P19 Payment Studie 2023

Volume 1

Status quo zu Handel, E-Commerce & Diversität im Payment

Executive Summary

Februar 2023

Inhaltsverzeichnis

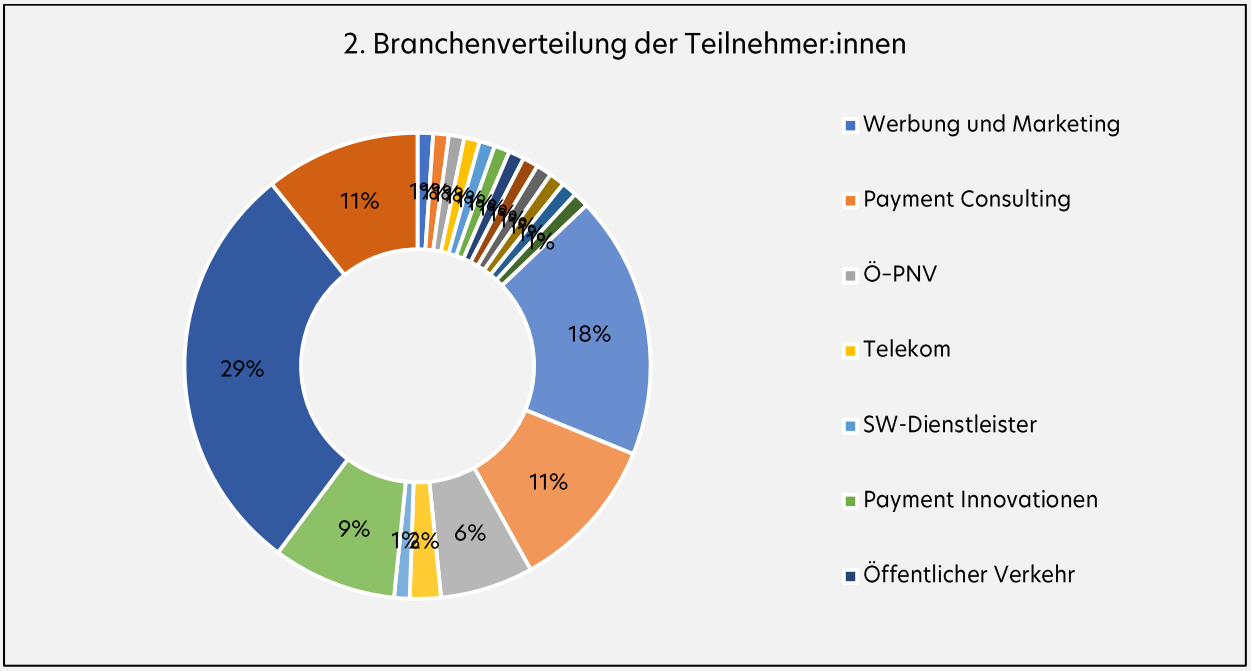
1. Grundaufbau der Studie 2
2. Teilnehmer:innen der Studie 2
3. Status quo – Entwicklung der Payment-Lösungen im Handel 3
4. Status quo – Entwicklung der Payment-Lösungen im E-Commerce 5
5. Die Zukunft des Zahlungsprozesses – Bargeld vs. Cryptocurrencies 7
6. Status quo – Diversität im Payment 8
7. Key-Findings 10

1. Grundaufbau der Studie

Die in Kooperation mit KRAFTKINZ entstandene P19 Payment Studie 2023 befasst sich im Volume 1 mit den neusten Entwicklungen und Potenzialen an Payment-Lösungen für die Bereiche Handel & E-Commerce, sowie mit dem Status quo der Diversität in der Payment-Branche. Anhand eines digitalen Fragebogens wurde im Zeitraum Ende Jänner bis Ende Februar 2023 eine Stichprobengröße von 93 Teilnehmer:innen zu den gewählten Themen befragt.

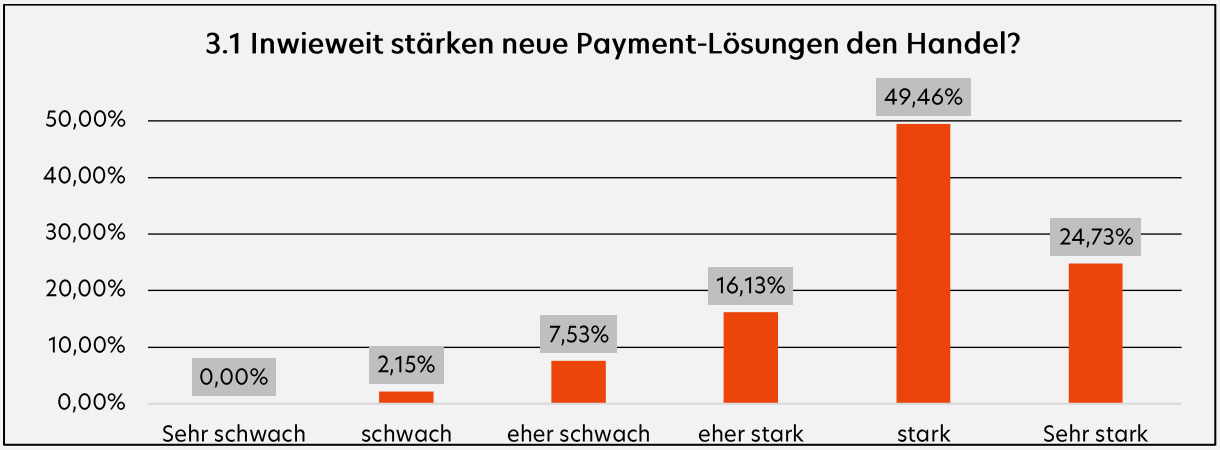
2. Teilnehmer:innen der Studie

Insgesamt nahmen 93 Personen an der „P19 Payment Studie 2023 - Volume I“ teil. 90 % der teilnehmenden Personen gaben „Österreich“ als ihre Herkunft an. Eine Vielfalt an Branchen hat heuer an der Studie teilgenommen. Den größten Quotenanteil machten dabei die „Zahlungsdienstleister:innen“ (29 %) und „Banken“ (18 %) aus.

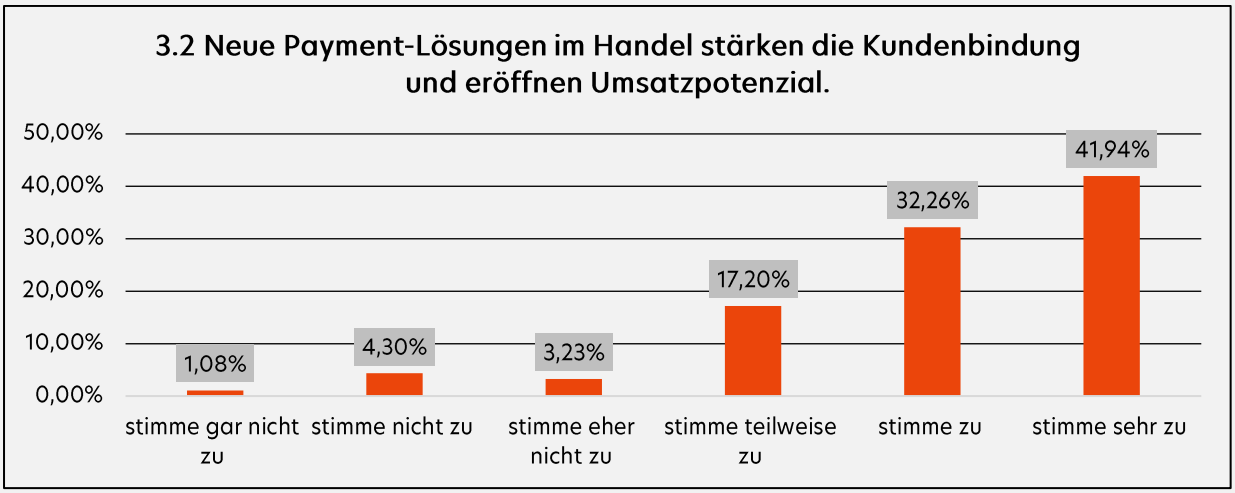


3. Status quo - Entwicklung der Payment-Lösungen im Handel

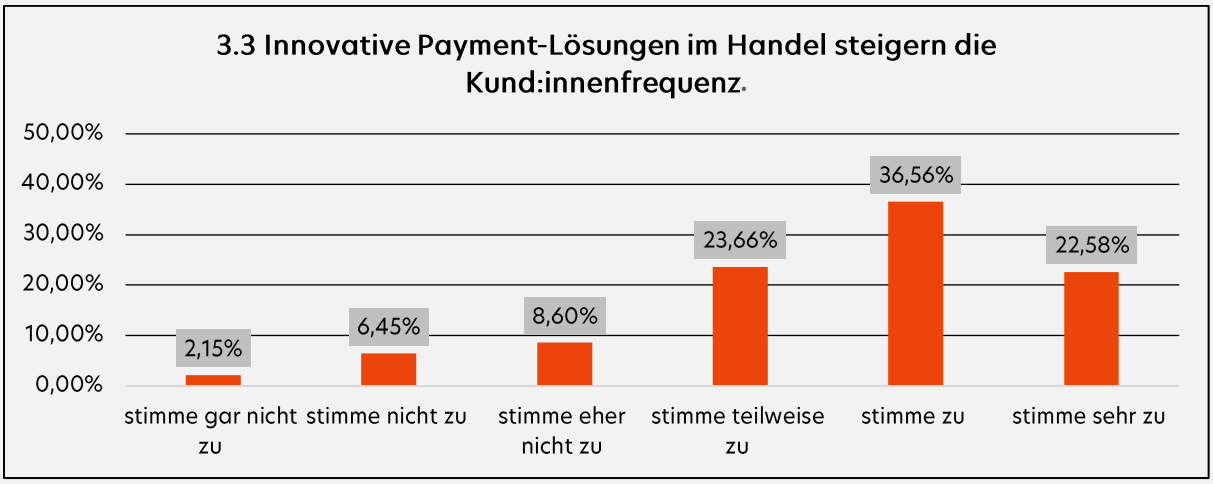
Von den gewählten Antwortmöglichkeiten schreiben die befragten Payment Pioneers „Payment-Lösungen“ einen wesentlichen Faktor zur Stärkung des Handels zu. 50 % der Befragten gaben dabei sogar eine starke Stärkung des Handels mittels Payment-Lösungen an, ein Viertel gar eine sehr starke.



Ein Großteil der Befragten nimmt neue Payment-Lösungen als Umsatzpotential wahr und sieht dadurch eine Stärkung der Kund:innenbindung. Das zeigt der Zustimmungsindex von rund 83 %, knapp die Hälfte der 93 Teilnehmer:innen ordnen den Payment-Lösungen sogar eine sehr starke Unterstützung für den Handel zu.

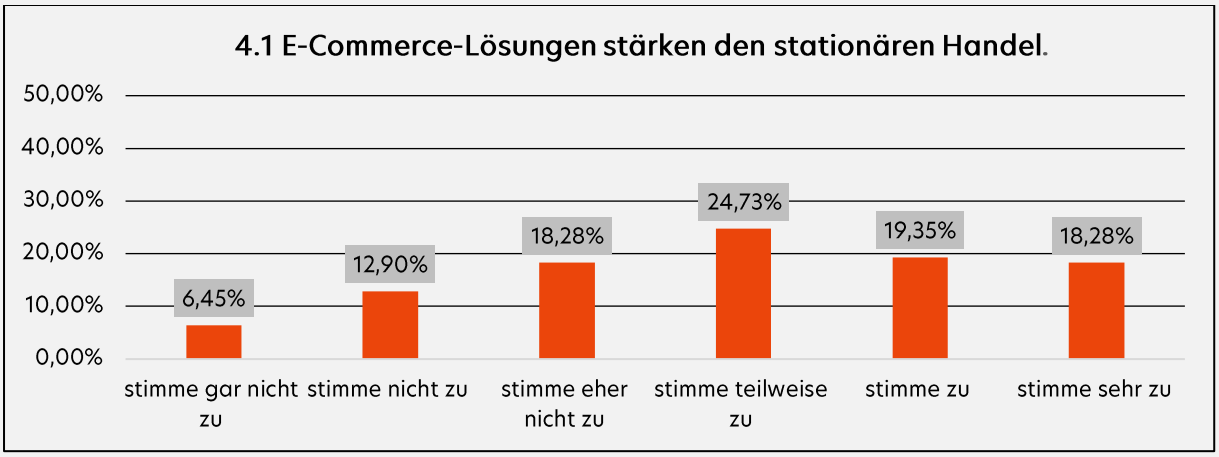


Ob innovative Payment-Lösungen im Handel die Kund:innenfrequenz steigern, beantworteten die befragten Payment Pioneers mit einer 75-prozentigen Zustimmung. Für nur rund 2 % sind Payment-Lösungen kein Faktor für die Erhöhung der Kund:innenfrequenz im Handel.

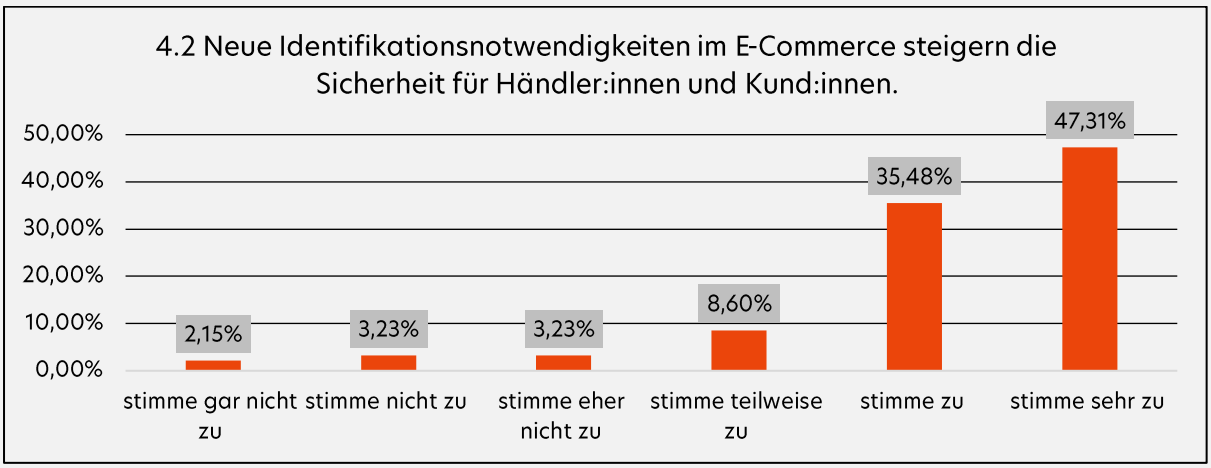


4. Status quo – Entwicklung der Payment-Lösungen im E-Commerce

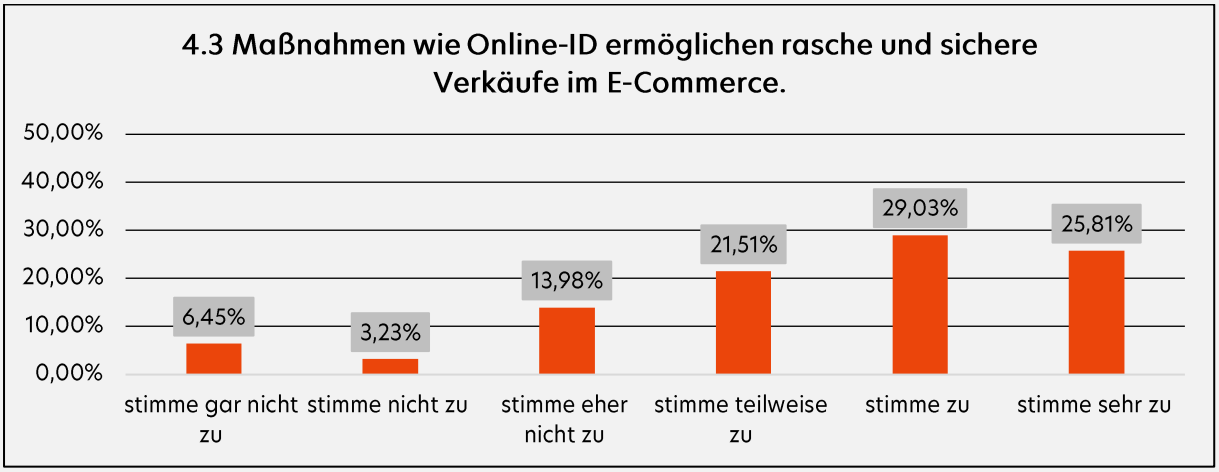
Mit einer 65-prozentigen Zustimmungsquote werden E-Commerce-Lösungen als Faktor zur Stärkung des stationären Handels wahrgenommen, rund 18 % stimmen der Stärkung des Handels sehr zu. Nur rund 6,5 % sehen keinen Vorteil in E-Commerce-Lösungen.



Neue Identifikationsnotwendigkeiten sollen die Sicherheit für Händler:innen und Kund:innen gewähren. Knapp 47 % und damit fast die Hälfte der Befragten stimmt der Steigerung der Sicherheit durch neue Identifikationsmöglichkeiten sehr zu; damit werden diese als Chance wahrgenommen. Nur 2 % sehen keine Verbesserung der Sicherungssteigerung durch neue Identifikationsnotwendigkeiten.

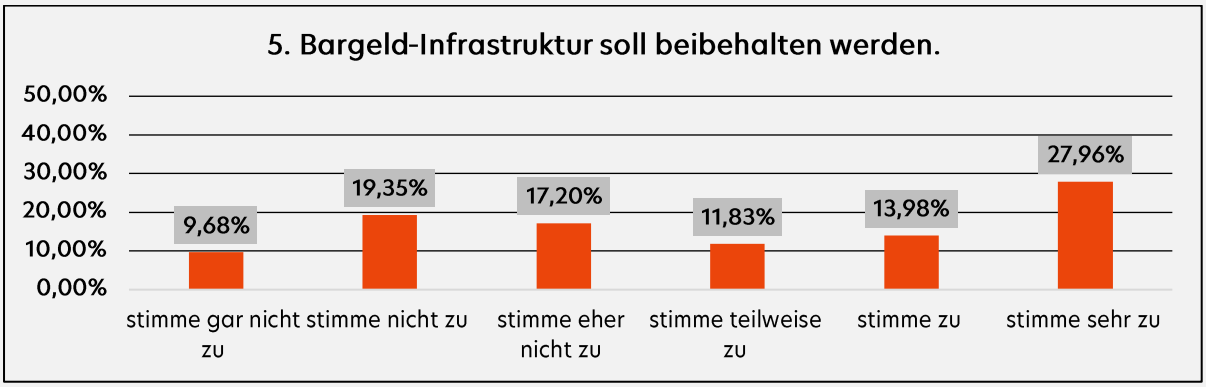


Auch neue Online-Identifikationsmaßnahmen versprechen Händler:innen und Konsument:innen rasche und sichere Verkäufe im E-Commerce. Mit einer rund 73-prozentigen Zustimmungsquote wird Online-ID als Chance für den sicheren und raschen Verkauf von Gütern wahrgenommen. Über ein Viertel der Befragten stimmen der Wirksamkeit solcher Maßnahmen sehr zu.

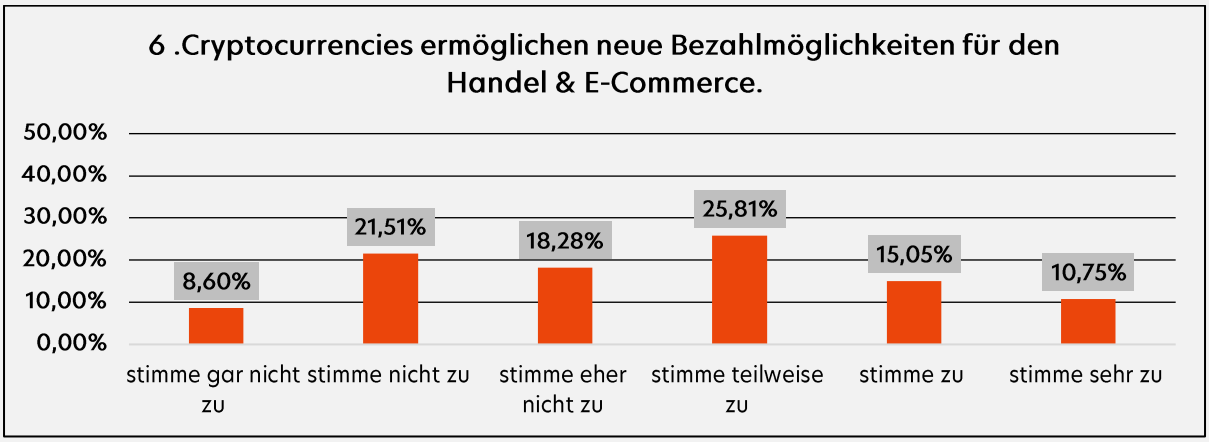


5. Die Zukunft des Zahlungsprozesses – Bargeld vs. Cryptocurrencies

In Anbetracht aktueller Entwicklungen im Bereich des Mobile Payments, sowie der Kryptowährungen, wurde die Hypothese zum Bestehenbleiben der Bargeld-Infrastruktur aufgestellt. Diese wurde mit einer knapp 64-prozentigen Zustimmung von den Befragten bestätigt. Trotz einer mehrheitlichen Zustimmung, sehen doch knapp 19 % der Payment Pioneers im Bargeld keinen Bezahlvorgang der Zukunft.

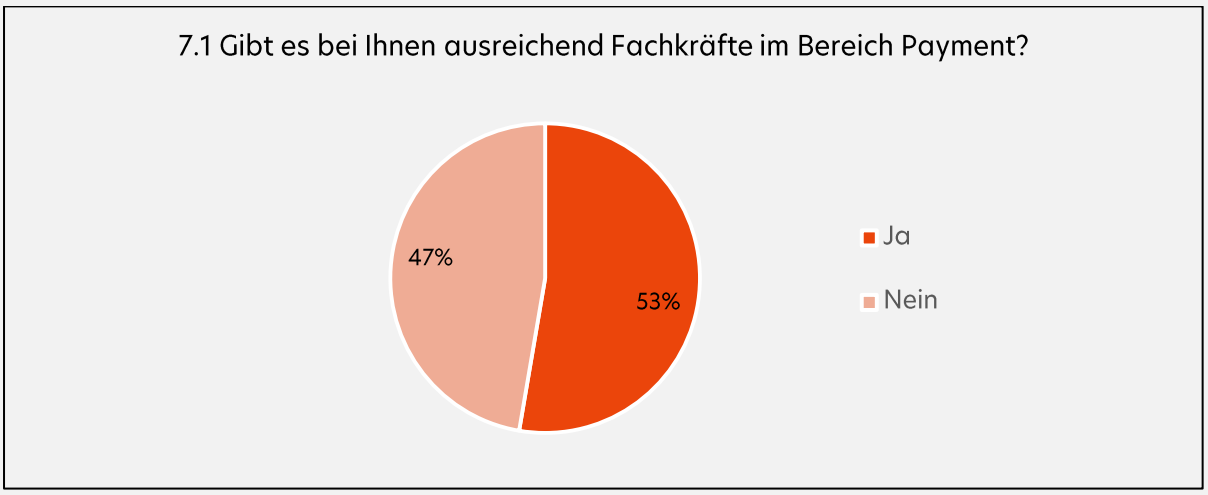


Cryptocurrencies werden nur zum Teil als neue Bezahlmöglichkeit für den Handel & E-Commerce wahrgenommen. So sehen knapp 58 % der Befragten in Kryptowährungen eine neue Bezahlmöglichkeit für den Handel & E-Commerce. Fast 22 % stimmen nicht zu, dass Cryptocurrencies eine neue Bezahlmöglichkeit für die Branchen darstellt.

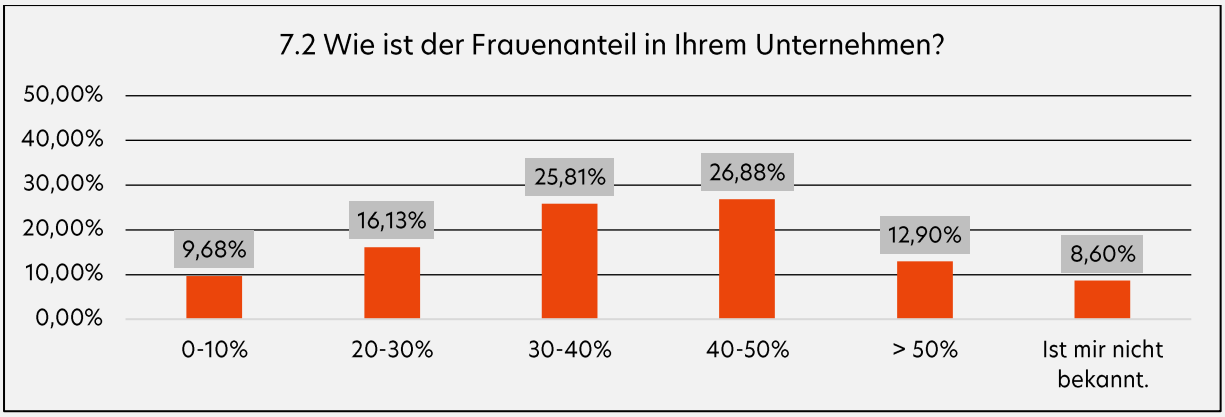


6. Status quo – Diversität im Payment

Die Frage, ob es genügend Fachkräfte im Payment gibt, bejahen 53 % der Befragten. Die verbliebenen 47 % nehmen dies nicht so wahr und verneinen die Frage. Hier zeigt sich eine starke Unstimmigkeit.

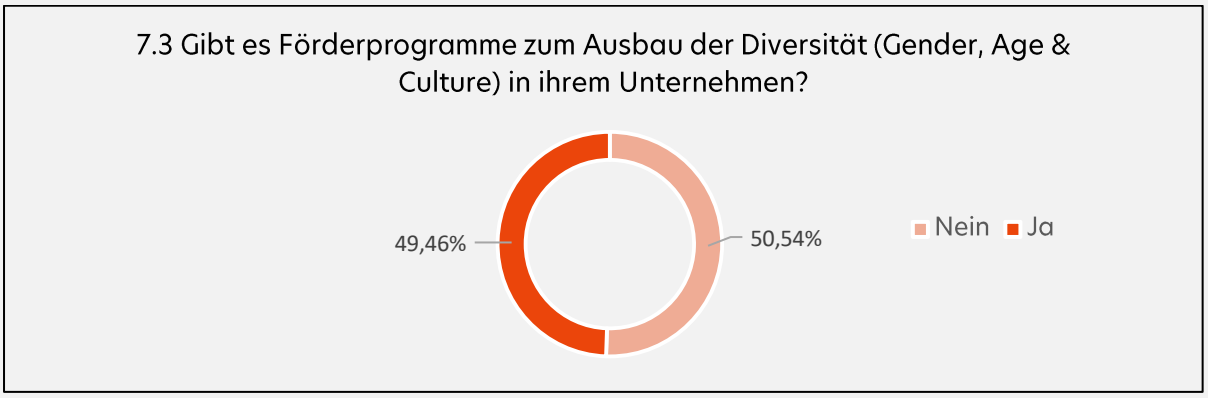


27 % der befragten Personen gaben an, dass in ihrem Unternehmen eine Frauenquote von 40 bis 50 % erreicht wird. Rund 26 % gaben knapp danach einen 30 bis 40-prozentigen Frauenanteil an. Eine 0- bis 10-prozentigen Frauenquote wurde von 10 % der Befragten angegeben und knapp 9 % der Befragten war der Frauenanteil nicht bekannt.

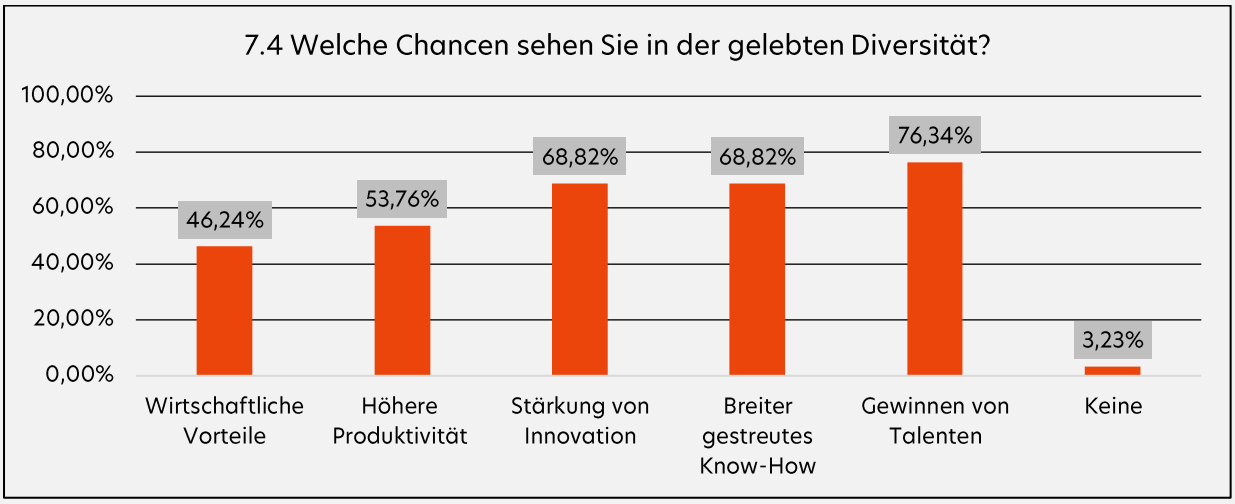


Förderprogramme zum Ausbau der Diversität in den Unternehmen im Payment gibt es nur zum Teil, dies spiegeln die Antworten der Befragten wider. So geben 50 % der

Payment Pioneers einen Bestand von Förderprogrammen an, die anderen 50 % verneinen dies.



Mit einer Zustimmungsquote von rund 97 % sehen die Befragten eine große Chance in einer gelebten Diversität. Das Gewinnen von Talenten wird dabei als größte Chance wahrgenommen; dies zeigt sich in der knapp 76-prozentigen Zustimmung der Antwortmöglichkeit. Die Stärkung von Innovationen und breiter gestreutes Know-How wird ebenfalls mit jeweils rund 67 % als großer Vorteil einer diversen Unternehmenskultur wahrgenommen.



7. Key-Findings

- **Neue Payment-Lösungen** werden als große Stütze der Handelsbranche wahrgenommen.
  - Innovative Payment-Lösungen werden als **Verstärker des Handels** wahrgenommen.
  - Die **Kund:innenbindung** und das **Umsatzpotenzial** im Handel werden durch neue Payment-Lösungen **verstärkt**.
  - Die **Kund:innenfrequenz** im Handel wird durch neue Payment-Lösungen **erhöht**.
- Innovative Payment-Lösungen im E-Commerce stärken nur zum Teil den stationären Handel – hier besteht großes Ausbaupotenzial.
- **Neue Identifikationsmöglichkeiten steigern die Sicherheit** im E-Commerce für Kund:innen und Händler:innen.
  - Neue Online-Identifikationstechnologien ermöglichen rasche und sichere Verkäufe im E-Commerce.
- Neue Entwicklungen im Bezahlungsprozess werden nur zum Teil antizipiert.
  - Zum Beibehalten der Bargeld-Infrastruktur teilen sich die Meinungen stark – mit einem **Ausblick auf einen Verbleib des Bargelds**.
  - **Kryptowährungen** sind nur vereinzelt neue Bezahlmöglichkeiten für den Handel und E-Commerce.
- Eine **diverse Unternehmenskultur** wird bereits **als Chance** wahrgenommen.
  - **Frauen** sind bereits vermehrt in der Payment-Branche vertreten, allerdings gibt es hier noch **großes Ausbaupotenzial**.
  - Förderprogramme zum Ausbau der Diversität werden nur zum Teil umgesetzt.
  - **Diversität** ermöglicht Unternehmen das **Gewinnen von Talenten**, ermöglicht **breiter gestreutes Know-How** und **stärkt Innovationen**.

Impressum:

Herausgeber:

P19 GmbH

Dürergasse 3/ Hof/ 04

1060 Wien

Geschäftsführung: Max Jürschik

Für den Inhalt verantwortlich: Birgit Kraft-Kinz

Kontakt:

office@p19.io

Web | LinkedIn | Twitter