

PRESSEMITTEILUNG

Kontakt:

IFH Köln
Lara Kersken
Unternehmenskommunikation
+49 (0) 221 943607-827

l.kersken@ifhkoeln.de
www.ecckoeln.de

FinTech-Unternehmen stärken ihre Position im deutschen Payment-Markt

Köln, 03. März 2020 – Mit Nischenprodukten erobern FinTech-Unternehmen den Payment-Markt und sichern sich durch die schrittweise Ausweitung der Leistungen immer größere Marktanteile im Finanzgeschäft. Das zeigt der Deepdive der aktuellen ECC-Payment-Studie Vol. 24 des ECC Köln und Prof. Dr. Malte Krüger. Dabei setzen FinTech-Unternehmen (FinTechs) auf innovative, technologische Lösungen, füllen Marktlücken zunächst mit eher einfachen Finanzdienstleistungen und entwickeln sich schrittweise zu ernsthaften Konkurrenten für Banken.

FinTechs mischen den Payment-Markt auf

FinTechs sind keine klassischen Banken und betreiben typischerweise ihr Geschäft ohne Vollbanklizenz, teilweise mit einer Lizenz als Zahlungsinstitut. Dabei setzen sie auf technologische Lösungen, die weder von der Hausbank, noch von einem branchenähnlichen Akteur angeboten werden. Marktlücken werden zunächst mit einfachen Finanzdienstleistungen wie z. B. digitalen Zahlungsverkehrslösungen und Informationsdiensten gefüllt. Die Studie zeigt, dass insbesondere FinTechs aus dem Bereich „Bezahlösungen“ bei den Konsumenten und Konsumentinnen bekannt sind: 99 Prozent kennen PayPal, 93 Prozent Payback und 79 Prozent Klarna. Höhere Bekanntheit erreichen FinTechs vor allem bei online- sowie mobile- und smartphoneaffinen Konsument*innen, den Heavy-Onlineshoppern und Smart Consumern.

Die Studie zeigt weiter, dass FinTechs auf Konsumentenseite als modern, schnell und einfach wahrgenommen werden. Sie punkten mit einfacher Nutzbarkeit, niedrigen Kosten und Schnelligkeit. Zwar beziehen Konsument*innen heute (noch) die meisten Finanzdienstleistungen von Banken, allerdings haben FinTechs bei eher einfachen Finanzlösungen bereits eine führende Rolle eingenommen. So nutzen bereits 75 Prozent der Konsument*innen Bonus-Programme, Cashback und digitale Gutscheine von FinTechs.

*„Trotz gewisser Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit steigen FinTechs und deren Angebot immer mehr in der Gunst der Nutzer*innen, egal ob Endkund*in oder Händler. Diese Entwicklung ist nachhaltig und unterstreicht den Handlungsbedarf im Finanzmarkt“, schlussfolgert Mailin Schmelter, stellvertretende Bereichsleiterin Customer Insights am ECC Köln.*

Klassisches Bankgeschäft im Handel wird umverteilt

Bereits mehr als zwei Drittel der Händler wickeln die Integration der E-Payment-Lösung in den Onlineshop über FinTechs ab. Letztere punkten bei deutschen Händlern aber nicht nur im Bereich Bezahlösungen. Händler greifen insbesondere bei Factoring (42 %) und Scoring (40 %) zu Angeboten von FinTechs. Selbst gewerbliche Finanzierungsmodelle haben bereits 14 Prozent der befragten Händler genutzt. Zudem können sich die befragten Händler auch große Internetkonzerne wie Amazon, Google oder eBay als potenzielle Anbieter von Finanzdienstleistungen vorstellen.

Banken sollten perspektivisch aufmerksam agieren, denn durch die schrittweise Ausweitung der Leistungen von Bezahlösungen über Kredite stärken FinTechs ihre Position bei Konsument*innen und Händlern

