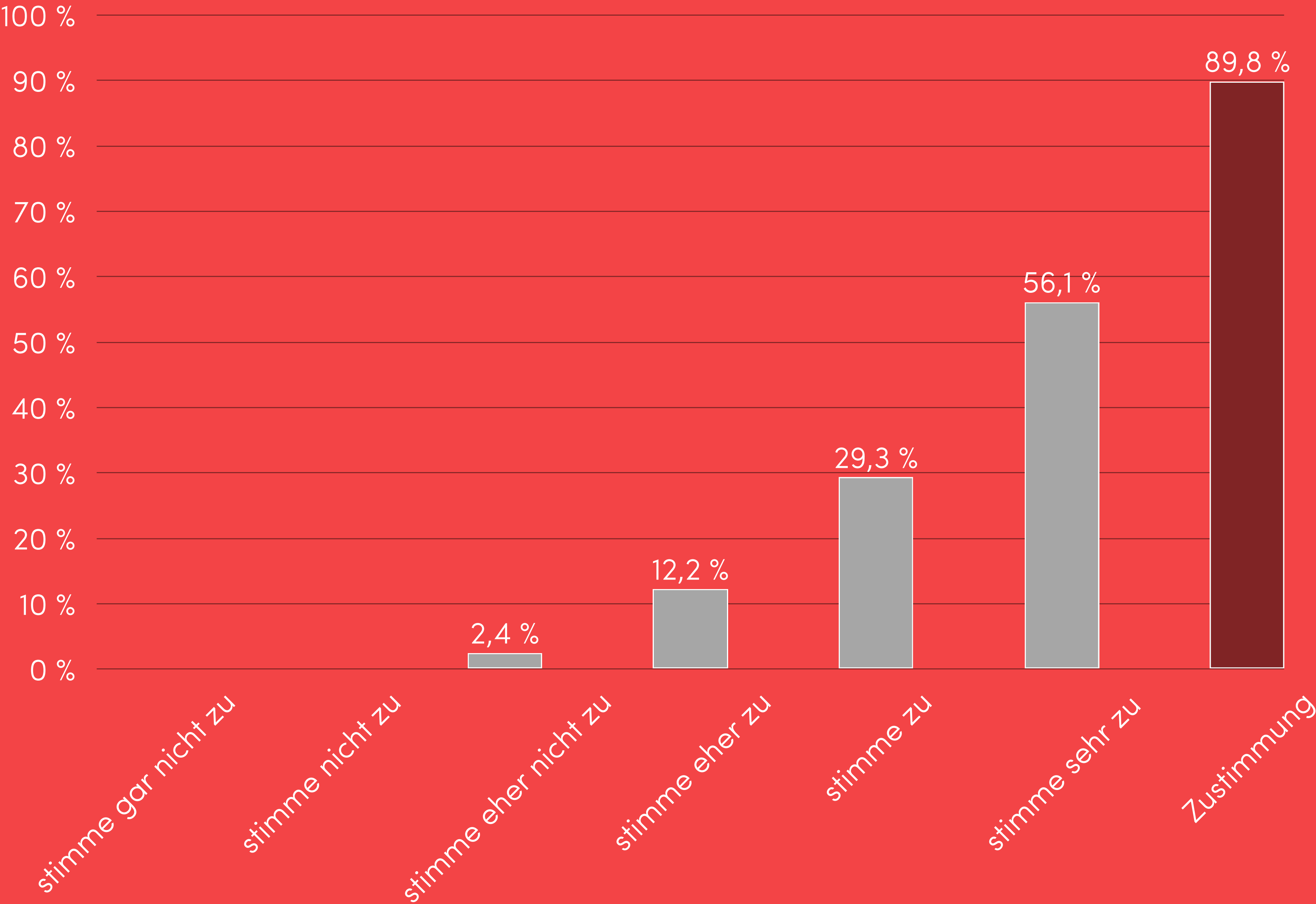
- *Für wie relevant halten Sie die Entstehung eines europäischen Payment-Schemes?*





Payment wird als Teil der kritischen Infrastruktur wahrgenommen. Dies war in Zeiten von Corona zu erwarten.

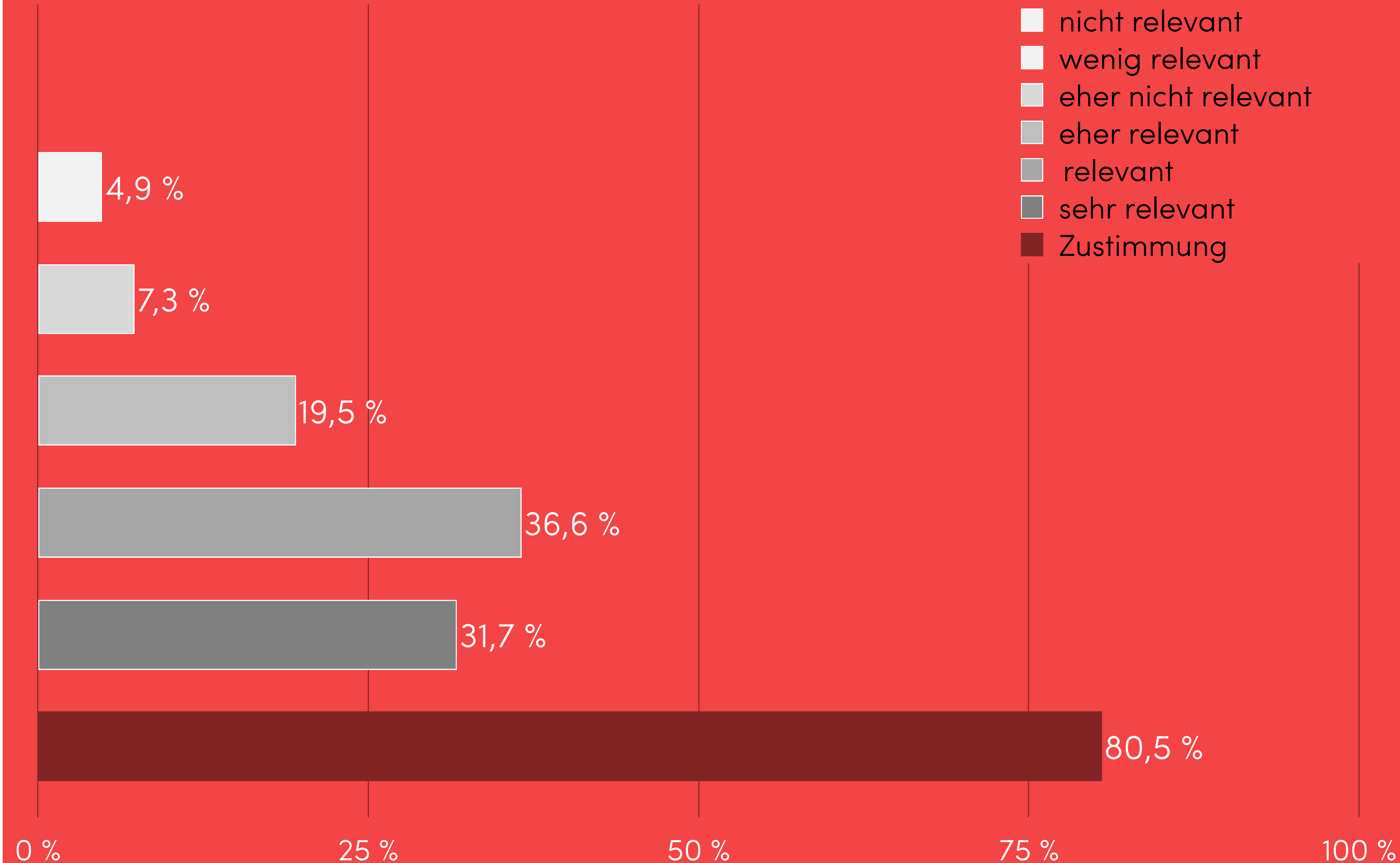
- Halten Sie Payment-Unternehmen für einen Teil der vielgenannten „kritischen Infrastruktur“?





*Die Notwendigkeit nach
Echtzeittransaktionen – wie
sie es in anderen
Europäischen Ländern
(Schweden, Holland,
Norwegen Schweiz) schon
gibt – wird erkannt.*

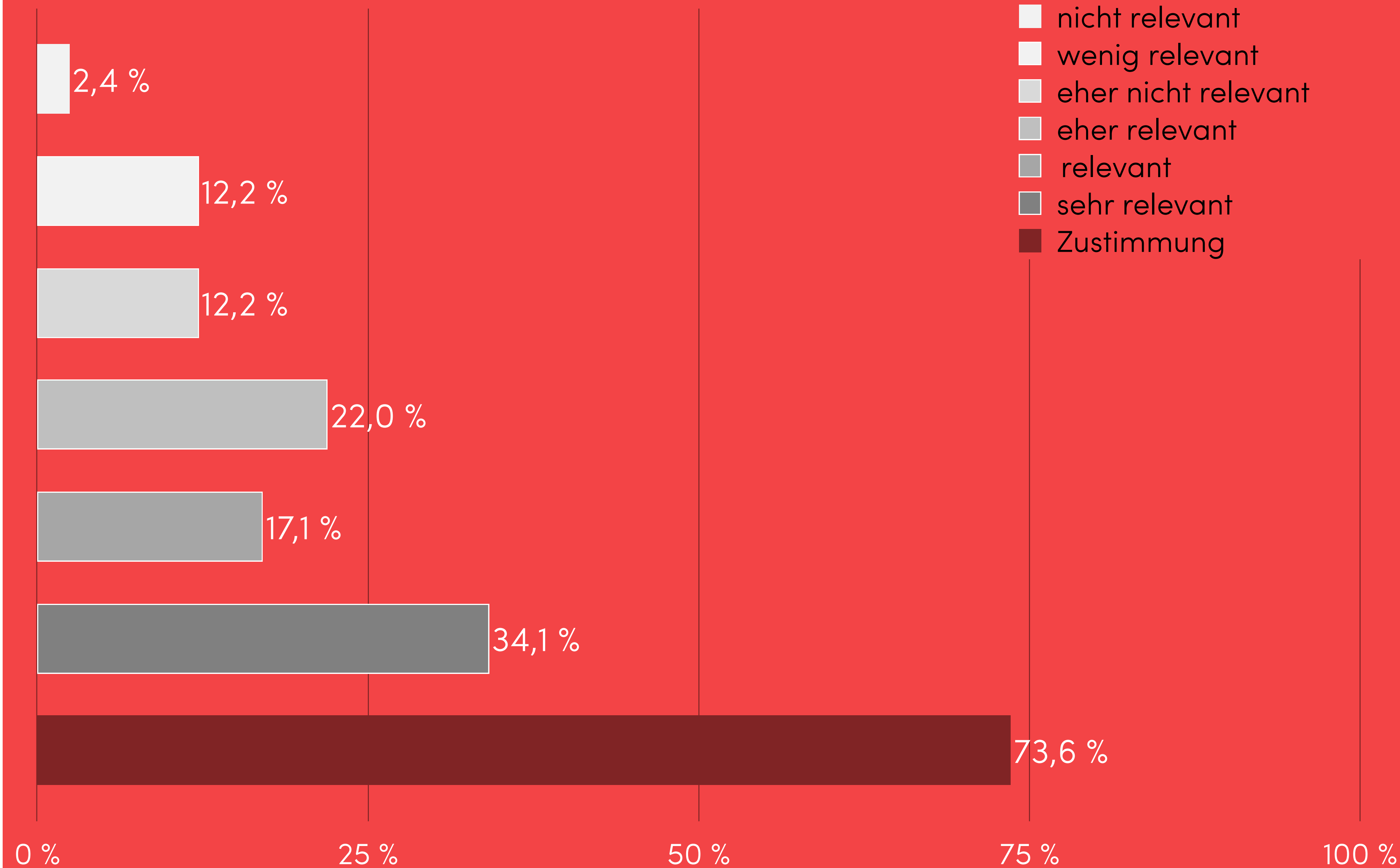
- *Für wie relevant halten Sie "Instant Payments" für den zukünftigen Zahlungsverkehr in Österreich?*





Die Relevanz von Green Banking wird im Vergleich weniger hoch eingeschätzt. Das überrascht besonders aufgrund der EU Vorgaben zu Green Banking & Sustainable Payments.

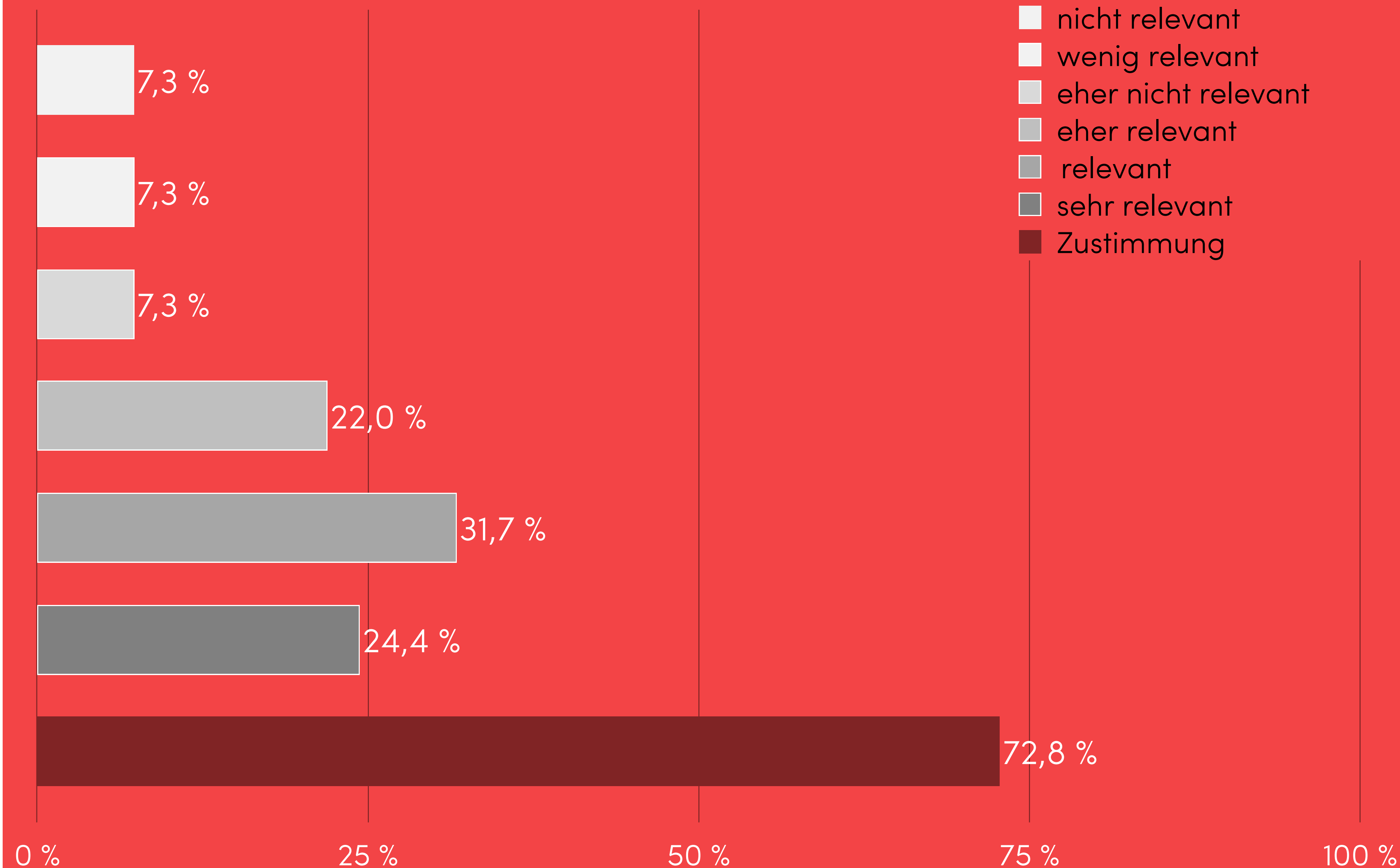
- *Für wie relevant halten Sie "Green Banking" in der Zukunft?*





Die digitale Währungen bekommen die geringste Bedeutung der drei Themen zugeordnet. Das ist insofern erstaunlich, als nicht nur Europa an digitalen Währungen arbeitet, sondern China bereits eine solche testet.

- Für wie relevant halten Sie "digitale Währungen" in der Zukunft?





D

COVID-19-Krise und ihre Folgen





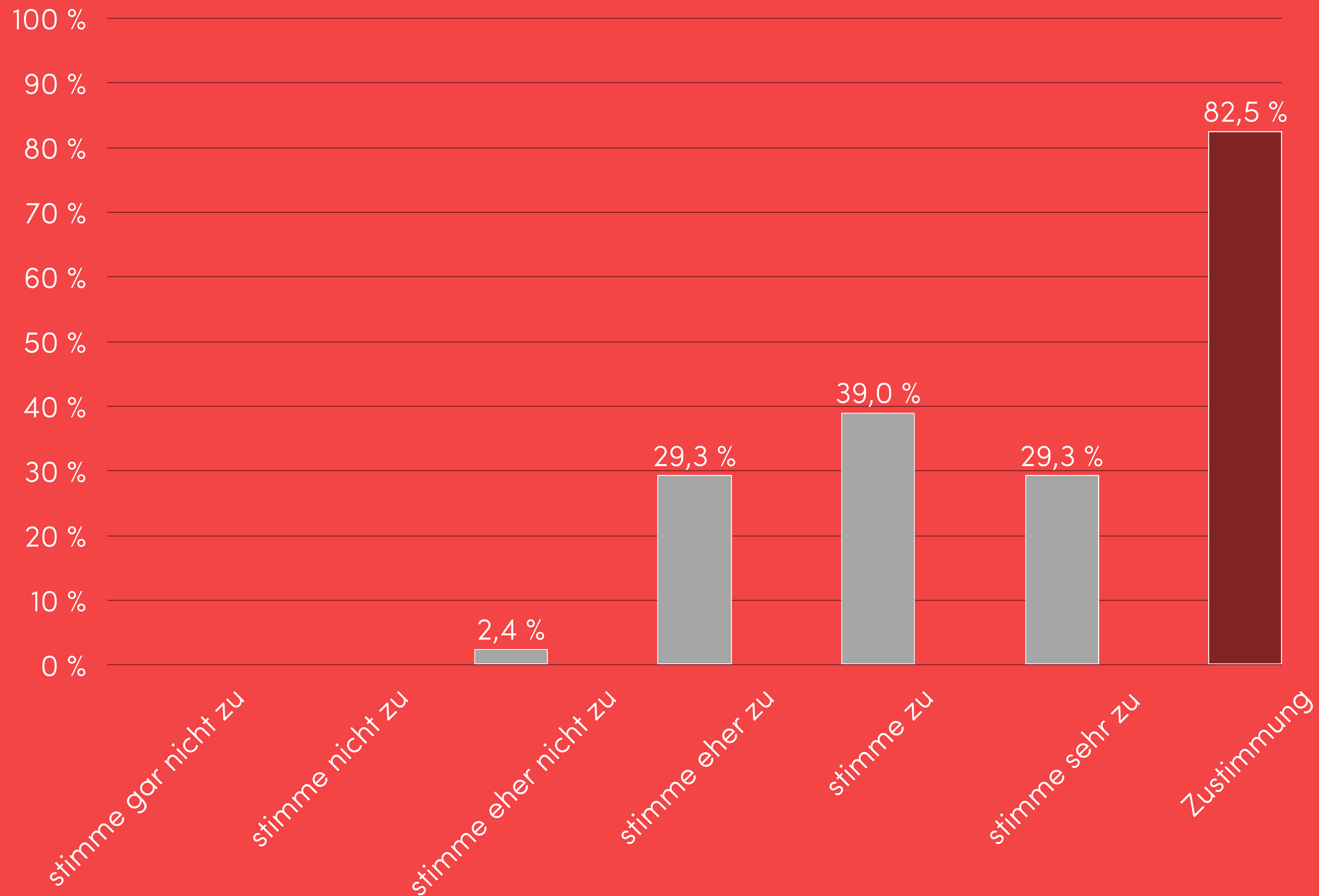
D: COVID-19-Krise und ihre Folgen

- COVID-19: Die Befragten sind der Meinung, dass die Veränderungen im Bezahlverhalten nachhaltig bleiben werden (Zustimmungsindex 82,5%).
- Die Befragten sind davon überzeugt, dass die COVID19-Krise den E-Commerce stärkt (Zustimmungsindex: 88,6%).
- Dass der Einzelhandel von der COVID19-Krise geschwächt ist, empfindet ein Großteil der Befragten als zutreffend (Zustimmungsindex: 74,8%).
- Betrachtet man im Vergleich dazu die Banken, so sieht der Großteil der Befragten eher keine Schwächung der Banken durch die COVID19-Krise – liegt unter der Relevanzschwelle von 50% (Zustimmungsindex: 48,4%).
- Die Antworten betreffend den gesamten Paymentsektor fallen noch eindeutiger aus: nur knapp 15% sehen den Payment Sektor zumindest leicht geschwächt.



Die Befragten sind der Meinung, dass die Veränderungen im Bezahlverhalten nachhaltig sind.

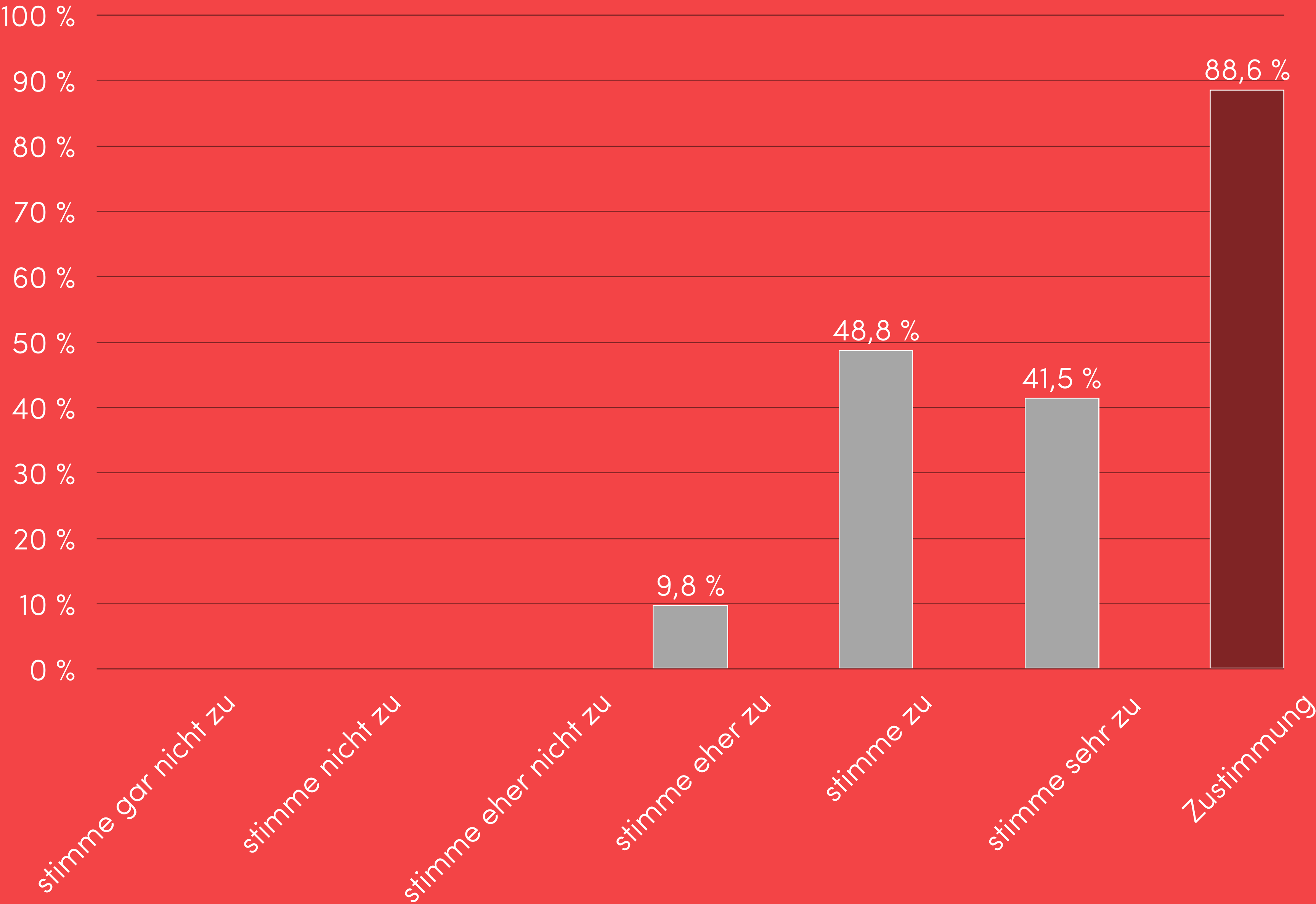
- *Die COVID19-Krise ändert das Bezahlverhalten der Konsumenten – das bleibt auch nach der Krise.*



■

Die Befragten sind davon überzeugt, dass die COVID19-Krise den E-Commerce stärkt.

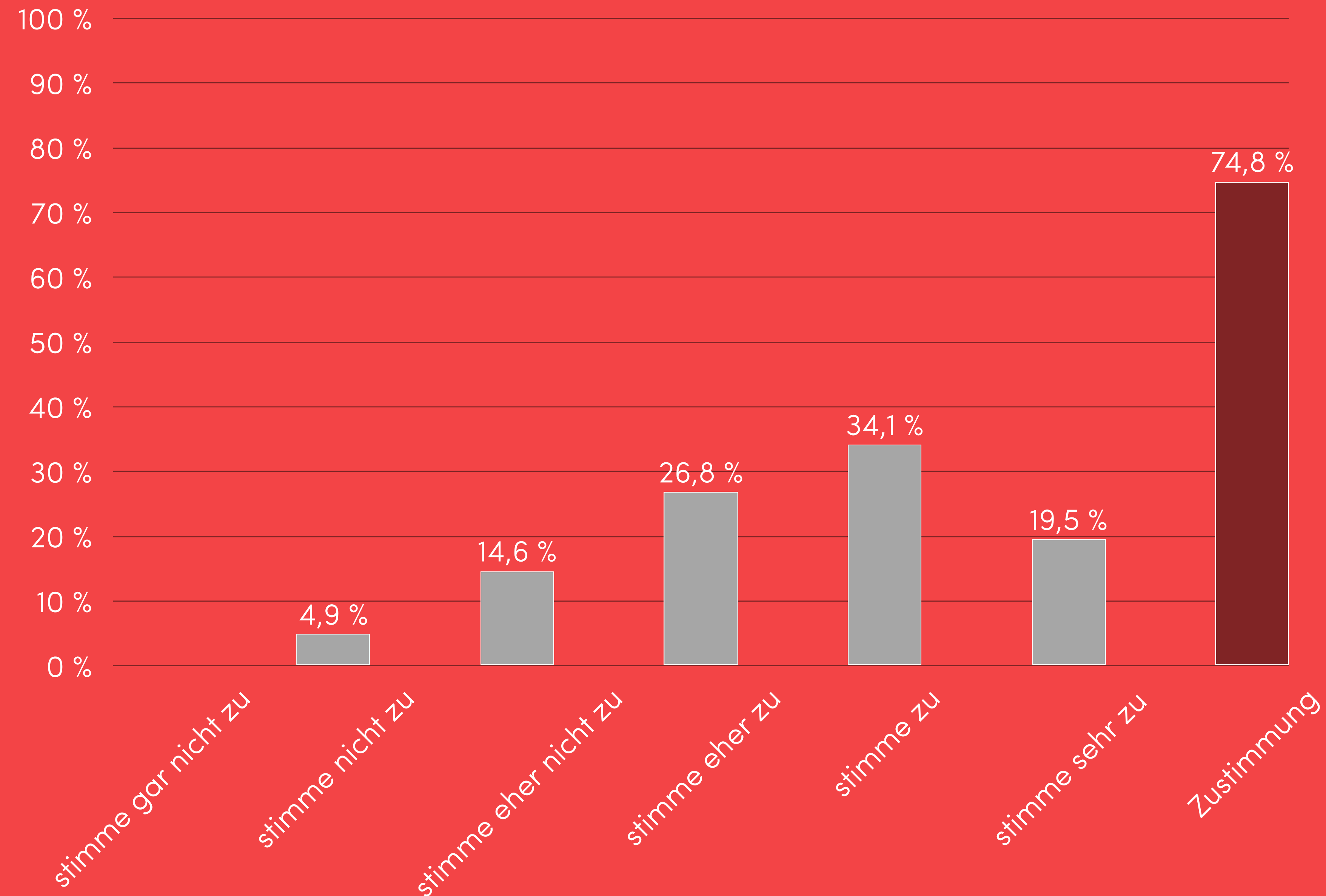
- Die COVID19-Krise stärkt den E-Commerce.





Dass der Einzelhandel von der COVID19-Krise geschwächt ist, empfindet ein Großteil der Befragten als zutreffend.

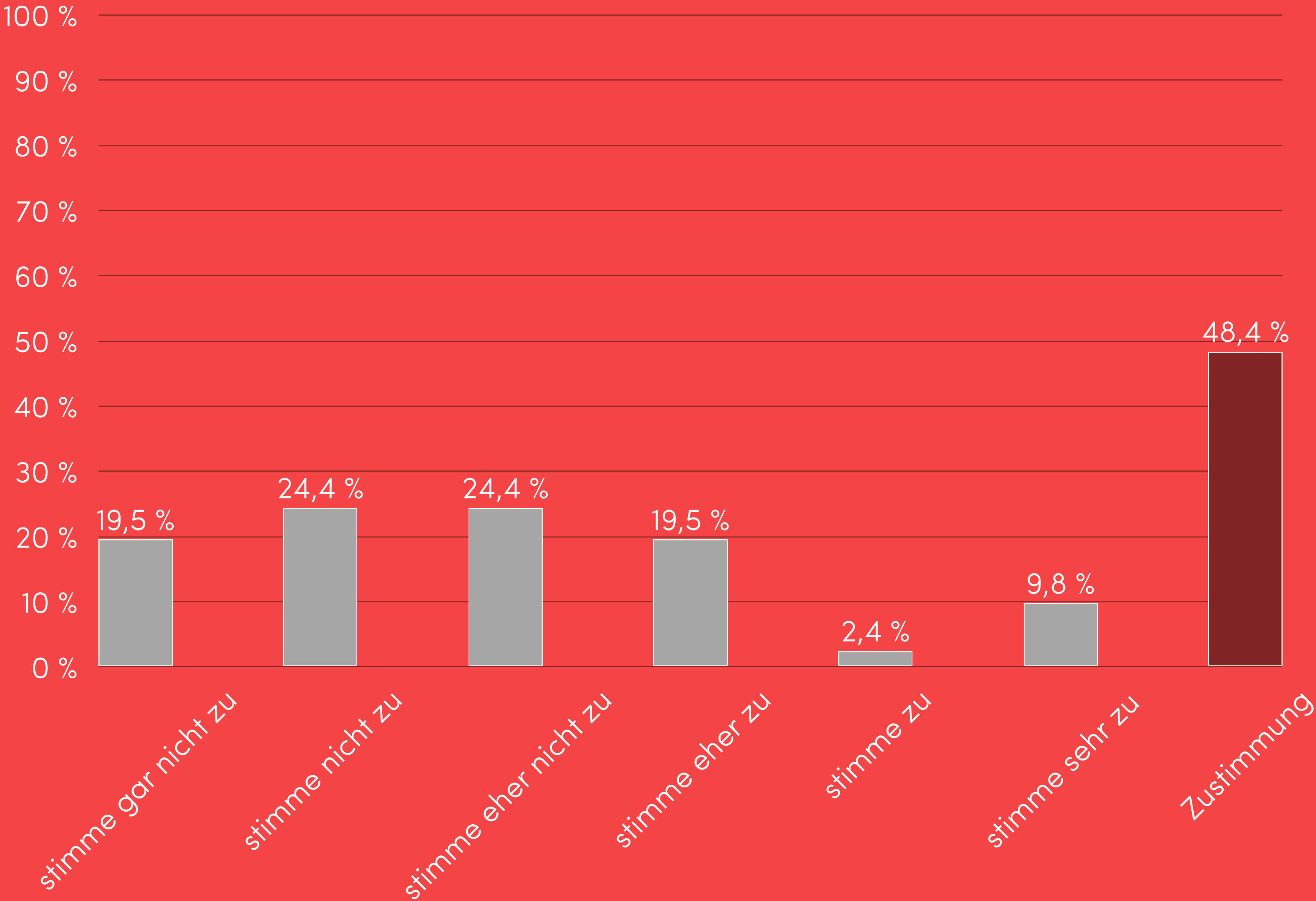
- *Die COVID19-Krise schwächt den österreichischen Einzelhandel.*



■ **Banken**

Betrachtet man im Vergleich dazu die Banken, so sieht eine Mehrheit der Befragten eher keine Schwächung der Banken durch die COVID19-Krise.

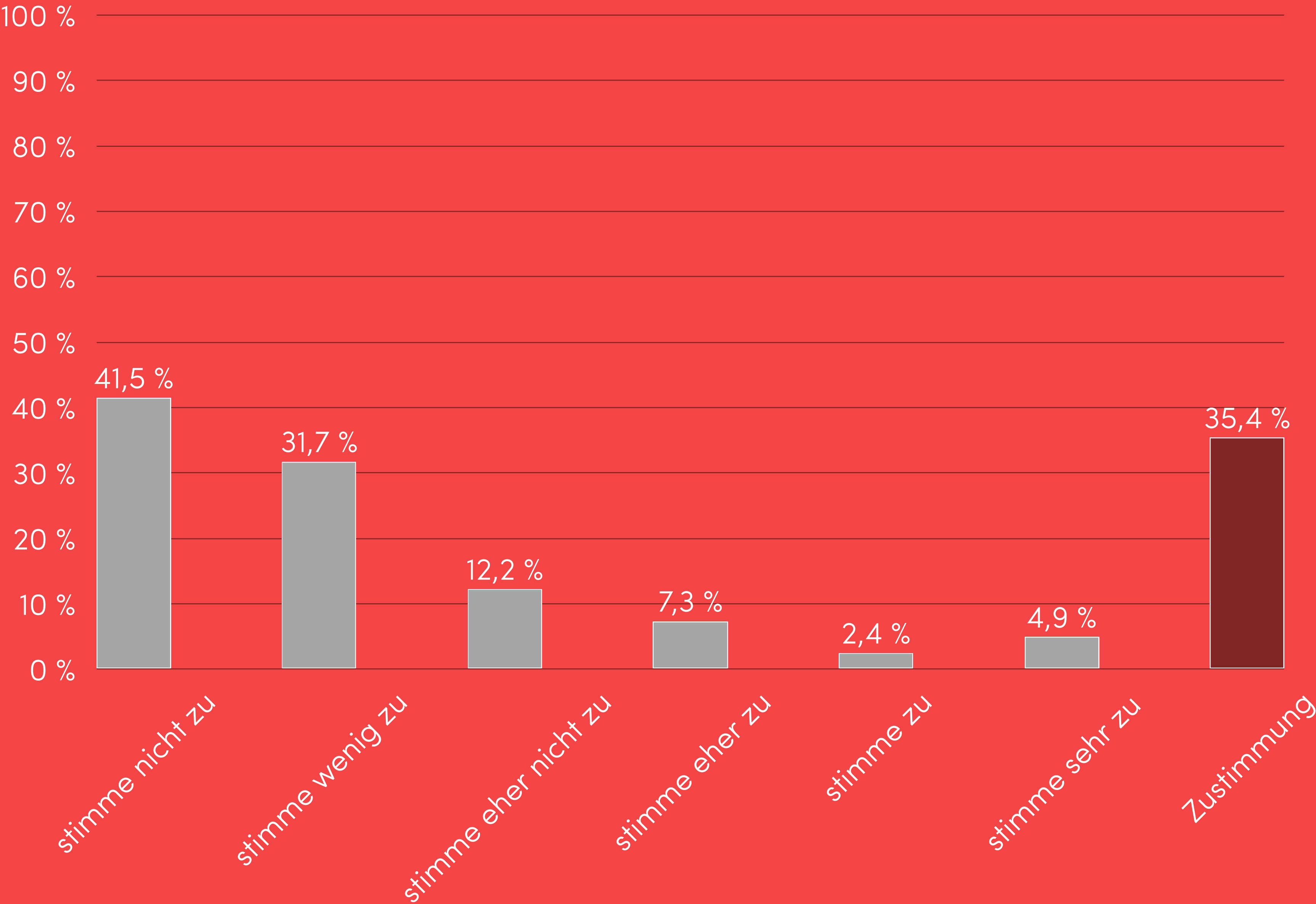
- *Die COVID19-Krise schwächt österreichische Banken.*



■

Die Antworten betreffend den gesamten Paymentsektor fallen noch eindeutiger aus: nur knapp 15% sehen den Payment Sektor zumindest leicht geschwächt.

- Die COVID19-Krise schwächt den Payment Sektor.





E

Kollaboration





E: Kollaboration

- Kollaboration ist die Basis für Innovation und damit die Grundvoraussetzung, die es braucht, um Europa & Österreich im Payment zu stärken. Damit sind diese Antworten der Kern der Analyse. Die Ausprägung der Kollaboration des eigenen Unternehmens wird bei 78,1% eingeschätzt – das ist ein hoher Wert. Die Frage nach der Ausprägung der Kollaboration bei Konkurrenzunternehmen wird niedriger eingeschätzt. Der Index liegt hier bei 73,5%. Beide Werte zeigen ein Potenzial zum Ausbau und zur Entwicklung von Kollaboration.
- Der Vergleich zu 2019 weist bei beiden Werten einen Anstieg vor allem bei Konkurrenzunternehmen (2019: Selbstbild 74,9% / Konkurrenz 60,7%) aus. Das zeigt, dass die Bedeutung der Kollaboration tendenziell gestiegen ist.
- Es werden hohe Barrieren für mehr Kollaboration gesehen; die größten Hürden sind die Unternehmenskultur (74,2%) und Angst vor Kosten (70,7%). Betrachtet man den Vergleich zu 2019, dann ist zu sehen, dass mangelndes Vertrauen in mögliche Partner als Barriere deutlich gesunken ist, gleichzeitig aber die Angst vor Kosten signifikant gestiegen ist (2019: 36%)



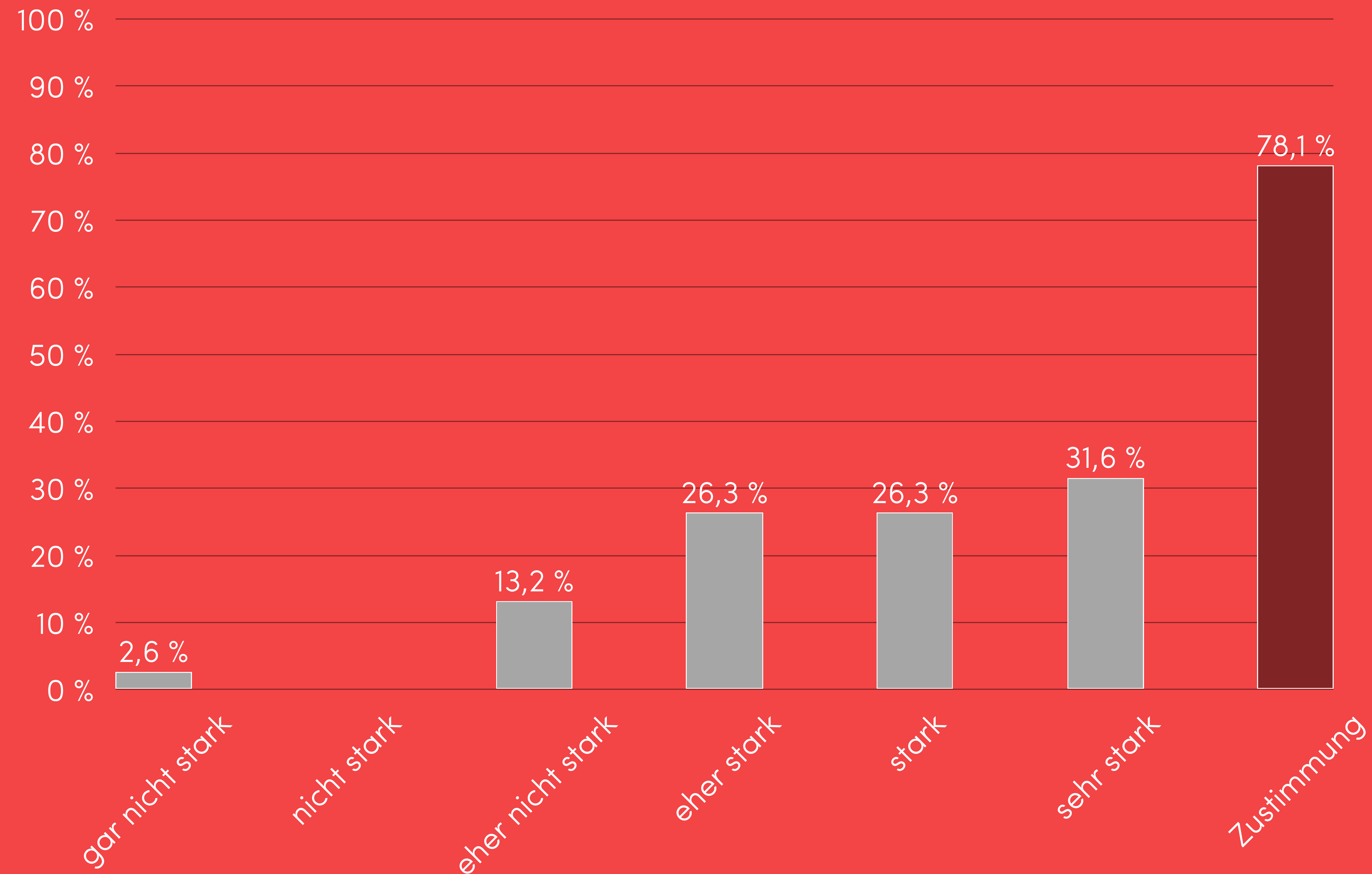
E: Kollaboration

- Kollaboration ist der entscheidende Faktor für Innovationen. Aus diesem Grund gibt es vertiefende Analysen dazu. Basis der Analyse ist Kenntnis, Annahme, Leben: Was nicht im Kopf ist (Kenntnis), kann nicht ins Herz gelangen (Annahme) und in der Folge nicht umgesetzt werden (Leben). Diese drei Parameter wurden im Rahmen der Studie abgefragt. Es zeigt sich, dass die Werte bei den befragten Personen selbst hoch sind: Kenntnis (80,1 %), Annahme (81,3 %) und Leben (76,0 %).
- Die einzelnen Stakeholdergruppen werden niedriger bewertet: die Kenntnis der Banken und des Handels wird durchschnittlich mit 62,5% und der Regulatoren mit 56,7% eingeschätzt. Auch Annahme und Leben fallen entsprechend ab. Den Start-ups werden sowohl bei Kenntnis (84,6%) als auch bei Annahme (82,9%) und Leben (77,5%) hohe Werte zugeschrieben.
- Der Vergleich mit 2019 zeigt, dass die Werte bei Kenntnis, Annahme und Leben durchschnittlich gesunken sind, es aber eine Annäherung zwischen den drei Werten gegeben hat. Mitbewerber, Banken, Händler und Regulatoren wurden 2019 bei Annahme und Leben deutlich niedriger bewertet.



Selbstbild: Die Ausprägung der Kollaboration des eigenen Unternehmens wird sehr hoch bewertet. Tendenziell wird die eigene Einschätzung allerdings eher zu hoch angesetzt.

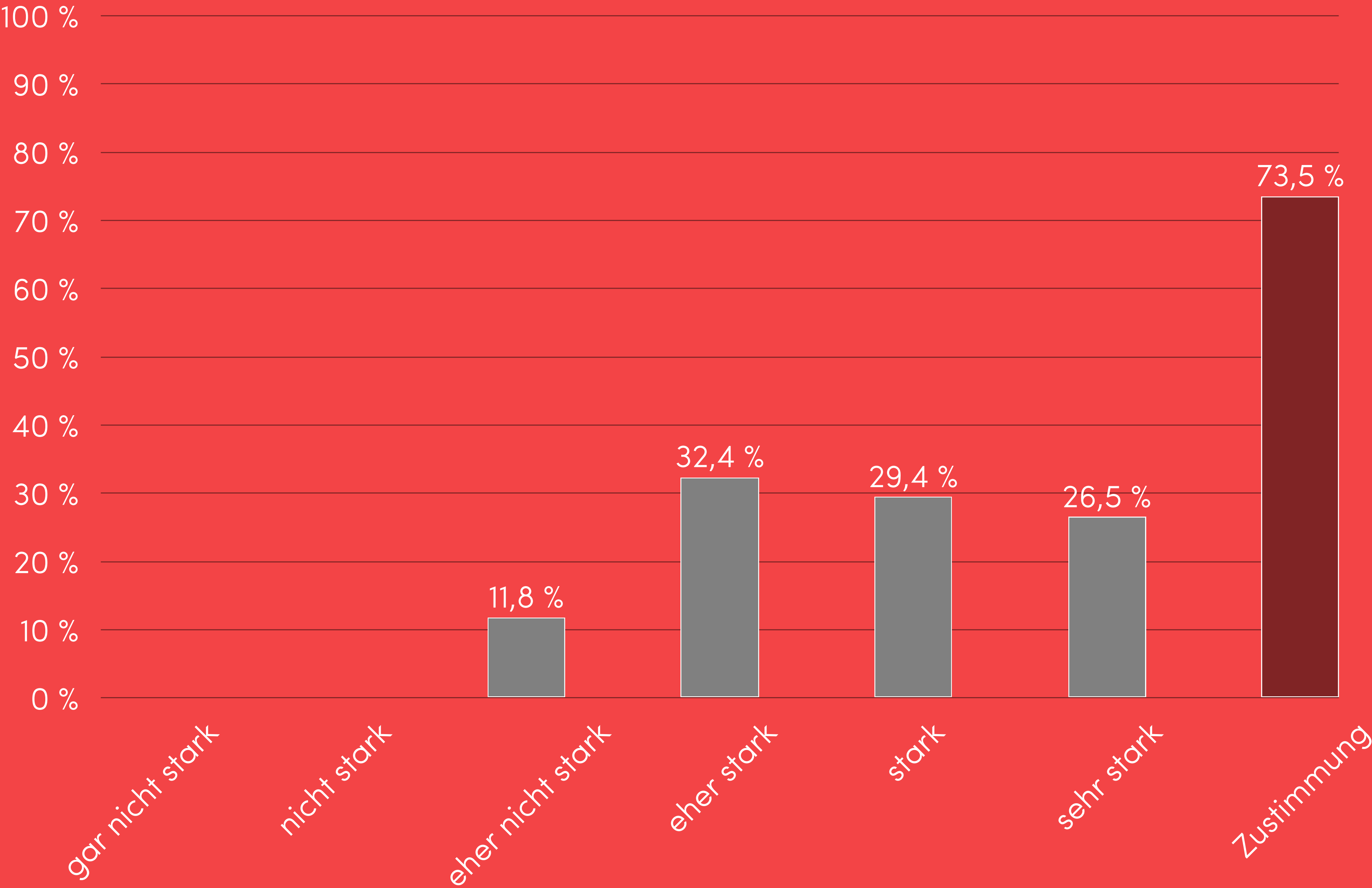
- Welche Rolle spielt Kollaboration für Ihren Unternehmenserfolg bzw. wie stark kollaboriert Ihr Unternehmen bereits mit dem Ökosystem Payment?





Mitbewerber: Die Frage nach der Ausprägung der Kollaboration bei Konkurrenzunternehmen vermittelt ein realistischeres Bild. Kollaboration hat sicher noch Potential zu Ausbau und Entwicklung.

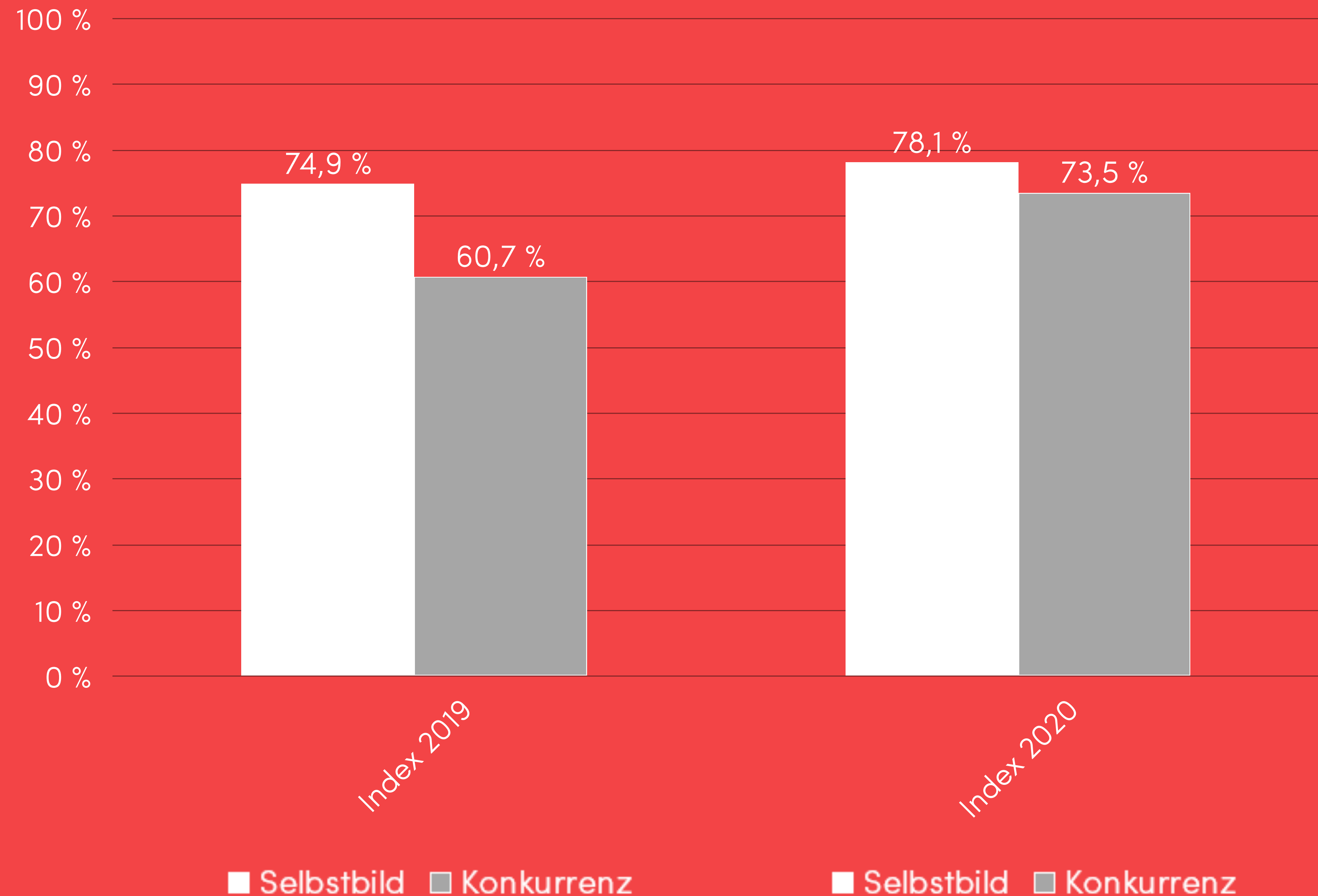
- *Wie stark kollaborieren Konkurrenzunternehmen Ihrer Branche bereits mit dem Ökosystem Payment?*



Der Jahresvergleich zeigt bei beiden Werten einen Anstieg, vor allem bei Konkurrenzunternehmen. Das zeigt, dass die Kollaboration tendenziell wichtiger geworden ist.

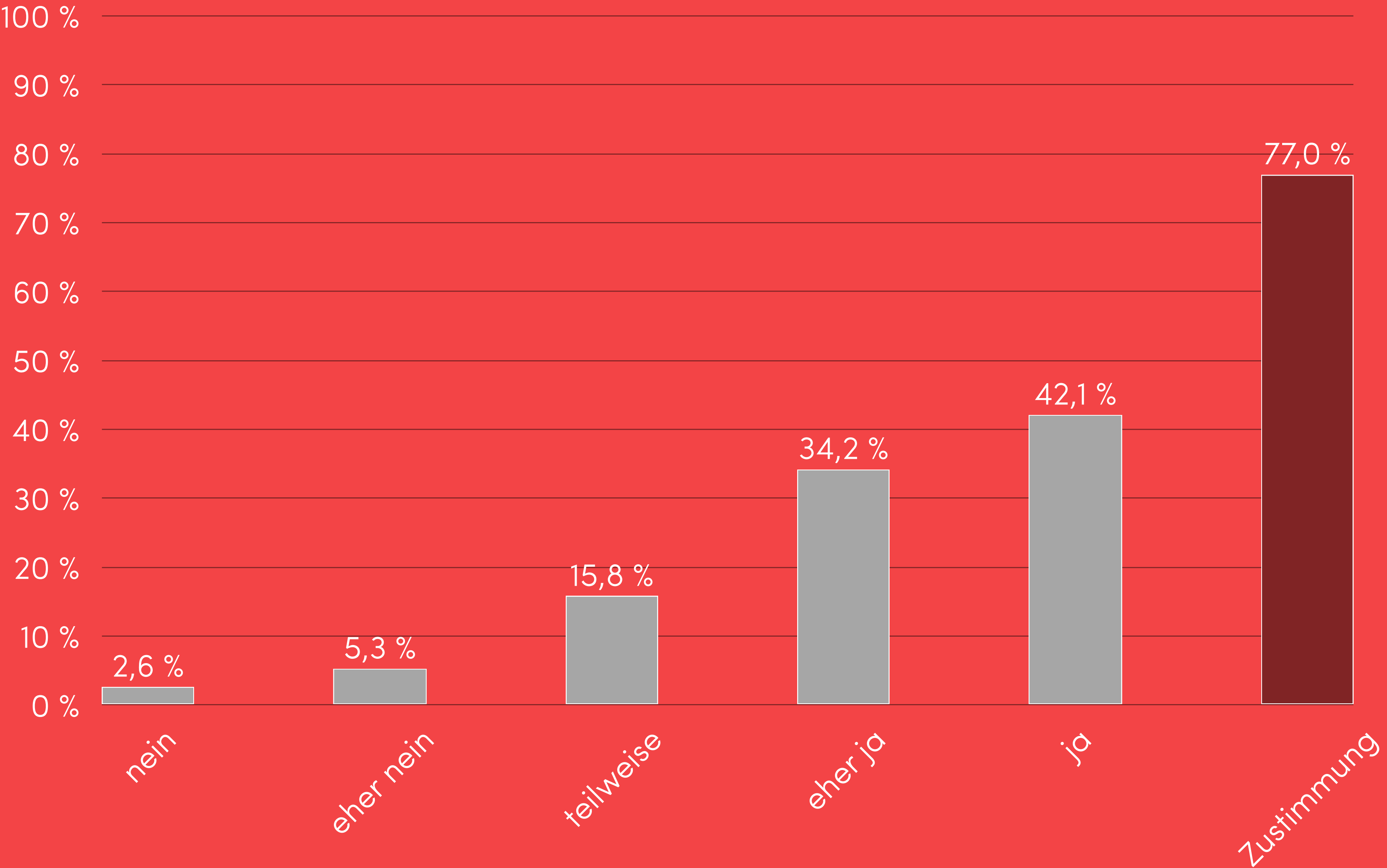
- Wie stark wird bereits kollaboriert? 2020 / 2019
Selbstbild / Mitbewerber

Zustimmungsindex



Selbstbild: Die Bereitschaft, zukünftig mehr zu kollaborieren, ist durchwegs vorhanden.

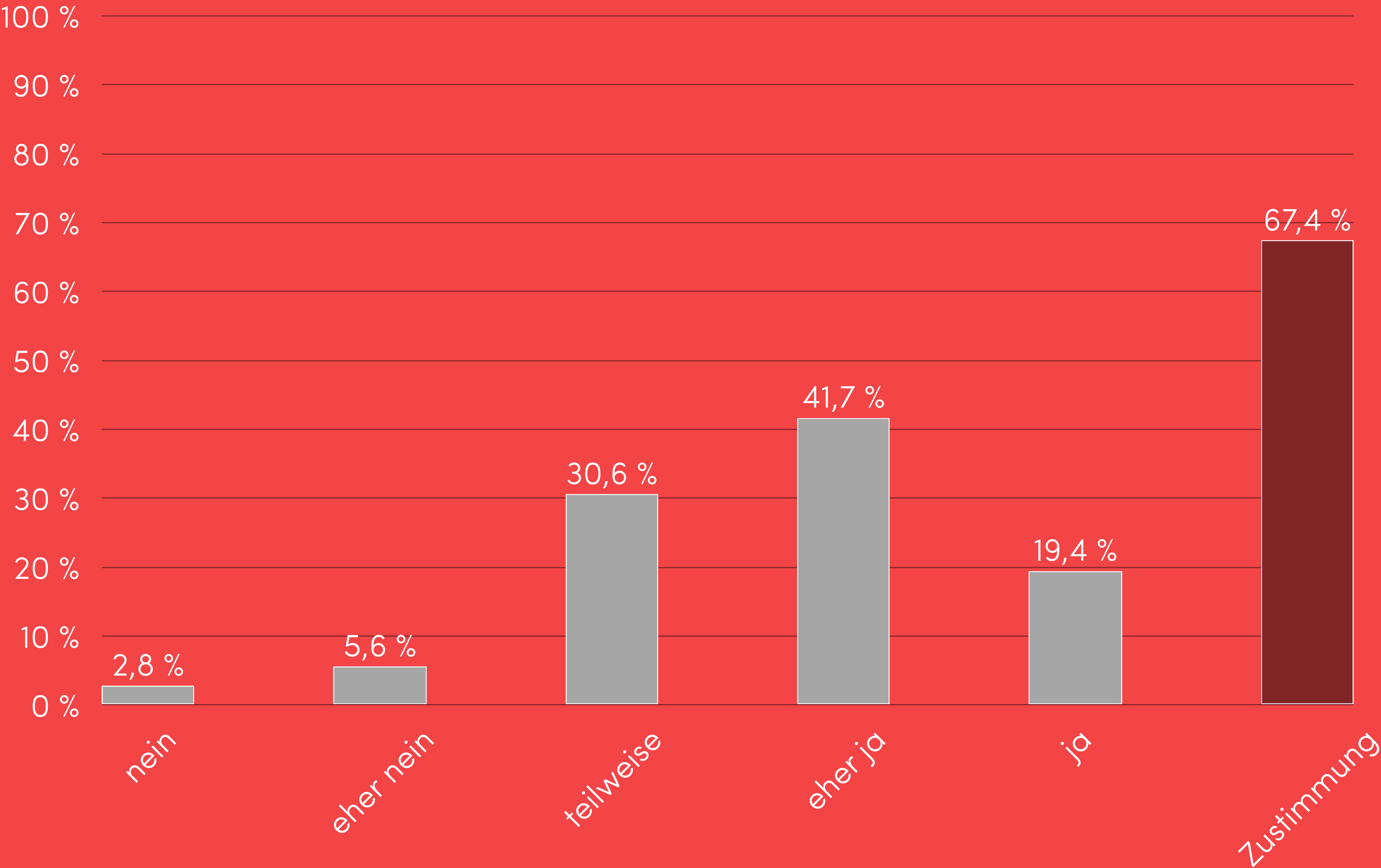
- *Planen Sie, Kollaboration innerhalb des Ökosystems Payment zu intensivieren?*





Mitbewerber: Auch den Mitbewerbern wird eine ähnliche Bereitschaft zu kollaborieren bescheinigt.

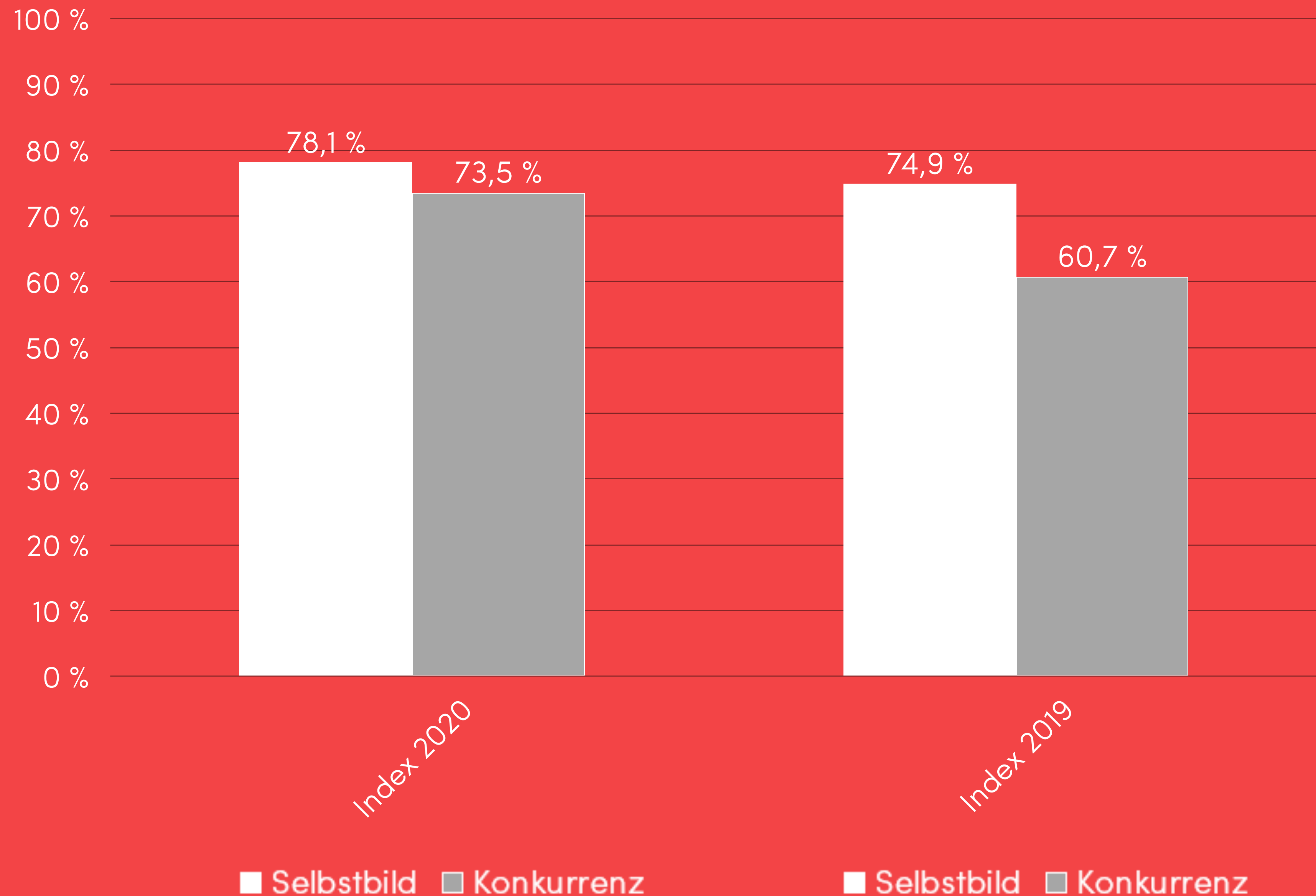
- Planen Mitbewerber Ihrer Branche, Kollaboration mit dem Ökosystem Payment auszubauen?



Der Jahresvergleich zeigt einen Anstieg in beiden Werten. Vor allem den Mitbewerbern wird deutlich mehr Kollaborationsbereitschaft als noch im Vorjahr unterstellt. Das Fundament für mehr Kollaboration scheint vorhanden. Nun muss man ins TUN kommen!

- *Ist der Ausbau der Kollaboration geplant? 2020 / 2019*
Selbstbild / Mitbewerber

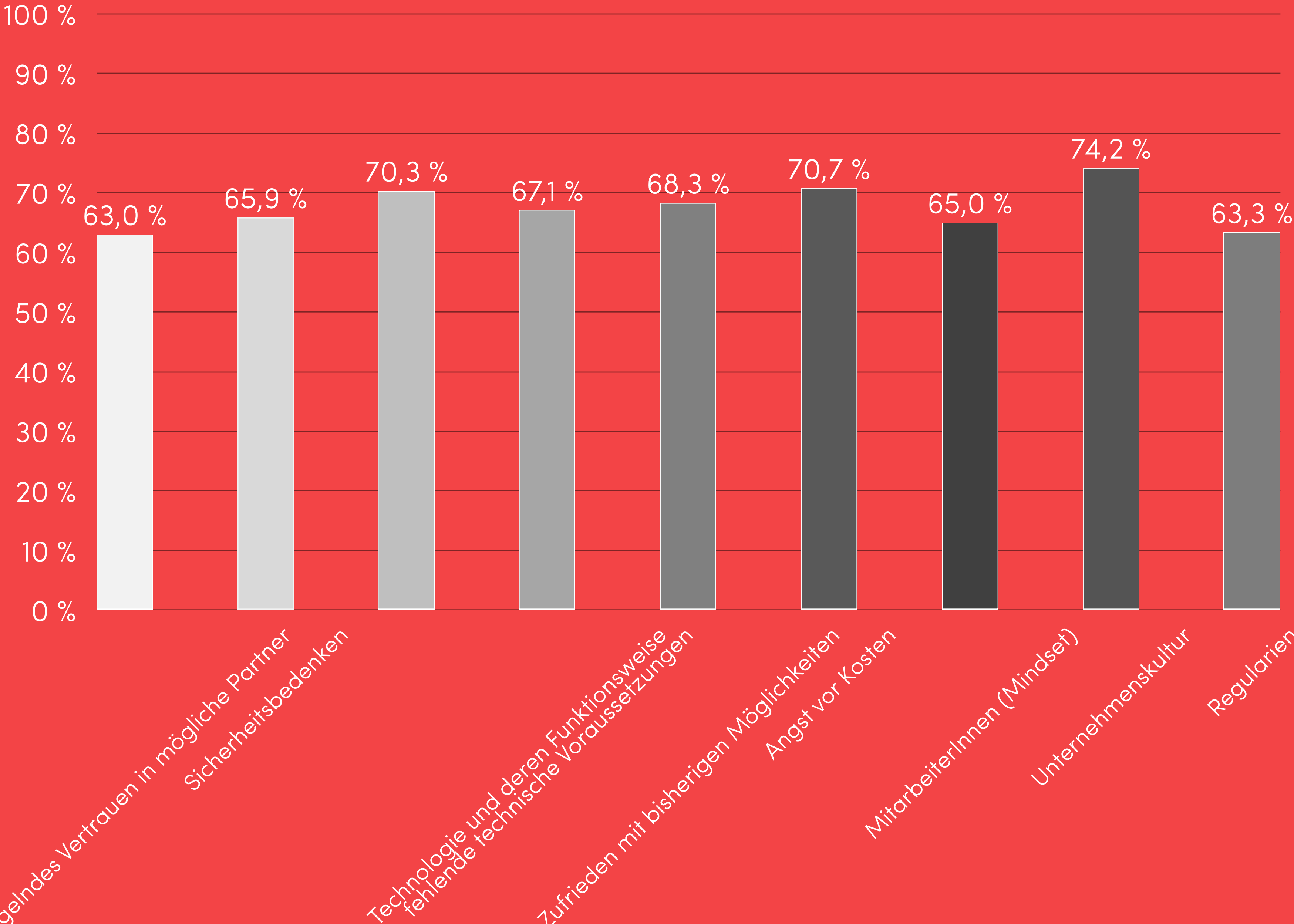
Zustimmungsindex





Die größten Barrieren sind „Unternehmenskultur“, „Angst vor Kosten“ und „fehlende Kenntnisse über die Technologie und deren Funktionsweise“.

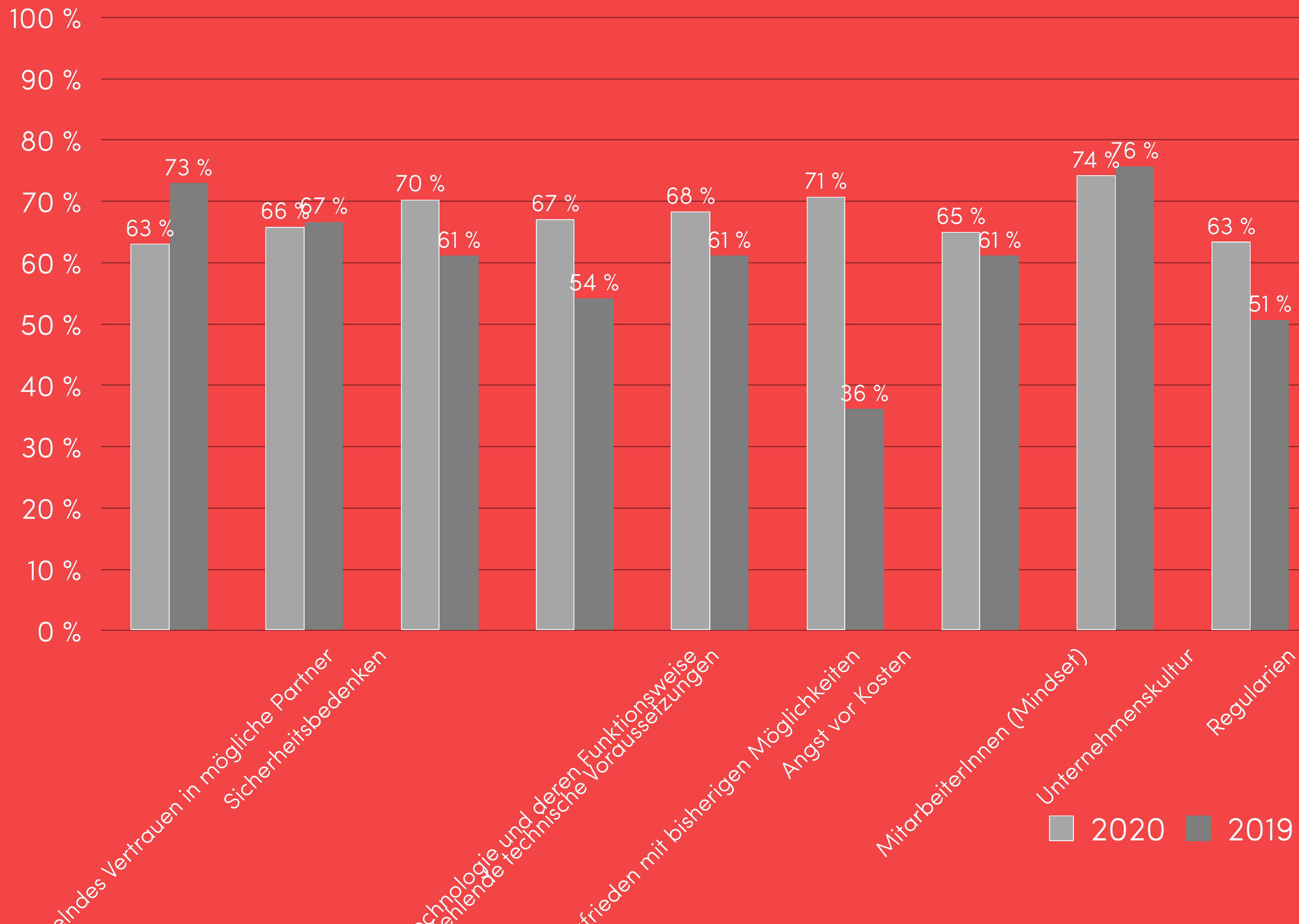
- Als „Umsetzungsbarriere“ für Kollaboration sehen Sie?



Barriere

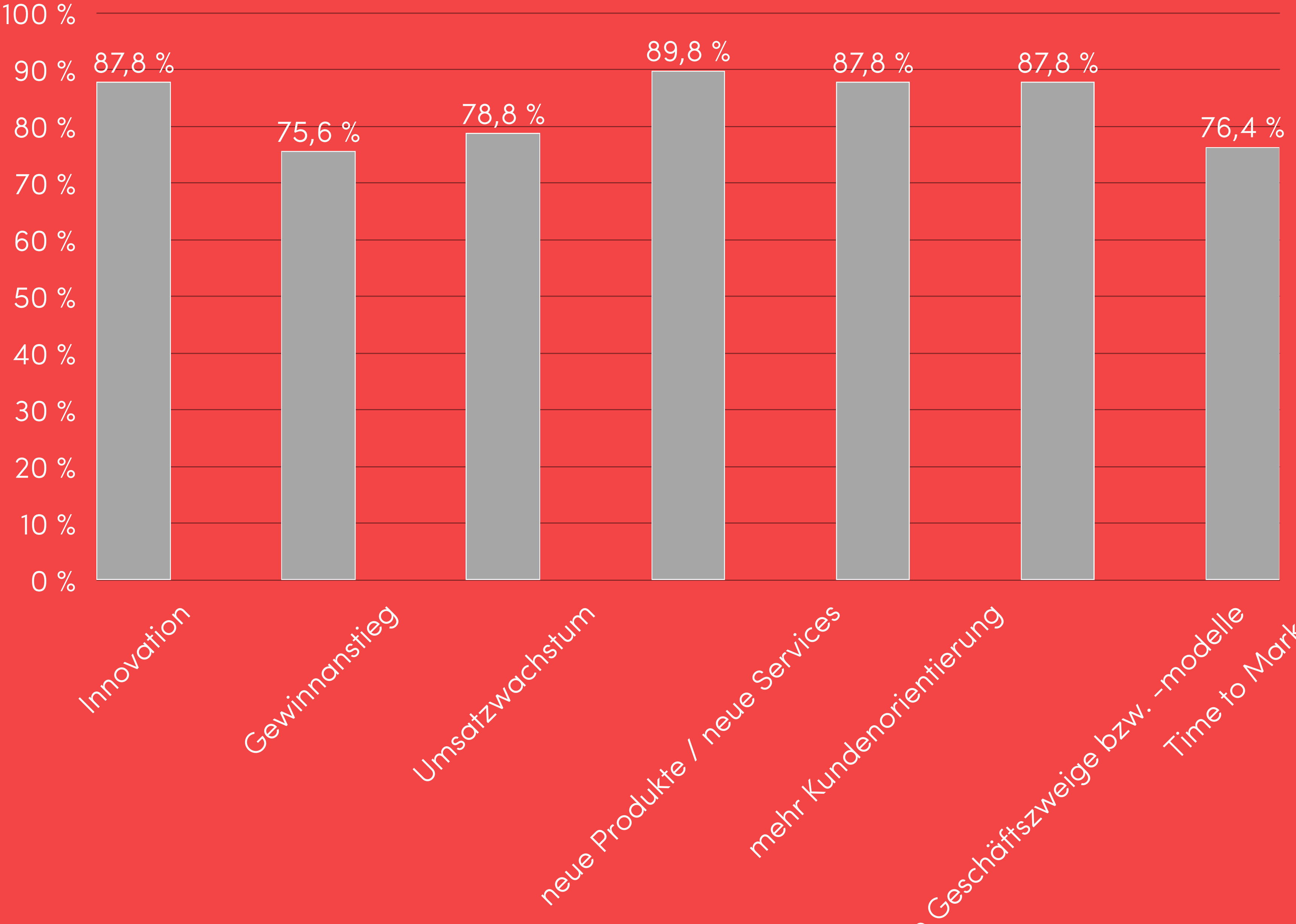
Der Jahresvergleich zeigt einen signifikanten Anstieg bei „Angst vor Kosten“. War das im letzten Jahr noch überhaupt keine Barriere, so ist das in diesem Jahr eines der wesentlichen Hemmnisse.

- Als „Umsetzungsbarriere“ für Kollaboration sehen Sie?



■ Als größte Nutzen aus Kollaboration wurden „neue Produkte / neue Services“, „Innovation“, „mehr Kundenorientierung“ und „neue Geschäftszweige & -modelle“ identifiziert.

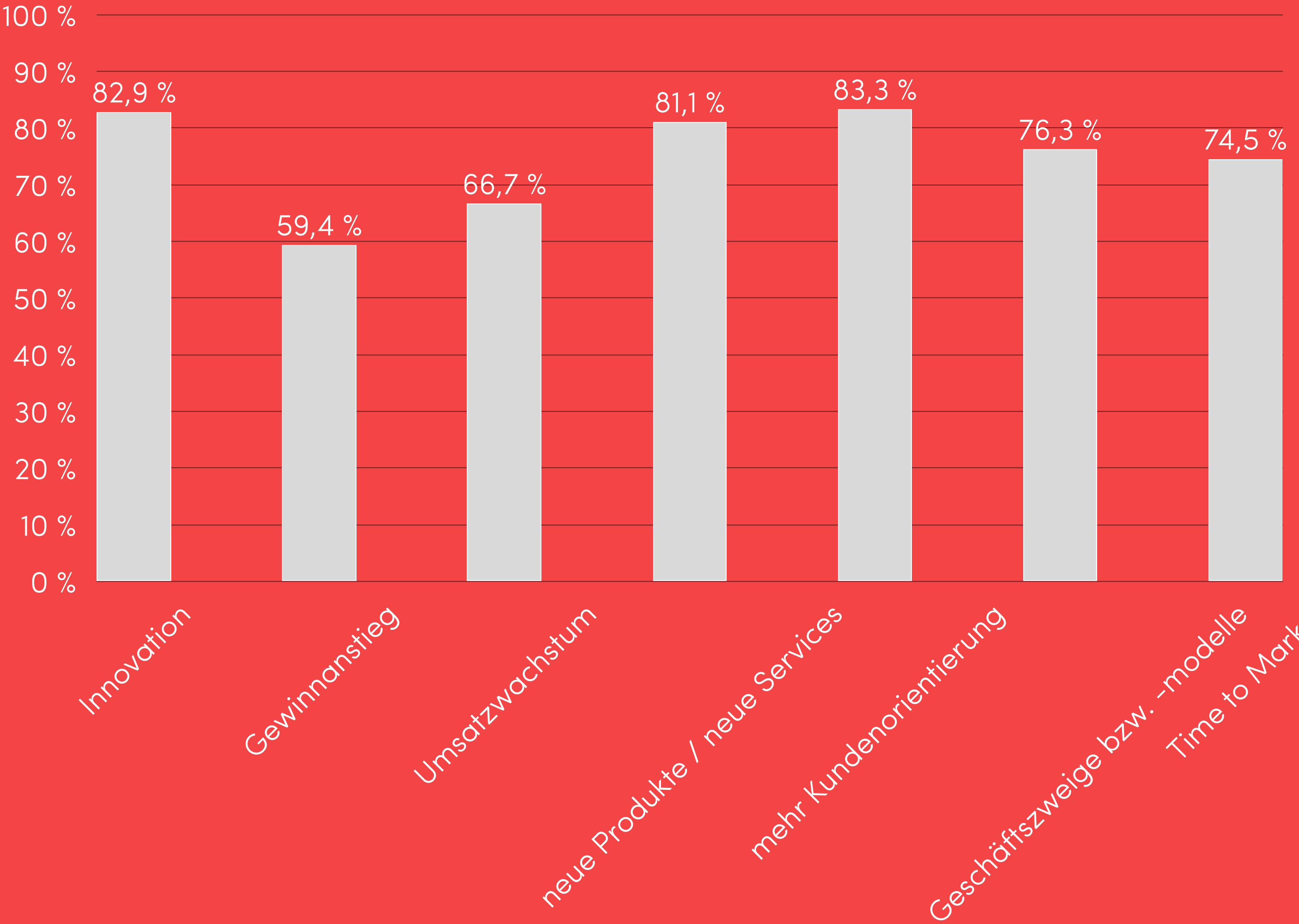
- *Status Quo: Welchen Nutzen aus Kollaboration sehen Sie heute schon?*



■

Der Jahresvergleich zeigt, dass die selben Nutzen wie 2019 auch 2020 als die wichtigsten bewertet wurden. Die durchwegs gestiegenen Werte lassen auf ein durchwegs höheres Verständnis zur Wichtigkeit von Kollaboration schließen.

- Status Quo: Welchen Nutzen aus Kollaboration sehen Sie heute schon? (2019)



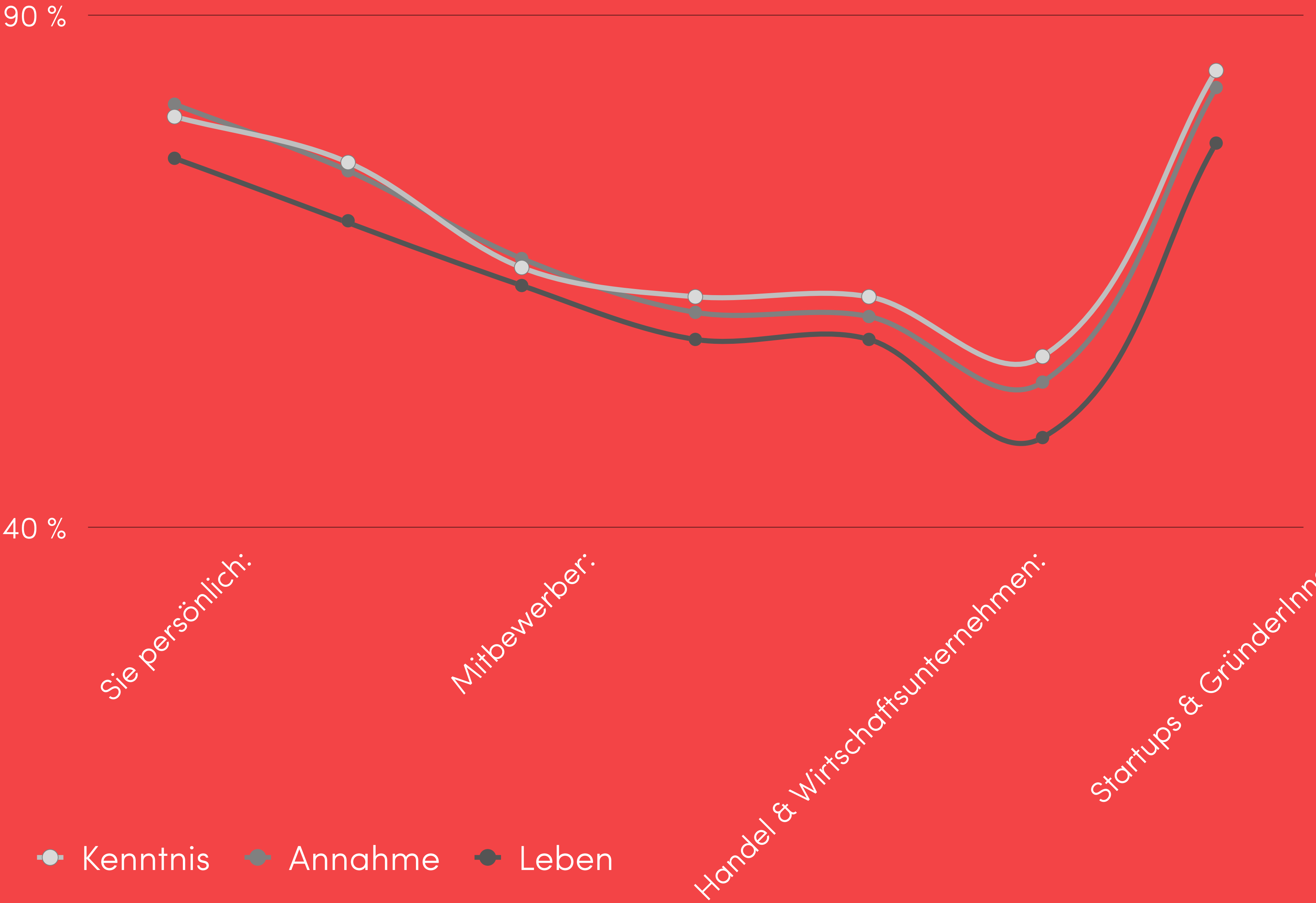


Wie gut kennen Sie
Kollaboration (**Kenntnis**
bzw. intellektuelles
Verständnis?)

Wie sehr haben Sie
Kollaboration bereits
verinnerlicht (**Annahme**
bzw. emotionales
Verständnis)?

Wie stark leben Sie
Kollaboration (**Leben** bzw.
tatsächliche Umsetzung)?

2020



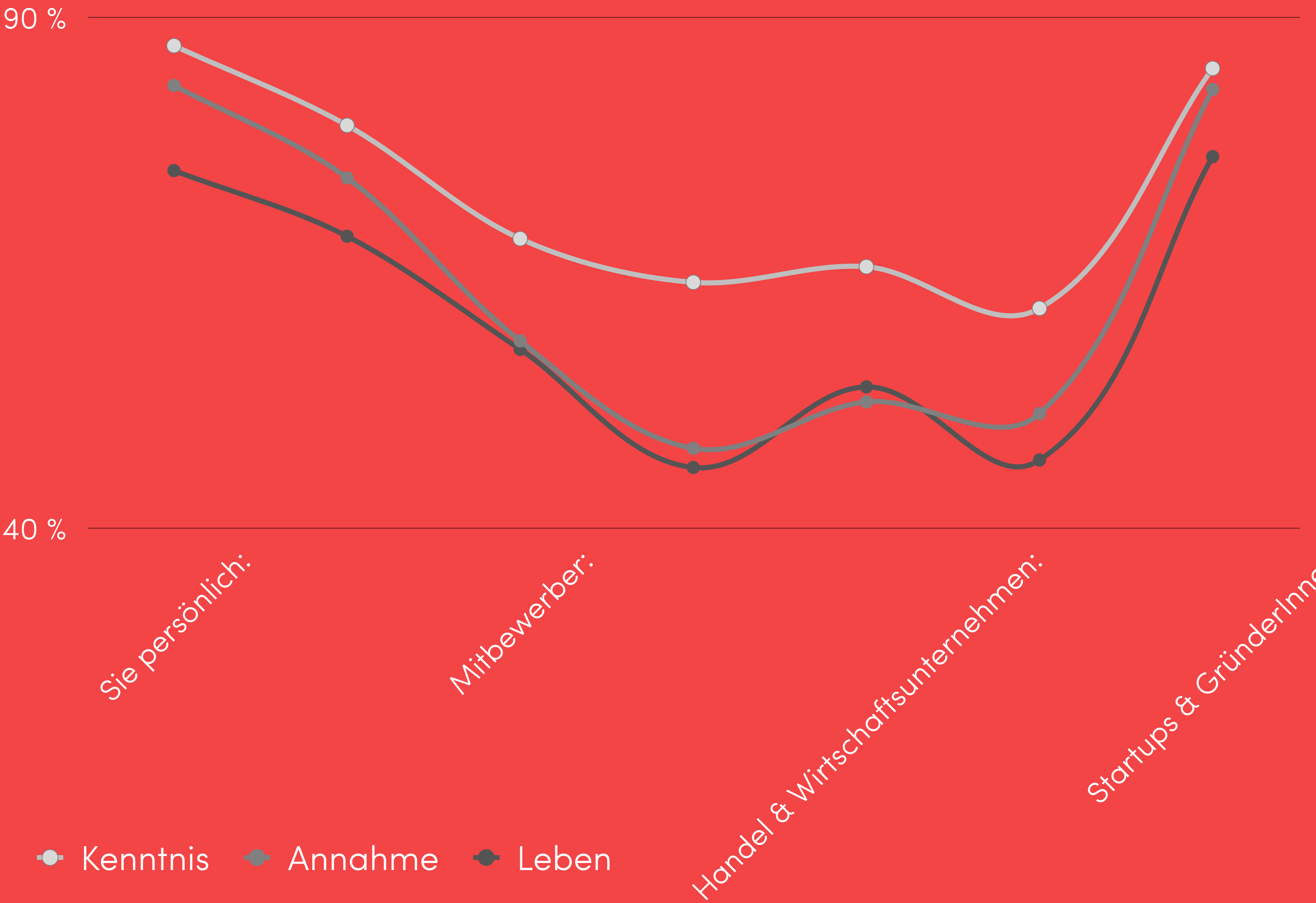


Wie gut kennen Sie
Kollaboration (**Kenntnis**
bzw. intellektuelles
Verständnis?)

Wie sehr haben Sie
Kollaboration bereits
verinnerlicht (**Annahme**
bzw. emotionales
Verständnis?)

Wie stark leben Sie
Kollaboration (**Leben** bzw.
tatsächliche Umsetzung)?

Vergleich 2019





ROC





F: Return on Communication ROC

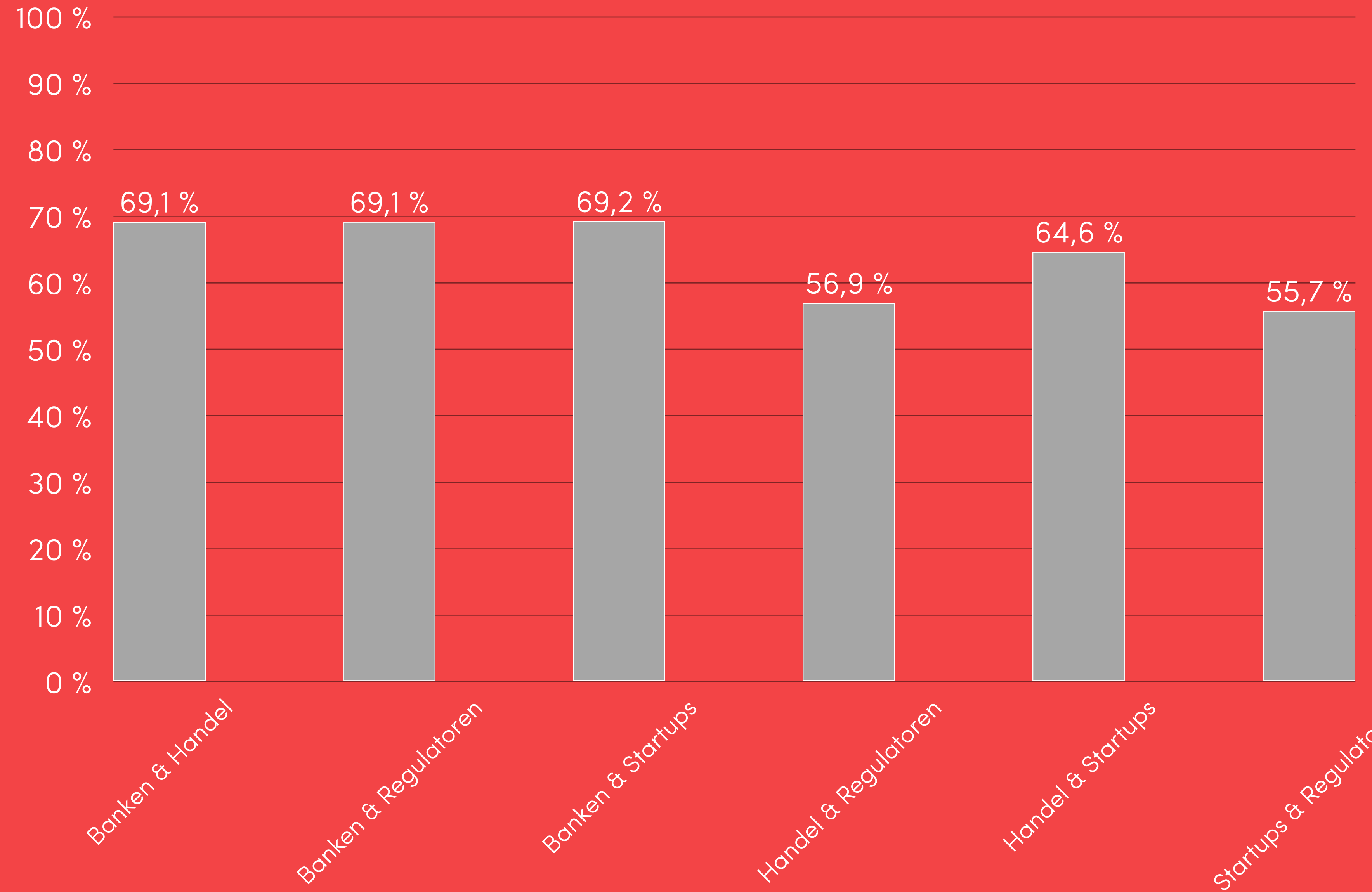
- Zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes steht Payment als zentraler Faktor der (Volks-) Wirtschaft im Zentrum der Studie. Dazu sind große Veränderungsprozesse in der Wirtschaft nötig. Die Basis für Innovation ist Kollaboration.
- Die nun folgenden Fragen decken die zusätzlichen Parameter zur Errechnung des Return on Communication ab.
- Der ROC ist die höchst aggregierte Kennzahl und wird seit 2018 errechnet. Der Gesamtwert basiert auf den 3 Parametern ROC Bekanntheit, ROC Positionierung und ROC Vertrauenskapital.
- Über diese Kennzahl wird die Entwicklung des Veränderungsprozesses in den Köpfen des Ökoystems gemessen.



Beziehungsindex: Bitte beurteilen Sie die Beziehungen zwischen:

- Banken & Handel
- Banken & Regulatoren
- Banken & Startups
- Handel & Regulatoren
- Handel & Startups
- Startups & Regulatoren

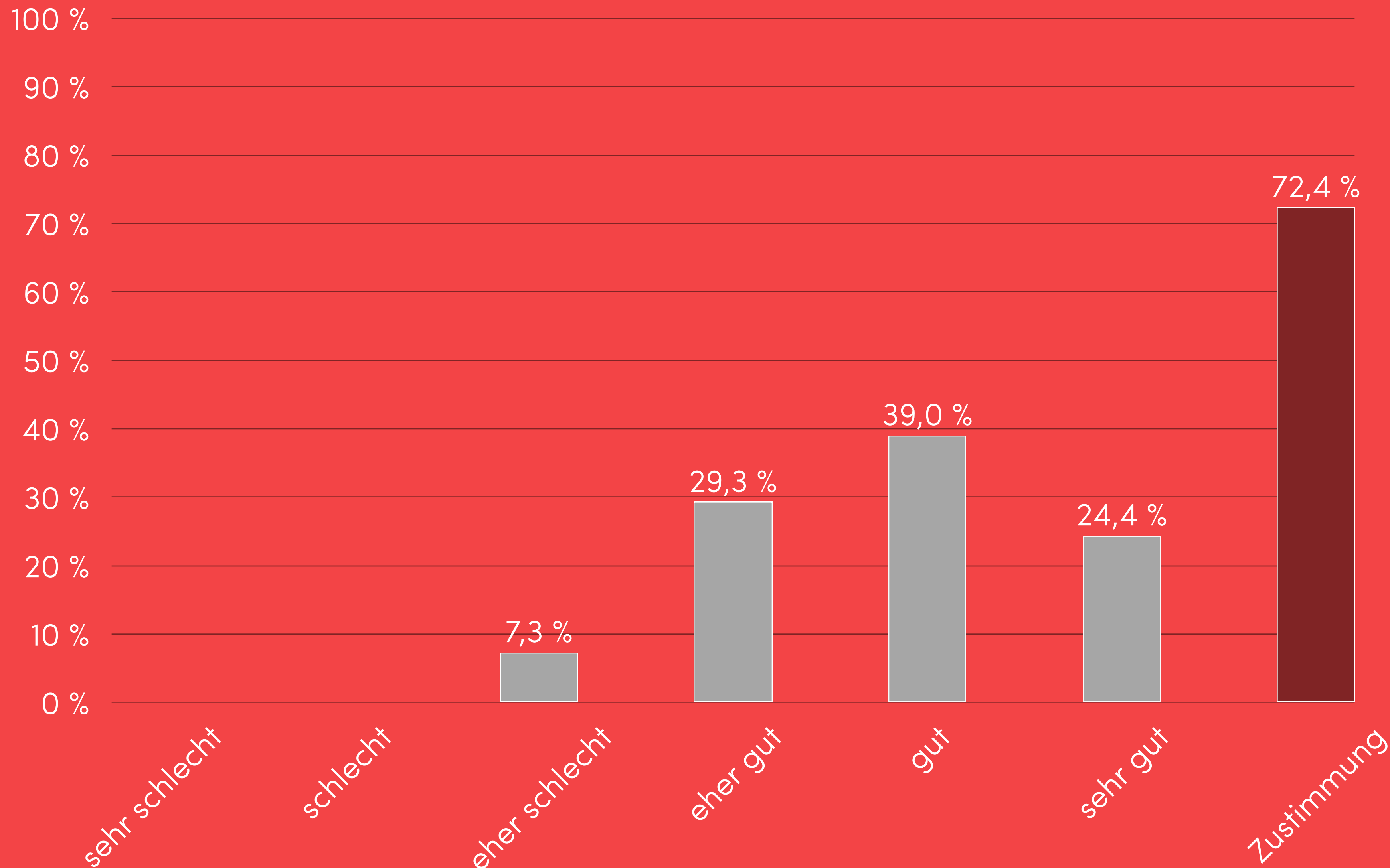
- *Die Beziehungen werden durchwegs recht ähnlich bewertet und auch eher mittelmäßig gut.*
- *Am schlechtesten werden die Beziehungen zwischen Handel bzw. Startups und Regulatoren gesehen.*





Mit 72,4% liegt der Karriereindex in einem eher durchschnittlichen Bereich. Im Vergleich zum Vorjahr (81,7%) ist der Karriereindex deutlich gesunken.

- *Karriereindex:
Karrieremöglichkeiten aus
Kollaboration empfinden Sie als...*

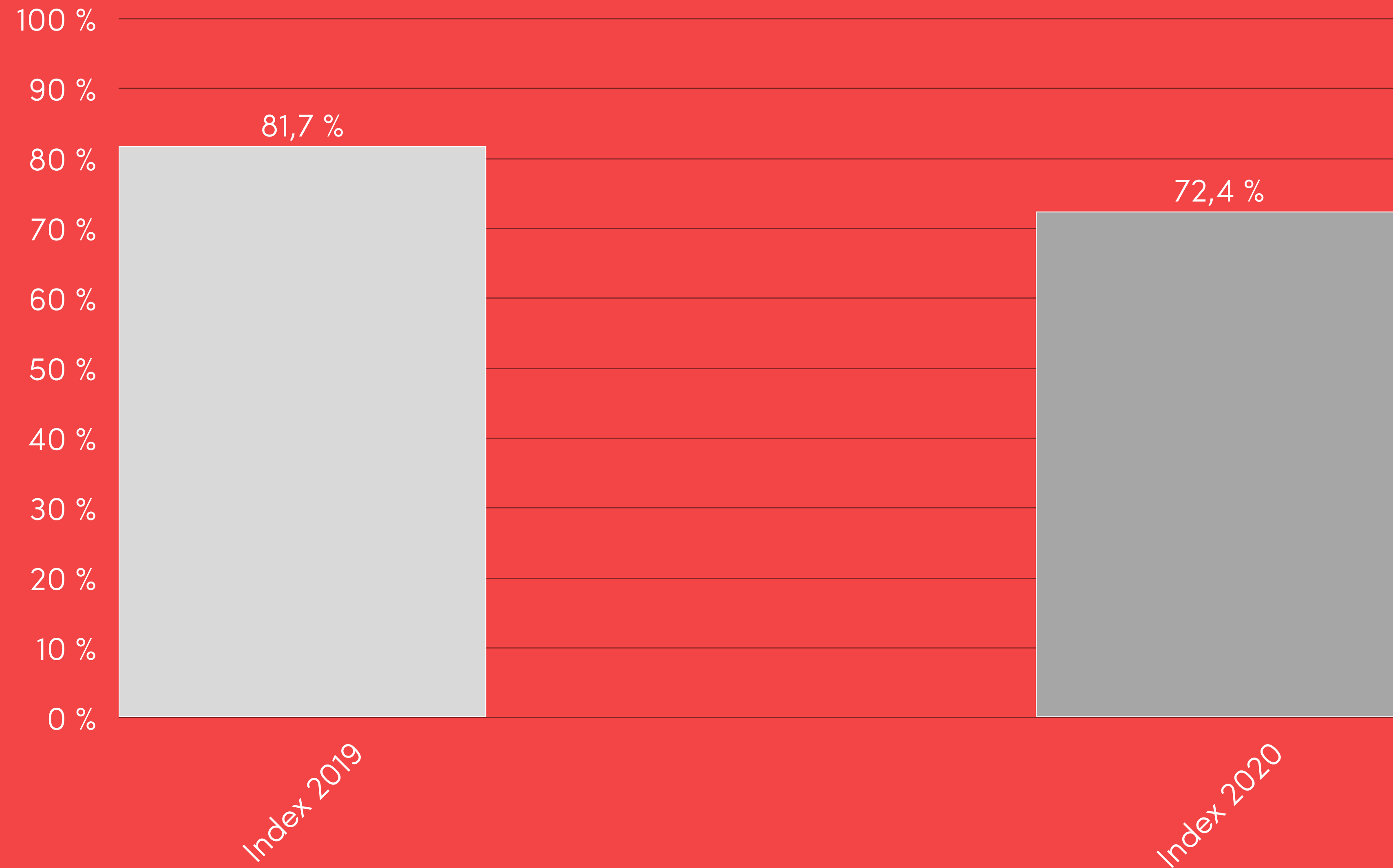




Der Abfall im Jahresvergleich könnte auf die angespannte und schwierige Situation in Zeiten von COVID19 zurückzuführen sein. Dies ist ein weiteres Indiz für eine Vertrauenskrise.

- *Karriereindex:
Karrieremöglichkeiten aus
Kollaboration empfinden Sie als...
2020 / 2019*

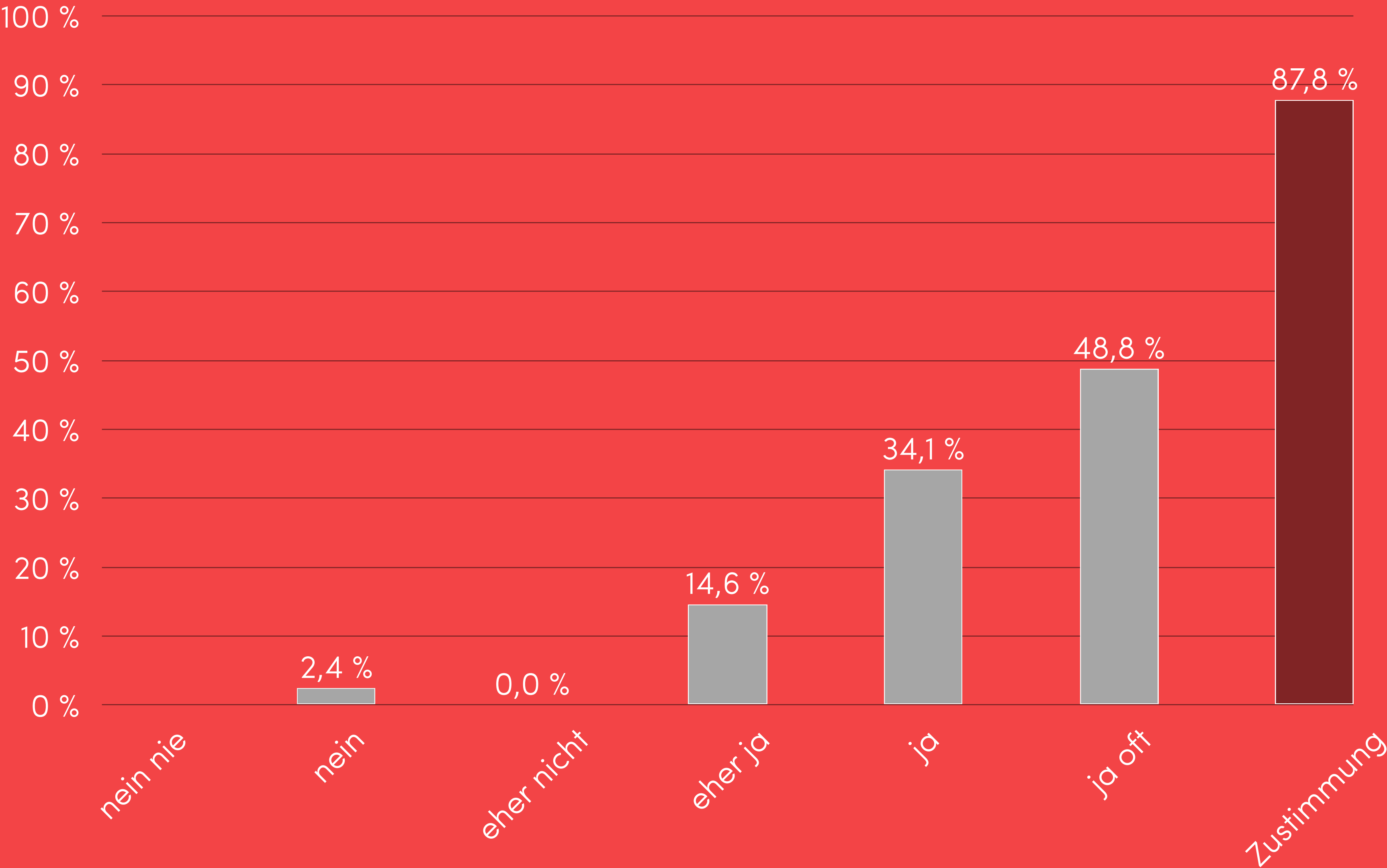
Zustimmungsindex





Der Weiterempfehlungsindex liegt mir 87,8% auf einem sehr hohen Wert. Die Experten empfehlen Kollaboration.

- Weiterempfehlungsindex:
Würden Sie als Experte
Kollaboration im Allgemeinen
empfehlen?

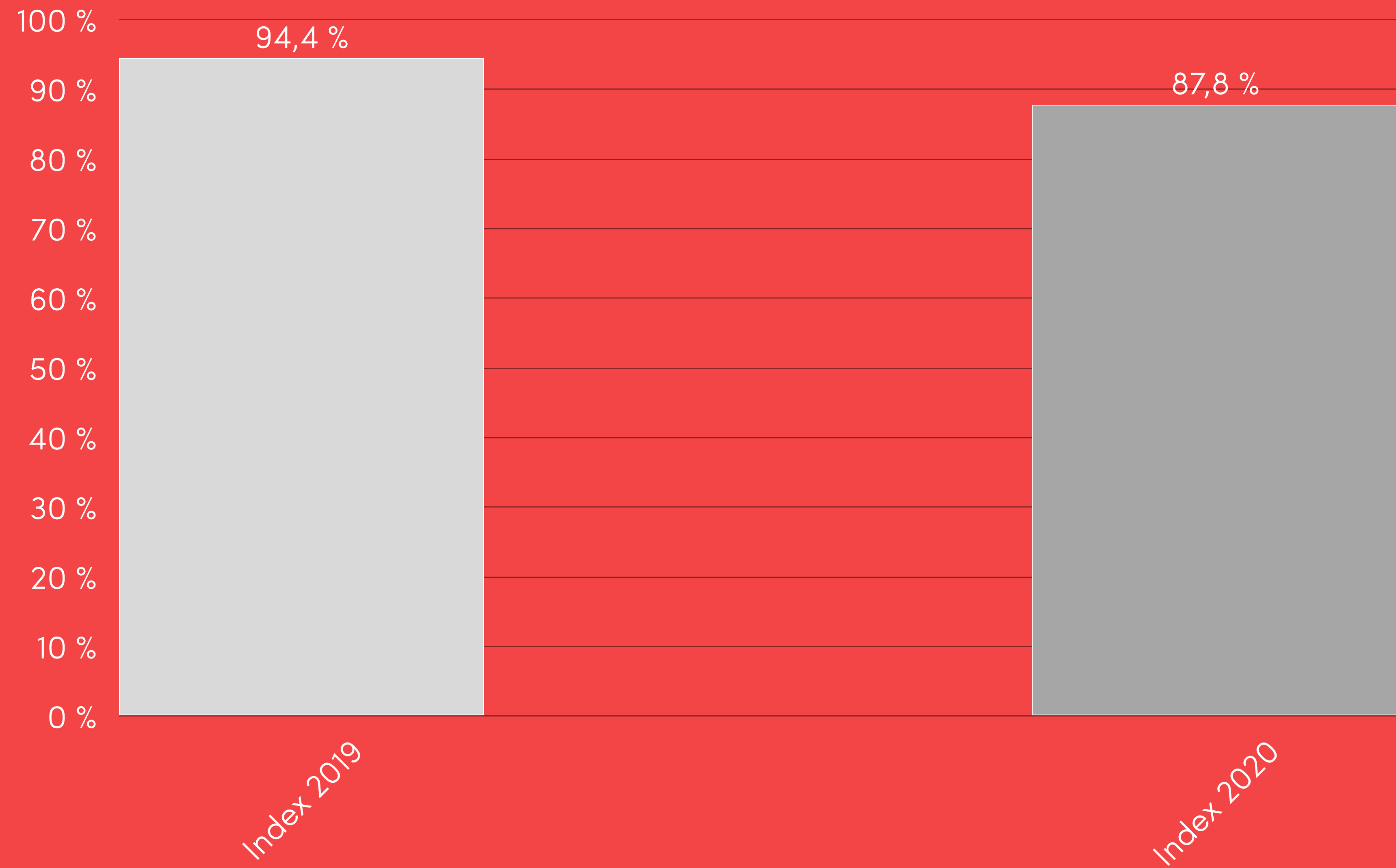




Der Weiterempfehlungsindex war 2019 noch höher als 2020. Dieser Rückgang könnte ebenfalls auf ein vorsichtigeres Verhalten als noch im Vorjahr – aufgrund von COVID19 – zurück zu führen sein.

- Weiterempfehlungsindex: Würden Sie als Experte Kollaboration im Allgemeinen empfehlen?

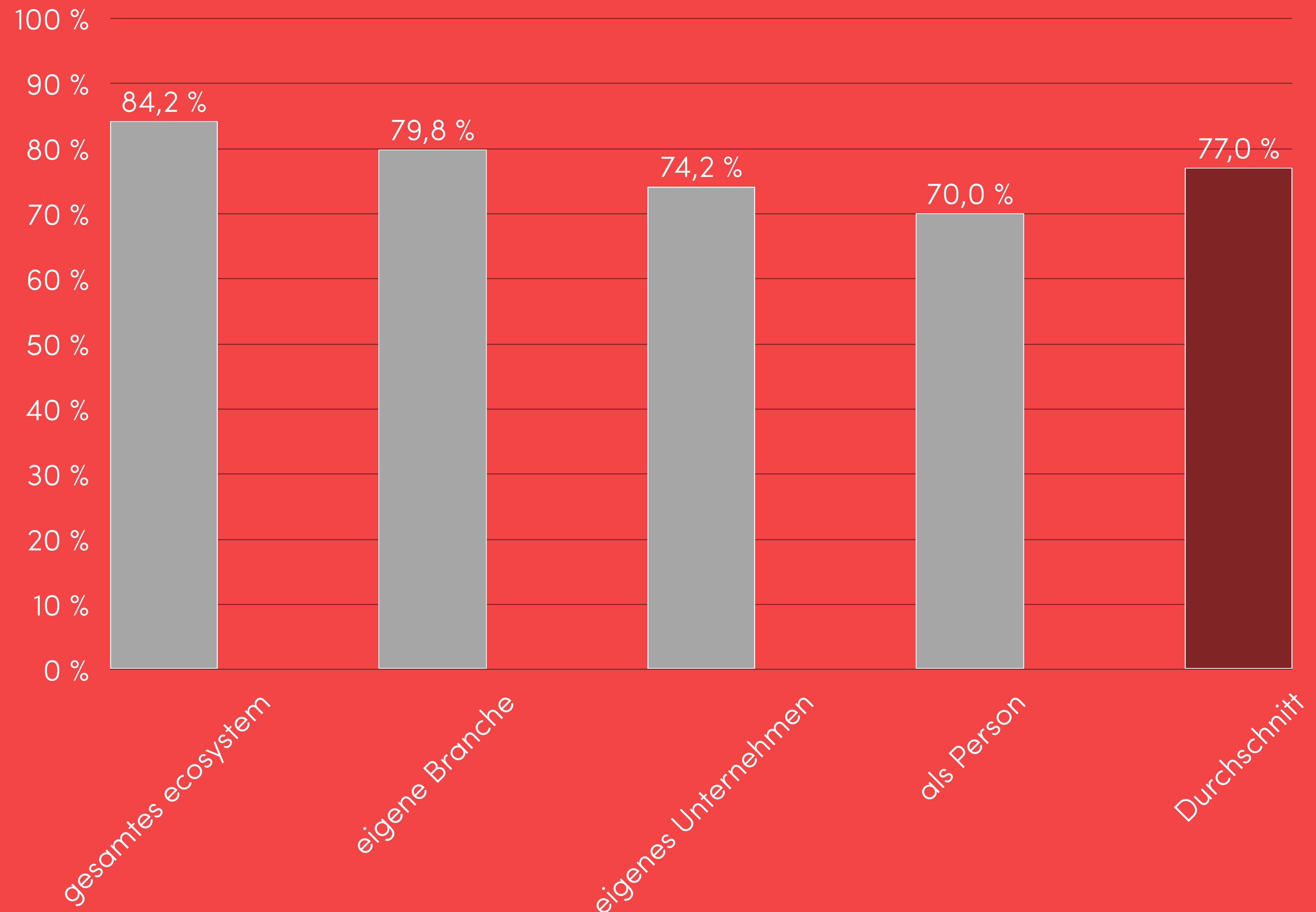
Zustimmungsindex





Typisch ist der abnehmende Veränderungsbedarf vom gesamten Ökosystem Payment bis hin zur eigenen Person / wird doch die eigene Person stets besser bewertet.

- *Den Veränderungsbedarf durch die sich verändernde Paymentwelt sehen Sie als....*





F: Return on Communication – die Zahlen des ROC

- Der Veränderungsbedarf durch die sich verändernde Paymentwelt wird durchschnittlich mit 77% bewertet: Der Veränderungsbedarf der eigenen Person wird niedriger bewertet als jener des eigenen Unternehmens, jener des eigenen Unternehmens niedriger als jener der eigenen Branche bzw. jener der eigenen Branche niedriger als jener des gesamten Ökosystems Payment. Veränderung beginnt aber immer bei der eigenen Person.
- Der ROC ist im Vergleich zum letzten Jahr leicht gesunken (2020: 60,7% / 2019: 62,0%). Während die ROC Bekanntheit gleich geblieben ist (73,0%) und die ROC Positionierung sogar leicht gestiegen ist (2020: 74,6% / 2019: 73,2%), ist das Vertrauenskapital signifikant gesunken (2020: 74,8% / 2019: 81,5%).
- Betrachtet man das Vertrauenskapital genauer, so ist zu sehen, dass sowohl der Beziehungsindex (2019: 94,4% / 2020: 87,8%), der Weiterempfehlungsindex (2019: 68,5% / 2020: 64,1%) als auch der Karriereindex (2019: 81,7% / 2020: 72,4%) gesunken sind. Die COVID19 Krise hat eine Vertrauenskrise ausgelöst.

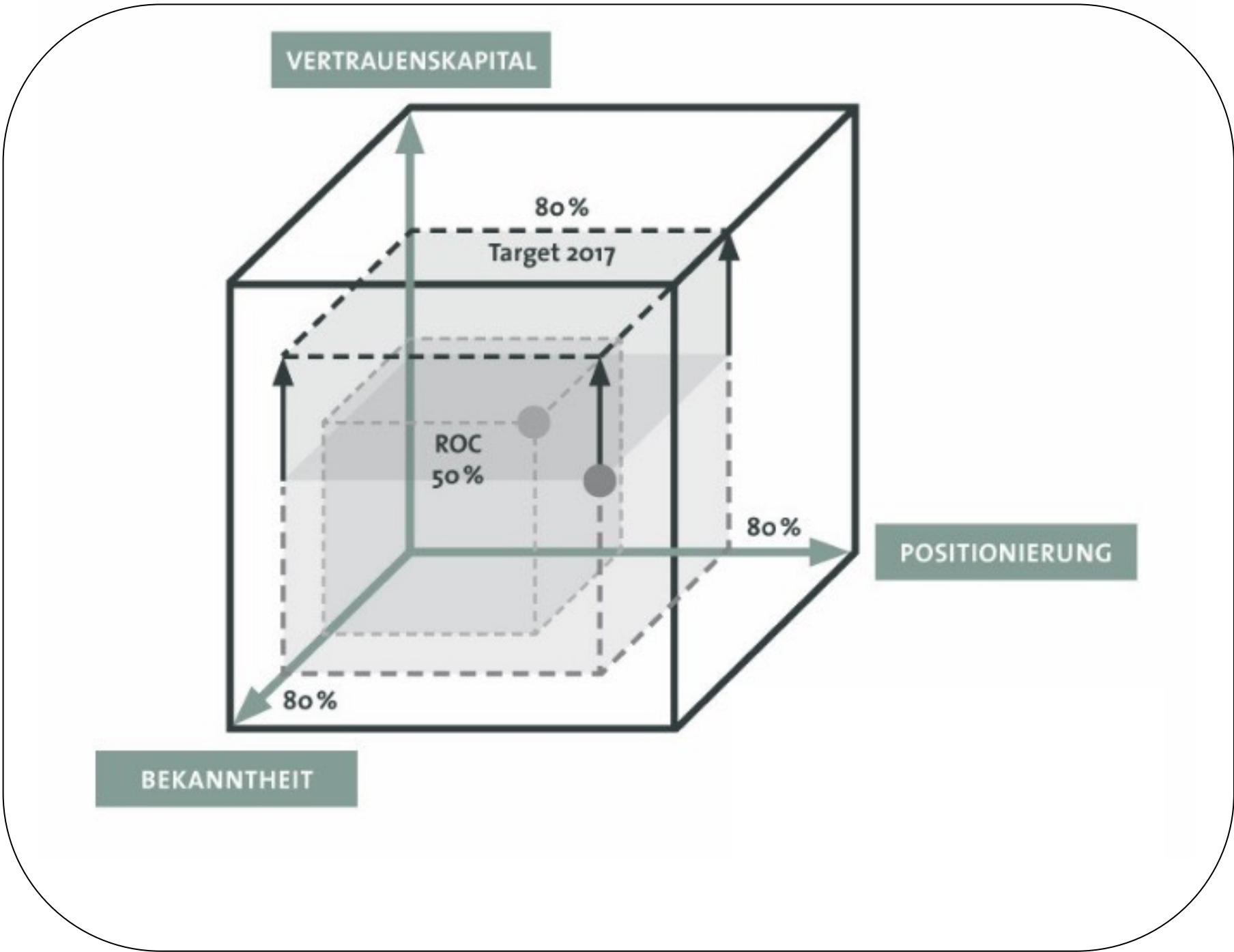
2020: ROC.

- ❖ ROC Bekanntheit 2020: 73 % (2019: 73% / 2018: 74%)
- ❖ ROC Positionierung 2020: 75 % (2019: 73% / 2018: 66%)
- ❖ ROC Vertrauenskapital 2020: 75 % (2019: 81% / 2018: 74%)



Return on Communication (ROC) = 61%
(2019: 62% // 2018: 59%)

	2020	2019	2018
Weiterempfehlungsindex:	88%	94%	84%
Beziehungsindex:	64%	68%	63%
Karriereindex:	72%	82%	n.V.
ROC Vertrauenskapital:	75%	81%	74%





F: ROC – die Erkenntnisse

- Die vorliegenden Zahlen zeigen, dass das Thema & die Bedeutung von Payment, Innovation und Kollaboration von den Experten erkannt wird. Die Entwicklung der letzten Jahre ist aber nicht sprunghaft, sondern langsam.
- „Die Aufholjagd hat begonnen“ stimmt zwar entsprechend den Antworten der Befragten, aber die Geschwindigkeit und Dynamik ist fraglich.
- Die durch COVID-19 ausgelöste Vertrauenskrise hat den ROC nicht signifikant steigen lassen, im Gegenteil – es kam zu einer Reduktion. Das ist ein alarmierendes Zeichen, wenn man sich bewusst ist, was das für den Wirtschaftsstandort bedeuten kann!
- Fehlende Kollaboration verhindert Innovation und das bedeutet potenziell ein Abrutschen des Wirtschaftsstandortes.
- COVID-19 hat die Digitalisierung und das bargeldlose Bezahlen gepusht. Ohne europäische Lösungen profitieren davon US-amerikanische und chinesische Payment Anbieter.
- Das schwächt nicht nur den Wirtschaftsstandort generell, sondern das europäische Ökosystem, allen voran die Banken & Finanzinstitute, massiv.



PF19 Team

Tel.: +43 660 1423227

Mail: Payment.festival@pf19.io

Web: www.pf19.io



**We
connect
you.**