Building better lives in Austria

Wie digitale Zahlungen der Gesellschaft zugutekommen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3

Ein besseres Leben: Was der digitale Zahlungsverkehr für Österreich bringt 4

Eine schöne neue Welt im Zahlungsverkehr 6

Innovation im Handel durch digitale Zahlungen 8

Einsatz von Technologie im ländlichen Raum Österreichs 9

- Die Rolle der Technologie bei der Bewältigung ländlicher Herausforderungen 9
- Zugang zu Bargeld durch einfache und bequeme Behebung im Handel 11

Navigieren im digitalen Finanzzeitalter 12

Digitale Innovation im Bankwesen 14

- Die Bedeutung von Bank- und Finanzdienstleistungen für die Wirtschaft 14
- Trends und Herausforderungen der Innovation und Digitalisierung 15

Nachhaltiges Österreich 17

- Zahlung in der Elektromobilität – regulatorische Aspekte 17
- Bemühungen und Fortschritte für einheitliches Bezahlen an E-Ladestationen in Österreich 19
- Priceless Planet Coalition 21

Sicherer Zahlungsverkehr als Grundlage des Vertrauens 23

- Cybersicherheit auf den österreichischen Finanzmärkten 23
- Kampf gegen Cyberbetrug im digitalen Zahlungsverkehr 24

Rasante Entwicklung im E-Commerce 26

Ausblick auf die Zukunft 28

- Europäische Rechtsvorschriften treiben den Wandel voran 28
- Die Zukunft des Zahlungsverkehrs 29
- CBDCs, Kryptowährungen und Blockchain im Zahlungsverkehr 31

Michael Miebach
(CEO von Mastercard)

Der Nutzen des technologischen Fortschritts ist in den letzten zwei Jahren deutlich sichtbar und spürbar geworden.

Vorwort

Das Potenzial Österreichs und seine Rolle in der Weltwirtschaft wecken in mir Optimismus und Tatendrang. Diese Einstellung mag angesichts der vielen Herausforderungen, mit denen die Welt in den letzten Jahren konfrontiert war, widersprüchlich oder naiv erscheinen. Nach all dem, was wir bereits durchgemacht und überstanden haben, hoffe ich jedoch, dass Sie sich meinem Optimismus anschließen.

Der Nutzen des technologischen Fortschritts ist in den letzten zwei Jahren deutlich sichtbar und spürbar geworden. Für immer mehr Menschen gehört digitales Wirtschaften zum Alltag. Durch die neuen Technologien erschließen sich neue Möglichkeiten, die zu einem besseren, erfüllteren Leben beitragen können.

Auch Österreich hat durch die Integration neuer Technologien in seine Infrastruktur ein starkes Wachstum verzeichnet und kann noch stärker davon profitieren, wenn es sich die nächste Welle disruptiver Technologien – von Krypto über grüne Energie bis zu Open Banking – zu eigen macht.

Welche Möglichkeiten die neuen Technologien insbesondere im Bereich des Zahlungsverkehrs bieten, wollen wir in dieser Publikation herausarbeiten. In den folgenden Artikeln und Interviews wird das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet.

Wir wollen den Dialog über die Möglichkeiten disruptiver Technologien mit der gesamten Zahlungsverkehrsgemeinschaft führen. Dazu müssen wir auch die unterschiedlichen Perspektiven verstehen, auf diesen aufbauen oder sie manchmal auch hinterfragen.

Auf den folgenden Seiten haben wir, die österreichische Digital-Payments-Community, mit diesem Prozess begonnen. Was erwartet Sie? Neben verschiedenen Standpunkten zu Themen im Zusammenhang mit Zahlungen und Nachhaltigkeit auch ein Blick darauf, wie manche Menschen der Zukunft, die sie gestalten und in der sie leben wollen, Priorität einräumen.

Damit wir sowohl unsere persönlichen als auch unsere gesellschaftlichen Ziele erreichen, müssen wir genau das tun, was uns erfolgreich gemacht hat: Wir müssen die Zusammenarbeit von privatem Sektor, Regierung und Non-Profit-Bereich weiter ausbauen – zum Wohle der BürgerInnen Österreichs und vieler anderer über die Grenzen des Landes hinaus.

Wir hoffen, dass der Gedanken- und Ideenaustausch dieses Papiers dazu beiträgt, ein besseres Leben in Österreich zu schaffen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine gute Lektüre,

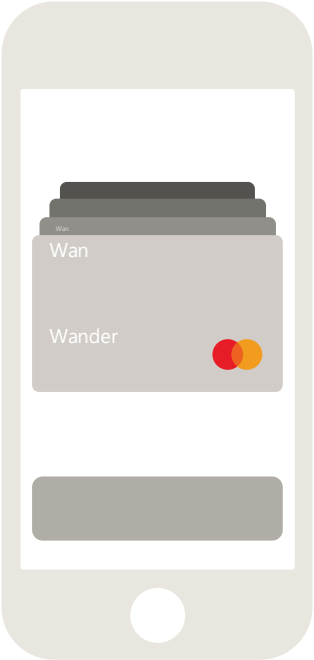
Michael Miebach

Michael Brönner
(Country Manager von Mastercard Österreich)

Ein besseres Leben: Was der digitale Zahlungsverkehr für Österreich bringt

Es gibt eindeutige Belege dafür, dass der digitale Zahlungsverkehr VerbraucherInnen, HändlerInnen und sogar der Gesellschaft als Ganzem vielfältige Vorteile bringt und dadurch zu einem besseren Leben in Österreich beiträgt.

Mastercard Österreich fördert die Wahlfreiheit aller KonsumentInnen in jeder Bezahlsituation und die unternehmerische Freiheit aller HändlerInnen, damit sie entscheiden können, welche Zahlungsmethoden sie akzeptieren, um ihre KundInnen optimal zu bedienen. In Anbetracht der Vielzahl unterschiedlicher Kunden- und Händlerpräferenzen in den verschiedenen Anwendungsfällen beim Einkaufen möchte ich mit einigen allgemeinen Fakten beginnen, die zeigen, wie digitale Zahlungen zu einem besseren Leben in Österreich beitragen können.



VERBRAUCHERINNEN

Österreich verfügt mit rund 180.000 Terminals, die auf 110.000 Einzelhandelskassen im Land verteilt sind, über eine sehr gut ausgebaute Infrastruktur für Kartenzahlungen. Die bargeldlose Zahlung am Point of Sale (POS) per Debit- oder Kreditkarte wird immer beliebter. Von 2020 bis 2021, während der Covid-Pandemie, verzeichnete der Markt einen starken Anstieg der Kartentransaktionen um 14 Prozent, wie PSA Payment Services Austria für die insgesamt rund zehn Millionen Debitkarten (Bankomatkarten) berichtete. Eine wichtige Rolle spielen dabei auch hygienische Gründe. Vor allem die Nutzung kontaktloser Zahlungen und mobiler Geldbörsen nimmt rasant zu, da sie den Komfort und die Geschwindigkeit des Bezahlvorgangs weiter erhöhen und aus hygienischer Sicht besonders vorteilhaft sind. Der Komfort wird auf Reisen noch weiter erhöht, da digitale Zahlungen den Umtausch von Bargeld in Fremdwährungen überflüssig machen.

Der Zugang zu digitalen Zahlungsmethoden ist in einer modernen Gesellschaft von grundlegender Bedeutung, nicht nur aufgrund der Zunahme von Kartenzahlungen am POS, sondern auch aufgrund der wachsenden Bedeutung des elektronischen Handels. Zum E-Commerce gehören auch verschiedene Einkaufserlebnisse wie „Click and Collect", Lebensmittellieferungen oder die Bestellung einer Taxifahrt, bei denen die VerbraucherInnen den Kauf- und Zahlungsvorgang online starten, bevor sie eine physische Ware oder Dienstleistung in Anspruch nehmen. Den Zugang zu diesen Einkaufssituationen zu ermöglichen, ist eine wichtige Voraussetzung für die finanzielle Eingliederung der jungen Generation und von zentraler Bedeutung für deren finanzielle Bildung.

Darüber hinaus profitieren die VerbraucherInnen durch eine gut dokumentierte Transaktionshistorie von der höheren Transparenz digitaler Zahlungen im Vergleich zu Bargeldzahlungen. In modernen Banking-Apps können die VerbraucherInnen ihre Ausgaben leicht nachverfolgen, was auch bei der Budgetierung und Finanzverwaltung hilft. Viele Banken bieten zusätzliche Dienste an, zum Beispiel zur Kategorisierung der Ausgaben und zur Darstellung von Trends und Mustern im Zeitverlauf.

Digitale Zahlungen ermöglichen einen sofortigen Zugriff auf Geld. Die sichere Verwahrung auf einem Bankkonto bietet Schutz vor Verlust oder Diebstahl und ermöglicht auch die Generierung von Zinserträgen, da die Ersparnisse von den Banken eingesetzt werden können, bis sie von den VerbraucherInnen ausgegeben werden.

HÄNDLERINNEN

Aufgrund des Wunsches der VerbraucherInnen, online zu gehen, ist der Aufbau digitaler Vertriebskanäle für fast jede Händlerkategorie zu einem „Muss" geworden. Noch deutlicher wurde dies während der Covid-Pandemie, als der Zugang zu physischen Geschäften oft stark eingeschränkt war.

„99 Prozent aller POS-Terminals bieten kontaktloses Bezahlen an und es werden bereits 86 Prozent auf diese Weise abgewickelt."

Über die reine Online-Präsenz hinaus hat der E-Commerce auch die Türen zu mehr Kundenfreundlichkeit geöffnet, sei es durch den bedarfsgerechten Zugang zu Informationen, eine bessere Zielgruppenansprache oder eine größere Produktvielfalt. Im Hinblick auf den Zahlungsverkehr profitieren die HändlerInnen von einer zunehmend nahtlosen Kaufabwicklung, die unmittelbar zu einer Verringerung der Zahl der abgebrochenen Kaufvorgänge und damit zu höheren Konversionsraten führt. Daher ist zum Beispiel die Option, Kartendaten für wiederkehrende KundInnen zu speichern, für viele HändlerInnen, die einen hohen Anteil an wiederkehrenden KundInnen oder Abonnements haben, zum Standard geworden.

Was für den E-Commerce gilt, lässt sich auch am POS beobachten. Nahtlose, schnelle Check-out-Lösungen sind auf dem Vormarsch. Eine Mastercard-Studie zeigt, **dass 99 Prozent aller POS-Terminals kontaktloses Bezahlen anbieten und bereits 86 Prozent aller POS-Kartentransaktionen auf diese Weise abgewickelt werden.** Darüber hinaus führen viele HändlerInnen unbeaufsichtigte Self-Check-out-Terminals ein. Das ermöglicht das Abfangen von Nachfragespitzen oder sogar völlig unbeaufsichtigte Ladenkonzepte, zum Beispiel um ländliche Gebiete zu versorgen, in denen größere Verkaufsstellen nicht rentabel wären. So arbeitet Mastercard beispielsweise mit Unimarkt zusammen, um solche kleinen Supermärkte in mehreren Dörfern in Österreich einzuführen.

Aufgrund der Beschleunigung des Kassiervorgangs setzen einige HändlerInnen sogar ausschließlich auf Kartenzahlungen. Neben den ersten bargeldlosen Supermärkten wie dem MPreis in der Innsbrucker Innenstadt werden auch mehrere österreichische Fußballstadien als „Cashless Arenas" eingerichtet, darunter die Red Bull Arena in Salzburg, die Generali Arena des FK Austria Wien und das neu errichtete LASK-Stadion in Linz, denn vor allem in der Halbzeitpause von Fußballspielen kommt es auf die Schnelligkeit der Kassen an.

GESELLSCHAFT ALS GANZES

Auch die Gesellschaft als Ganzes profitiert vom digitalen Zahlungsverkehr. Das beginnt beim ökologischen Fußabdruck digitaler Zahlungen, der aufgrund der Kohlenstoffemissionen, die durch die Herstellung von Münzen und Banknoten und durch die Bargeldlogistik verursacht werden, deutlich kleiner ist als bei Barzahlungen.[1] Auch die Erhöhung der Sicherheit und die Verringerung von Einbrüchen und Diebstählen durch den digitalen Zahlungsverkehr kommt uns allen zugute. Die höhere Transparenz digitaler Zahlungen trägt darüber hinaus zur Bekämpfung der Schattenwirtschaft bei. Obwohl verlässliche Zahlen über den Umfang der Schattenwirtschaft schwer zu bekommen sind, schätzen Experten, dass rund 9 Prozent des österreichischen BIP durch die Schattenwirtschaft verloren gehen. Diese Lücke muss durch eine höhere Besteuerung der ehrlichen SteuerzahlerInnen ausgeglichen werden. In Griechenland ging die Regierung dieses Problem durch eine Gesetzgebung an, die seit 2016 in mehreren Wellen eingeführt wurde und fast alle Berufe und HändlerInnen dazu verpflichtet, elektronische Zahlungen zu akzeptieren. Auch andere Länder wie Belgien, Italien und Polen haben inzwischen ähnliche Maßnahmen beschlossen, da die Verringerung des Volumens der Schattenwirtschaft nicht nur die Steuereinnahmen erhöht, sondern letztlich auch die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Wirtschaft verbessert.

Auch die Gesellschaft als Ganzes profitiert vom digitalen Zahlungsverkehr.

Ähnlich wie ein effizientes Bankensystem tragen zuverlässige, schnelle und sichere digitale Zahlungen dazu bei, die Wirtschaft durch einen effizienten Austausch von Waren und Dienstleistungen anzukurbeln und Wachstum und Wohlstand zu fördern. Als Mastercard sind wir stolz darauf, mit den Dienstleistungen, die wir unseren KundInnen täglich zur Verfügung stellen, zur guten Entfaltung der österreichischen Wirtschaft beizutragen.

Weitere Überlegungen und Einblicke zur Frage, welchen Nutzen das Zahlungsverkehrsökosystem VerbraucherInnen, HändlerInnen und der Gesellschaft als Ganzem bringt, finden Sie in den folgenden Beiträgen und Interviews dieser Publikation. Ich danke allen unseren Partnern und allen, die an dieser Publikation mitgewirkt haben, und sehe der Zukunft des digitalen Zahlungsverkehrs in Österreich sehr optimistisch entgegen.

[1] Vgl. Hanegraaf et al.: Life cycle assessment of cash payments, De Nederlandsche Bank Working Paper 610, Oktober 2018.

Ewald Judt
(Honorarprofessor an der Wirtschaftsuniversität Wien)

Eine schöne neue Welt im Zahlungsverkehr

Wir schreiben das Jahr 2033.

Es gibt keine nationalen Payment Schemes mehr, sie sind alle zu internationalen Payment Schemes geworden oder in internationalen Payment Schemes aufgegangen. Das liegt daran, dass einerseits Unternehmen in vielen Ländern tätig sind und Personen Zahlungen in vielen Ländern tätigen und es sich andererseits bei Payments um Skalengeschäfte handelt, die aufgrund sinkender Stückerträge Transaktionszuwächse erfordern.

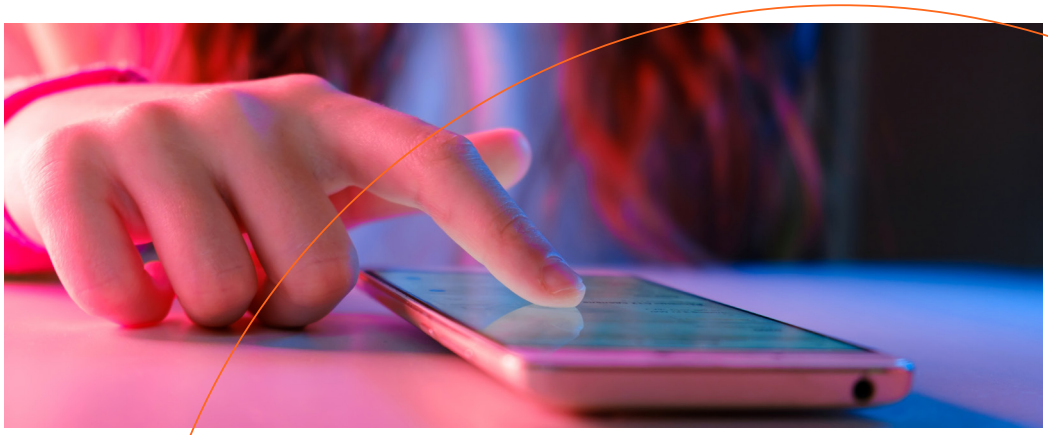
Wie schon vor zehn Jahren ist die Kundenorientierung bei Payments auch heute noch ein großes Thema. Es ist noch nicht gelungen, sie in allen Bereichen, wo sie Geschäftsmaxime sein sollte, in den Mittelpunkt zu stellen. Das Problem besteht darin, dass für die Erreichung dieses Ziels auch die Banken als Vermittler beim Issuing von Zahlungsfeatures und bei deren Abrechnung und die Payment-Provider als Vermittler bei der Akzeptanz einbezogen werden müssen.

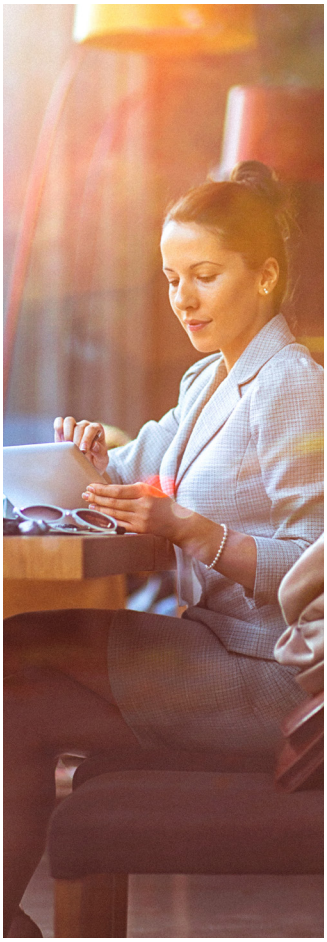
Die Zeit der Zahlungstransaktionen mit Karten nähert sich ihrem Ende. Zwar sind weiterhin Karten in Umlauf, ihre Zahl wird aber immer geringer. Sie wurden durch „Kartennummern" ersetzt, die in einer Vielfalt von Payment-Tools eingesetzt werden. Das sind primär Smartphones, die eine dominante Rolle auf dem Markt spielen, aber auch Tools wie Smartwatches, Wrist Straps und andere Wearables. Die Akzeptanz dieser Tools ist gesichert, da alle einem Standard folgen, der ihre Nutzung als Zahlungsmittel ermöglicht („standardisation is essential").

Instant Payments haben die klassischen Überweisungen abgelöst und sind – im Inland und in der EU – sukzessive zum Standardüberweisungsverfahren geworden. Weltweit haben sie sich noch nicht durchgesetzt, was aber nur mehr eine Frage der Zeit ist. Beim Check-out an der Kasse von Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie bei Internet-Shops führen sie jedoch ein Schattendasein. Der Grund dafür ist, dass es mangels eines tragfähigen Geschäftsmodells keinen vorantreibenden Promoter gibt. Weder diejenigen, die eine Zahlung tätigen, noch diejenigen, die eine Zahlung entgegennehmen, wollen etwas dafür zahlen. Damit ist auch zehn Jahre nach dem Start von Instant Payments die Frage der Rentabilität für die involvierten Issuer und Provider am Point of Sale und im Internet ungelöst.

Die Sicherheit bei Payments ist nach wie vor ein Problem. Durch die Umsetzung technischer Fortschritte ist es gelungen, bei Zahlungen generell eine benutzerfreundliche Strong Customer Authentication mit zwei Faktoren zu etablieren. Dabei handelt es sich um eine Zahlungstransaktion, die mit dem 2022er Apple Pay per Smartphone vergleichbar ist und eine biometrische Authentifizierung erfordert. Unter den vielen biometrischen Verfahren – Identifizierung über Fingerprint, Handabdruck, Iris-Scanning, Herzschlag, Stimme usw. – hat sich letztlich die Gesichtserkennung als kundenfreundlichste Lösung durchgesetzt.

Bei all diesen Maßnahmen, Zahlungstransaktionen sicherer zu machen, hat es lange gedauert, bis ein Standard gefunden wurde, der für die Zahlenden sicherstellt, dass ihr Payment-Tool tunlichst überall akzeptiert werden kann, und der es den Zahlungsempfängern ermöglicht, diese Payment-Tools an Zahlungs statt zu akzeptieren („standardisation is essential"). Vorbild für eine derartige Lösung war EMV, eine Spezifikation für Zahlungskarten aus den 1990er-Jahren, die mit einem Prozessorchip für die zugehörigen Point-of-Sale-Terminals und Geldautomaten ausgestattet waren.





Die Zahl der bargeldlosen Zahlungen hat in den letzten zehn Jahren weiter zugenommen. Sie **beträgt aktuell rund 80 Prozent der Zahlungstransaktionen und etwa 90 Prozent des Zahlungsvolumens.** Jedes Outlet und jeder E-Shop akzeptiert Zahlungen mit Karten bzw. „Kartennummern".

In vielen Outlets in der „realen" Welt wird die Zahlung beim Einkauf für den Kunden stressfrei abgewickelt. Das gewünschte Zahlungsmittel wird via App beim Eintritt registriert, Sensoren erfassen die Produkte im Einkaufswagen, beim Check-out wird der Gesamtbetrag erkannt und vom Kunden via biometrische Lösung per Gesichtserkennung akzeptiert. Die Abrechnung erfolgt über das in der App hinterlegte Zahlungsmittel.

Bei den Zahlungen haben die Outlets in der „virtuellen" Welt die Läden der „realen" Welt bereits deutlich übertroffen. Mehr und mehr Menschen kaufen immer öfter im Internet. Die Online-Shops haben ihr Onboarding attraktiviert, präsentieren ihr Produktangebot kundenorientiert, bieten meist günstige Preise und haben ihren Zahlungsprozess optimiert. Dadurch hat sich die Anzahl der Geschäfte in der „realen" Welt reduziert. In Einkaufsstraßen und Shopping-Centern finden sich nun weniger Shops und mehr Dienstleistungs-Outlets.

Bei Peer-to-Peer(P2P)-Payments gibt es nicht nur die klassische Version einer Überweisung vom Bankkonto der ersten auf das Bankkonto der zweiten Person oder Geldremittance von einem Einzahler zu einem Empfänger wie zum Beispiel Western Union. Jeder Person stehen mittlerweile zahlreiche Möglichkeiten offen, Geld zu einer anderen Person zu transferieren. Das geschieht mit der P2P-App eines Providers, der dafür sorgt, dass der Betrag zulasten eines Kontos beim richtigen Empfänger auf dem richtigen Konto landet.

Vor zehn Jahren wurde Kryptogeld noch als eine weitgehend neue Form des Geldes betrachtet, obgleich es bereits damals eine in Euro- und Dollar-Milliarden zählende Verbreitung gefunden hatte. Die Möglichkeit, mit Kryptogeld Zahlungen von Wallet zu Wallet durchzuführen, bestand bereits damals, jedoch war es aufgrund seiner starken Wertschwankungen nur bedingt als Zahlungsmittel geeignet. Das hat sich geändert, weil sich das Kryptogeld konsolidiert hat und stabil geworden ist. Es tritt nicht mehr nur als „Privatgeld", sondern auch als „Notenbankgeld" auf, ist reguliert und ist für einen Teil der Bevölkerung zum Zahlungsmittel geworden, das bei etlichen Handels- und Dienstleistungsunternehmen Akzeptanz gefunden hat.

Auch Krypto-P2P-Payments aus Digital Wallets, auf denen das Kryptogeld eines Nutzers direkt elektronisch gespeichert ist, haben sich inzwischen durchgesetzt. Derartige Kryptogeldbörsen sind zum Empfangen, Speichern und Ausgeben von Kryptogeld geeignet. Es ist auch ein Transfer von einer Kryptogeldbörse zur anderen möglich, was Zahlungen für Waren und Dienstleistungen von Wallet zu Wallet einschließt.

Die Zahl der bargeldlosen Zahlungen hat in den letzten zehn Jahren weiter zugenommen. Sie beträgt aktuell rund 80 Prozent der Zahlungstransaktionen und etwa 90 Prozent des Zahlungsvolumens.

Trotz Fortschritten bei der Eindämmung der Erderwärmung wird weiter Auto gefahren. Die Zahlungsmethode beim Tanken – meist von Strom und nur mehr selten von Benzin oder Diesel – hat sich seit 2022 massiv verändert. Egal ob ein fossiler Treibstoff oder Strom getankt wird, der Bezahlvorgang ist deutlich kundenorientierter geworden. Die Zahlung erfolgt direkt aus dem Auto mit einer eingebetteten Payment-Lösung analog der problemlosen Zahlungsabwicklung zum Beispiel mit dem Smartphone. Diese schnelle und unkomplizierte Zahlungsmethode kommt aber nicht nur beim Tanken zum Einsatz, sondern auch bei der Bezahlung der Autobahnmaut, die mittlerweile in allen Ländern der EU für alle Autos auf allen Autobahnen zu entrichten ist. Möglich wurde dies durch einen mühsam gefundenen kundenorientierten Standard für die Auto-App („standardisation is essential").

Aufgrund des mittlerweile hohen Anteils an bargeldlosen Zahlungen ist der Bedarf an Bargeldtransaktionen zurückgegangen. Die Banken haben ihre Filialen ausgedünnt, das Gleiche gilt für Selbstbedienungsstellen, die eine Zeit lang eine gewisse Verbreitung erlangt hatten, und für Geldausgabeautomaten. Die Geldinfrastruktur der Banken ist nur mehr ein Schatten dessen, was sie einmal war. Dennoch ist es angesichts der rund 15 Prozent der Bevölkerung, die aus unterschiedlichen Gründen noch immer nicht auf die Barzahlung verzichten wollen oder können, wichtig, dass ein gewisses Level an Bargeld für Geldtransaktionen – Geldausgabe, Geldwechsel, Geldeinzahlung – erhalten bleibt. Beim Geldabheben gibt es als Notlösung wie schon vor zehn Jahren die Cashback-Möglichkeit, unter anderem an Supermarktkassen („Bargeld 2 Go"), allerdings nur für einen beschränkten Betrag.

Es ist eine schöne neue Welt.

Hannah Bruckner
(Analyst, Business Development bei Mastercard Österreich)

Christian Schicker
(Director of Business Development bei Mastercard Österreich)

Innovation im Handel durch digitale Zahlungen

Wirft man einen Blick auf die ländlichen Regionen Österreichs, so stellt man fest, dass es mittlerweile mehr als 600 Dörfer ohne Nahversorger gibt. Zu viele, wenn man bedenkt, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ein Grundbedürfnis der Menschen ist. Doch gerade in ländlichen Gebieten wird die Versorgung mit diesen Gütern aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen immer schwieriger. Mit der österreichischen UNIGruppe (vormals Unimarkt Gruppe) hat Mastercard einen Partner gefunden, der großen Wert auf die Sicherung der Nahversorgung im ländlichen Raum legt und sich dieses Themas annimmt.

Nachdem Unimarkt bereits 2015 als erster österreichischer Lebensmittelhändler eine flächendeckende Online-Vollversorgung mit Hauszustellung realisiert hatte, übernahm das Unternehmen sechs Jahre später auch in der Vor-Ort-Versorgung eine Vorreiterrolle: **Die neu entwickelte UNIBox bietet eine umfassende und kompetente Nahversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs auf einer Verkaufsfläche zwischen 36 und 80 Quadratmetern an 365 Tagen im Jahr und kommt ohne MitarbeiterInnen aus.** Das Selbstbedienungskonzept des Digitalisierungsunternehmens Syreta aus Wels ermöglicht den KundInnen den Zutritt per Bankomat- bzw. Kreditkarte oder durch die Registrierung in der dafür vorgesehenen Händler-App. Auch den Einkauf kann man im Alleingang durch einfaches Scannen und Bezahlen per App auf dem Smartphone oder an einem Zahlterminal im Markt erledigen. Eine tragende und unterstützende Rolle hat dabei die Debit Mastercard, eine neue Bankomatkarte mit E-Commerce-Funktion, die bereits über acht Millionen ÖsterreicherInnen in der Geldtasche oder am Handy mit sich tragen.

Mit der Eröffnung der vierten UNIBox startete eine exklusive Kooperation mit Mastercard. Mastercard Österreich wurde nicht nur Preferred Payment Partner des innovativen Konzepts, sondern stellt im Rahmen der Partnerschaft auch geschultes Personal an den neu eröffneten UNIBoxen zur Verfügung, um bei diesem neuartigen Einkaufserlebnis zu unterstützen. So können am Eröffnungstag und noch einige Tage darüber hinaus KundInnen vor Ort durch den Prozess geführt werden – vom Download der App über den digitalen Zugang zur UNIBox und den Self-Scanning-Vorgang der Waren bis hin zur Bezahlung entweder mit der in der App hinterlegten Karte oder direkt und kontaktlos am Zahlterminal.

Abgesehen von bürokratischen Hürden gibt es bei der UNIBox keine geografischen Einschränkungen, sodass aufgrund der flexiblen Einsatzmöglichkeiten Standorte in ganz Österreich möglich sind. Zusätzlich zu den 16 bereits bestehenden Boxen sollen noch weitere eröffnet werden.

Der nächste Schritt ist nun die Umfunktionierung der unter dem Dach der UNIGruppe agierenden Lebensmittelkette Nah & Frisch zu Smart Stores mit Sonntags- und Spätöffnungszeiten. So eröffnete im September 2022 in Gaflenz der erste Hybrid-Store „Lenz", der ebenfalls die Technologie von Syreta nutzt und dadurch nicht nur bemannt, sondern auch unbemannt betrieben werden kann. Wie auch bei der UNIBox erhalten KundInnen per Bankomat- oder Kreditkarte Zutritt zum Store und können auf einer Verkaufsfläche von 200 Quadratmetern so auch außerhalb der Bedienungszeiten, zum Beispiel sonntagvormittags, einkaufen.[2]

Auch wenn die ÖsterreicherInnen neue, bahnbrechende Geschäftsmodelle oft kritisch prüfen, bevor sie diese annehmen, ist man bei der UNIGruppe zuversichtlich, dass diese Initiativen Zukunft haben, und plant, sie weiter auszubauen. Denn sie sorgen dafür, dass die Nahversorgung in strukturschwachen Gegenden Österreichs gesichert und die Kaufkraft im Ort belassen wird, zusätzliche Fahrten mit Kraftfahrzeugen in teilweise weit entfernte Geschäfte vermieden und die Menschen an viele Vorteile der Digitalisierung gewöhnt werden.

Die neu entwickelte UNIBox bietet eine umfassende und kompetente Nahversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs auf einer Verkaufsfläche zwischen 36 und 80 Quadratmetern an 365 Tagen im Jahr und kommt ohne MitarbeiterInnen aus.

[2]Vgl. Der „Lenz" ist da. Hybrider Smart Store im Alpenvorland, stores + shops, 23. September 2022, www.stores-shops.de/konzept/store-konzepte/der-lenz-ist-da-hybrider-smart-store-im-alpenvorland.

Walter Leiss
(Generalsekretär des Österreichischen Gemeindebundes)

interview mit Walter Leiss

Einsatz von Technologie im ländlichen Raum Österreichs

DIE ROLLE DER TECHNOLOGIE BEI DER BEWÄLTIGUNG LÄNDLICHER HERAUSFORDERUNGEN

Was sind Ihrer Meinung nach die größten sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen, denen der ländliche Raum in Österreich derzeit gegenübersteht?

Österreich steht vor der Situation eines stetigen Bevölkerungszuwachses – wir haben im vergangenen Jahr die Neun-Millionen-Einwohner-Grenze überschritten. Einerseits haben wir es mit einem Zuwachs durch Zuwanderung zu tun, andererseits gibt es auch eine entsprechende Binnenwanderung in unserem Land. Wir beobachten dabei sowohl eine Abwanderung in die städtischen Zentren als auch eine Bewegung zurück aufs Land, insbesondere seit dem Ausbruch der Pandemie. Immer mehr Menschen ziehen es vor, in ländlichen Räumen zu leben. Damit das auch funktionieren kann, braucht es gleichwertige Lebensbedingungen für Stadt und Land, inklusive der infrastrukturellen Voraussetzungen. Letzteres wird zunehmend zu einem entscheidenden Standortkriterium für die Gemeinden. Das beginnt beim Kindergarten, geht weiter zu den Schulen und reicht bis zur medizinischen Versorgung, zu lokalen und regionalen Dienstleistungen und Einkaufsmöglichkeiten. Diese Voraussetzungen auch tatsächlich zu schaffen, darin liegt sicher die größte Herausforderung für die ländlichen Räume.

Wie sehen Sie die Rolle der Technologie und Digitalisierung? Könnte die Technologie helfen?

Die Herausforderungen des ländlichen Raums liegen natürlich auch im Bereich der Infrastruktur der Straßen und im öffentlichen Verkehr, beides wurde in den vergangenen Jahrzehnten sukzessive ausgedünnt. Dort, wo es gelungen ist, Hauptverkehrsachsen zu errichten, sei es mit der Bahn oder auch mit Autobahnen, entstehen innerhalb eines Radius von 30 bis 40 Kilometern natürlich neue attraktive Räume, weil hier die Anbindung an das hochrangige Verkehrsnetz gegeben ist. Das gilt für Arbeitsplätze und damit Betriebe, die sich ansiedeln, aber genauso für die Errichtung von Wohnsiedlungen. Uns ist aber durchaus bewusst, dass nicht in jede Region eine Autobahn gebaut werden kann. Und da stellt sich die Frage: Wie kann man das ersetzen? Hier sehen wir in neuen Technologien eine sehr gute Alternative. Allerdings setzt die Anwendung dieser Technologien eine entsprechende Grundausstattung voraus, konkret Breitband und 5G. Mit dem Einsatz dieser Technologien kann man sich viele Wege ersparen, es können vielfach Dienstleistungen unabhängig vom Standort erbracht werden, und das sehen wir als sehr große Chance für den ländlichen Raum. Darüber hinaus ergeben sich durch Home-Office, Dorf-Office, Coworking Spaces etc. Möglichkeiten für Unternehmungen und Start-ups, für die es vielfach egal ist, ob sie in den Zentren sitzen oder irgendwo auf dem weiten, breiten Land, da sie ohnehin über das Netz mit der Welt verbunden sind.

Wo sehen Sie den größten Bedarf an Digitalisierung in den ländlichen Räumen?

Man kann Österreich in drei Kategorien einteilen. Da sind einmal die urbanen und semiurbanen Zentren, wo der Markt, das heißt die Marktteilnehmer, privatwirtschaftlich geführte Unternehmen, die Infrastruktur bereitstellen und oft nebeneinander derartige Infrastrukturen errichten, weil dort die entsprechenden Kunden zu Hause sind und auch der Wettbewerb funktioniert. Das zweite Drittel bilden dann die Kreise um diese Zentren, die vielleicht in den letzten Jahren nicht optimal gefördert wurden, aber nun durch entsprechende Fördermittel gezielt versorgt werden können. Es bleibt aber noch immer ein Drittel von sogenannten weißen Flecken, wo sich der Ausbau selbst mit entsprechender Förderung kurzfristig marktwirtschaftlich nicht rechnet. Hier wird es Privatinitiativen brauchen, die nicht auf einen schnellen Return on Investment aus sind, sondern langfristig investieren wollen.

„Purchase with Cashback"-Programm

Welche Rolle können digitale Zahlungen bei der Digitalisierung des ländlichen Raums spielen?

Hier geht es um mehrere Aspekte. Der digitale Zahlungsverkehr hat in der Vergangenheit natürlich stark zugenommen, egal ob im Bereich des Versandhandels, bei Reisebuchungen oder anderen internetbasierten Zahlungen. Fakt ist, diese Form der Bezahlung steigt und steigt und hat sich nicht zuletzt auch in der Pandemie weiter verstärkt. Dessen ungeachtet denke ich, dass auch das Bargeld nach wie vor eine Rolle spielen wird, sicherlich auch noch verstärkter in den ländlichen Räumen, weil hier die Infrastruktur noch nicht so ausgebaut ist und auch der aufgrund der älteren Bevölkerungsstruktur. Die Jungen wachsen eigentlich nur mehr mit Plastikkarte auf und glauben, das ist Bargeld. Viele ältere Personen können damit aber noch nicht sehr viel anfangen und verwenden lieber Bargeld. Und da stellt sich die Frage: Wie komme ich künftig zu Bargeld? Ganz zu schweigen von Blackout-Situationen etc., wo man auf Bargeld angewiesen sein wird. **Aus diesem Grund schätzen wir das „Purchase with Cashback"-Programm von Mastercard sehr, das es den Verbrauchern ermöglicht, nicht nur elektronisch zu bezahlen, sondern auch Bargeld abzuheben, wenn sie ihre Lieblingsgeschäfte und Supermärkte besuchen.** Das ist ein wichtiger Dienst für Österreich.

Sollte es mehr Aufklärung über digitale Zahlungen geben?

Es ist sicherlich notwendig, den Mitbürgern die vielfältigen Möglichkeiten näherzubringen. Für die jungen Generationen wird das kein Thema mehr sein, die wachsen damit auf, haben schon als Kinder ihr eigenes Konto, ihre eigene Karte, die kennen eigentlich nichts anderes mehr. Für die ältere Generation wird das aber eine große Hürde sein, weil hier eine gewisse Grundskepsis vorhanden ist, die man auch mit entsprechender Aufklärung nur bedingt wird lösen können. Es ist auch eine Frage der Mentalität und der Wahrnehmung in Österreich, die sich nicht so leicht ändern lassen, daher gibt es definitiv Raum für Verbesserungen. Sowohl der private als auch der öffentliche Sektor müssen bei der Bildung der Bevölkerung eine Rolle spielen.

Hannah Bruckner
(Analyst, Business Development bei Mastercard Österreich)

Christian Schicker
(Director of Business Development bei Mastercard Österreich)

Zugang zu Bargeld durch einfache und bequeme Behebung im Handel

Auch wenn die Anzahl der Bankomaten in den letzten Jahren leicht zugenommen hat, ist der Zugang zu Bargeld in vielen Regionen Österreichs schwieriger geworden, da die Bargeldnutzung zurückgeht und die Wartung von Geldautomaten kostspielig ist. Gleichzeitig müssen neue und nachhaltige Wege gefunden werden, um den KundInnen, die Bargeld weiterhin als Zahlungsoption bevorzugen, die Bargeldbehebung zu ermöglichen. Daher hat Mastercard schon 2016 ein neues Produkt eingeführt, um den Zugang zu Bargeld zu verbessern.

Während immer mehr Bankomaten auf dem Land verschwinden, weil die dazugehörigen Bankfilialen schließen, werden in der Stadt und an hochfrequenten Plätzen neue Geräte aufgestellt. Betrieben werden sie großteils von Anbietern, die pro Behebung eine Gebühr von den KarteninhaberInnen erheben. Somit wird der Bezug von Bargeld am Bankomaten für Menschen in ländlichen Regionen zunehmend schwieriger und ist für die BewohnerInnen des urbanen Raums mehr und mehr mit Kosten verbunden.

Eine Lösung bietet der sogenannte „Bargeld-Service" („Purchase with Cashback") von Mastercard, der es KundInnen ermöglicht, bei ausgewählten HändlerInnen mit ihrer Debitkarte einzukaufen und gleichzeitig Geld an der Kassa abzuheben. Im Mittelpunkt steht dabei die Vereinfachung für die KundInnen. Eine Studie der Wirtschaftsuniversität Wien hat ergeben, dass die ÖsterreicherInnen im Durchschnitt rund neun Stunden pro Jahr für Bargeldbehebungen aufwenden. Mit dieser Cashback-Initiative ist es nun nicht mehr notwendig, den nächsten Bankomaten oder die nächste Bankfiliale zu suchen, denn man kann den gewünschten Betrag einfach beim Einkaufen am Point of Sale abheben. In Österreich wird der Service unter anderem bei Billa, Billa Plus, Bipa, Penny Markt, Hofer, Lidl, MPreis, Unimarkt, dm, denn's, C&A, MediaMarkt, Zgonc und ab Jänner 2023 auch an allen teilnehmenden Eni-Tankstellen angeboten und ist damit im gesamten Markt verfügbar.

Eine Lösung bietet der sogenannte „Bargeld-Service" („Purchase with Cashback") von Mastercard, der es KundInnen ermöglicht, bei ausgewählten HändlerInnen mit ihrer Debitkarte einzukaufen und gleichzeitig Geld an der Kassa abzuheben.

Diese Mastercard-Initiative soll kein Ersatz für Geldautomaten sein, sondern die Zahl der Stellen, an denen die Menschen Zugang zu Bargeld haben, erweitern. Sie ist eine wertvolle Ergänzung vor allem für die ländlichen Regionen und kommt sowohl den KonsumentInnen als auch den lokalen Unternehmen zugute. Denn durch die Nutzung der Technologie bieten lokale Geschäfte und Unternehmen nicht nur einen zusätzlichen Service für ihre KundInnen, sie erzielen durch den mit der Behebung verbundenen Einkauf auch einen zusätzlichen Umsatz und der Ort profitiert durch die dort verbleibende Kaufkraft.

Der Service funktioniert ganz einfach: Die KundInnen müssen an der Kassa angeben, dass sie den Service nutzen wollen, und den Betrag nennen, den sie abheben möchten. Voraussetzung für die Bargeldauszahlung ist der Kauf eines Artikels, wobei es keinen Mindestkaufwert gibt. Die Auszahlung kann bis zu 200 Euro betragen, sie wird wie der Kaufbetrag vom Debitkartenkonto abgebucht und auf der Rechnung separat ausgewiesen. Ein zusätzlicher Vorteil für die KundInnen ist, dass für diesen Vorgang keinerlei Gebühren anfallen.

Seit der Einführung des Bargeld-Services ist die Nutzung bei den teilnehmenden HändlerInnen kontinuierlich gestiegen. Mit der Unterstützung österreichweiter Kampagnen – sowohl händlerunabhängig als auch in Zusammenarbeit mit bestimmten HändlerInnen – wird der Service pro Jahr ca. drei Millionen Mal von den KundInnen in Anspruch genommen, Tendenz stark steigend (Stand September 2022).

Petia Niederländer
(Direktorin der Hauptabteilung Zahlungsverkehr, Risikoüberwachung und Finanzbildung der Oesterreichischen Nationalbank)

Markus Lach
(Abteilung Finanzbildung der Oesterreichischen Nationalbank)

Navigieren im digitalen Finanzzeitalter

DIGITALE FINANZBILDUNG ALS SCHLÜSSEL ZUM FINANZIELLEN WOHLSTAND

Die Digitalisierung der Finanzbranche hat in den letzten Jahren deutlich an Geschwindigkeit gewonnen. In einer Zeit, in der digitale Angebote von immer breiteren Bevölkerungsschichten genutzt werden, ist es besonders wichtig, über die notwendigen Fähigkeiten zu verfügen, um mit den Innovationen Schritt zu halten.

Die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) hat die Bedeutung dieses Themas frühzeitig erkannt und unter anderem in diesem Zusammenhang im Oktober 2022 gemeinsam mit dem International Network on Financial Education der OECD eine internationale Konferenz mit zahlreichen renommierten Experten abgehalten. Nur wer über die notwendigen Kompetenzen verfügt, kann selbstbestimmt fundierte finanzielle Entscheidungen treffen und sich im Umgang mit digitalen Finanzprodukten sicher fühlen. Deshalb ist es essenziell, Design und Implikationen von Finanzprodukten verstehen zu können, Online-Plattformen auf ihre Seriosität zu überprüfen und gegebenenfalls digitale Zahlungsmittel zum persönlichen Vorteil verwenden zu können. Dabei stellen sich oft Fragen wie: Wie behalte ich den Überblick über mein digitales Finanzleben, wie unterscheide ich seriöse von unseriösen Finanzdienstleistern und wie schütze ich meine persönlichen Daten? Digitale Finanzbildung hat den Anspruch, auf diese Fragen die passenden Antworten zu liefern.

PANDEMIE BEEINFLUSST INVESTITIONSVERHALTEN UND ZAHLUNGSMORAL

Die Covid-19-Pandemie hat die Nutzung und Akzeptanz digitaler Zahlungsmethoden vorangetrieben. Die Ergebnisse einer aktuellen OeNB-Umfrage zeigen, dass Bargeld weiterhin das beliebteste Zahlungsmittel der Österreicher:innen ist. Vor allem zu Beginn der Pandemie wurden jedoch digitale Bezahlmethoden verstärkt genutzt. Die Zahl der Transaktionen mit Debit- und Kreditkarten, einschließlich NFC, stieg ebenso wie die Nutzung von Zahlungen mit Smartphones und Wearables. Das unterstreicht die Dringlichkeit, Jugendliche und Erwachsene nicht nur über den Umgang mit Bargeld und über dessen Verwaltung, sondern auch über die individuell passende Wahl sowie die sichere Nutzung der verschiedenen Zahlungs- und Überweisungsmethoden aufzuklären.

Darüber hinaus ist aktuell auch eine Veränderung im Anlageverhalten zu beobachten. Laut der österreichischen Finanzmarktaufsicht hat der Kapitalmarkt seit Beginn der Pandemie einen hohen Zulauf erfahren. Erfreulich ist, dass sich trotz der historisch niedrigen Kapitalmarktbeteiligung in Österreich langfristige und nachhaltige Anlageformen zunehmend größerer Beliebtheit erfreuen. Neben ETFs und nachhaltigen Investments werden jedoch auch verstärkt Bitcoin und ähnliche Kryptoanlagen nachgefragt. Besonders stark ist die Nachfrage in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen und der 25- bis 39-Jährigen gestiegen, was eine Stärkung der Fähigkeiten zur Risikoeinschätzung erforderlich macht. Anlegerinnen und Anleger müssen sich bewusst sein, dass Bitcoin und ähnliche Kryptoanlagen keine adäquate Form der Altersvorsorge darstellen, sondern dem Bereich spekulativer Anlagenformen zuzuordnen sind und ein hohes Verlustrisiko in sich tragen.

FINANZINNOVATIONEN SCHAFFEN NEUE MÖGLICHKEITEN

Vor etwa 20 Jahren lag der Zugang zu digitalen Finanzprodukten oft in den Händen von Experten. Heute ist es hingegen möglich, auch ohne das Heranziehen eines Bankberaters aus einer breiten Palette digitaler Finanzprodukte zu wählen. Vielmehr treffen viele Jugendliche ihre finanziellen Entscheidungen unter Berücksichtigung von Influencer-Empfehlungen. Diese neue Form der Bewerbung von Finanzprodukten und der Wahl der Kommunikationskanäle hat neue Zielgruppen erschlossen. Das steigende Interesse junger Menschen an Finanzthemen ist erfreulich und begrüßenswert. Gleichzeitig ist es aber entscheidend, Empfehlungen kritisch zu reflektieren, mögliche Motive hinter Empfehlungen einzuordnen sowie die erforderlichen Kompetenzen zu besitzen, um die beste Finanzentscheidung treffen zu können.

Junge Menschen haben eine hohe digitale Affinität, stehen digitalen Finanzprodukten wie Bitcoin und ähnliche Kryptoanlagen offener gegenüber und bevorzugen Online-Broker sowie Trading-Apps. Dabei sollte man nicht nur über **Gebühren** und Provisionen Bescheid wissen, sondern sich vorab intensiv mit seinen Investitionsentscheidungen auseinandersetzen und eine Bewertung der potenziellen Risiken vornehmen. Um gute und solide Finanzentscheidungen treffen zu können, ist es daher notwendig, schon in jungen Jahren ein Bewusstsein für gute finanzielle Gewohnheiten („financial habits") zu entwickeln. Dies verschafft Jugendlichen einen Startvorteil und hilft langfristig klügere finanzielle Entscheidungen zu treffen. Wir als OeNB versuchen diese Fähigkeiten und Gewohnheiten frühzeitig durch maßgeschneiderte digitale Finanzbildungsangebote zu fördern.

Junge Menschen haben eine hohe digitale Affinität, stehen digitalen Finanzprodukten wie Bitcoin und ähnliche Kryptoanlagen offener gegenüber und bevorzugen Online-Broker sowie Trading-Apps.

Im digitalen Zeitalter ist es so einfach wie nie zuvor, mithilfe digitaler Tools den Überblick über sein eigenes Geldleben zu behalten. Die OeNB hat mit „m€ins" eine kostenlose Web-Applikation entwickelt, die bei der Verwaltung der eigenen Einnahmen und Ausgaben hilft. Zudem bieten wir als Zentralbank zielgruppenorientierte Workshops in einfacher Sprache an, um uns mit jungen Menschen über digitale Innovationen, Zahlungsformen und Anlagemöglichkeiten auszutauschen. Das Ziel ist es, junge Menschen zu ermächtigen, anhand von objektiven Informationen gute finanzielle Entscheidungen zu treffen. Darüber hinaus wird im Rahmen der nationalen Finanzbildungsstrategie daran gearbeitet, bis zur ersten Hälfte des Jahres 2024 ein umfassendes Finanzbildungsportal zu entwickeln. Damit soll für alle Bürgerinnen und Bürger auf der Grundlage von Lebensphasen und „teachable moments" ein umfassendes Finanzbildungsangebot bereitgestellt werden. Dieses adressiert insbesondere auch junge Erwachsene, ältere Menschen sowie Frauen und Menschen mit Migrationshintergrund.

NACHTEILE VON FINANZINNOVATIONEN UND PRODUKTVIELFALT

Die Digitalisierung hat viele Vorteile gebracht. Das Angebot hat sich vervielfacht, der Zugang zu digitalen Zahlungs- und Handelsplattformen ist einfacher geworden und Vergleichswebsites bieten die Möglichkeit, Gebühren und Kosten gegenüberzustellen. Andererseits ist es mit zunehmender Produktvielfalt auch schwieriger geworden, mit den Innovationen im Finanzsektor Schritt zu halten und zwischen seriösen und unseriösen Anbietern zu unterscheiden.

Junge Männer sind tendenziell risikofreudiger als junge Frauen, wenn es um Investitionsentscheidungen geht. Generell entspricht die Selbsteinschätzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen oft nicht den tatsächlichen Finanzkompetenzen, was ihre Anfälligkeit für unseriöse Finanzangebote erhöht.

Daher beobachten wir die Zunahme der digitalen Zahlungsmethode „buy now, pay later" (BNPL), einer leicht zugänglichen Form des Verbraucherkredits, sehr kritisch. Angebote für Ratenzahlungen können sehr verlockend sein. Deshalb empfiehlt es sich stets, sich die folgenden Fragen vor Augen zu führen: Ist die Anschaffung ein Bedürfnis oder im Grunde gar nicht zwingend notwendig? Wie hoch ist der für die Anschaffung zu zahlende Zinssatz? Und kann ich den Konsumentenkredit mit dem bestehenden Einkommen zurückzahlen? Ein bewusster Umgang mit Geld und die Vermeidung von Verschuldung spielen auch im digitalen Leben eine wichtige Rolle.

Mit fundiertem Wissen, der richtigen Einstellung zum Umgang mit Geld sowie einer adäquaten Nutzung digitaler Finanzprodukte können digitale Innovationen das persönliche Finanzleben bereichern, Zeit sparen und das finanzielle Wohlbefinden nachhaltig steigern.[3]

[3]Die in diesem Beitrag geäußerten Ansichten stellen die persönliche Meinung der Autoren dar und spiegeln nicht notwendigerweise die Position der Oesterreichischen Nationalbank oder des Eurosystems wider. Wir danken Marilies Jelovsek, Sandra Mauser und Stefan Humer für wertvolle Kommentare.

Franz Rudorfer
(Geschäftsführer der Bundessparte Bank und Versicherung der Wirtschaftskammer Österreich)

Digitale Innovation im Bankwesen

DIE BEDEUTUNG VON BANK- UND FINANZDIENSTLEISTUNGEN FÜR DIE WIRTSCHAFT

Inwiefern trägt der Bankensektor zur Gesundheit der österreichischen Wirtschaft bei?

Banken haben von Anfang an eine wesentliche Rolle bei der gewaltigen Herausforderung, die Folgen der Pandemie einzugrenzen, gespielt, sei es durch die Unterstützung von Unternehmen bei der Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen oder der Abwicklung der von der öffentlichen Hand geschaffenen Garantieinstrumente. Im Zahlungsverkehr erwies sich die von allen Bereichen mitgetragene Anhebung des Limits für kontaktlose Zahlungen auf 50 Euro zur Reduktion des Ansteckungsrisikos als nützlich.

Auch bei der Klimatransformation sind die österreichischen Banken ein nicht wegzudenkender Teil der Lösung. Die Klimatransformation erfordert gewaltige Investitionen die nur gemeinsam von der öffentlichen Hand, der Kreditfinanzierung und last, but not least einem leistungsstarken Kapitalmarkt gestemmt werden können. Gerade hier gibt es in Österreich besonders viel zu tun.

Mit innovativen digitalen Produkten und Dienstleistungen tragen Österreichs Institute ferner dazu bei, Digitalisierung auch im finanziellen Umfeld zu leben.

60 Prozent der Bevölkerung gehen gar nicht mehr in eine Filiale, nur noch knapp 10 Prozent erledigen alle Bankgeschäfte physisch in der Filiale.

Was sind die wichtigsten Trends, die Sie im österreichischen Bankensektor beobachten?

Wir sehen drei Haupttrends: ökologischer Wandel, ökologischer Wandel und nochmals ökologischer Wandel.

Dazu kommt natürlich die Digitalisierung, das ist eine ständige und kostenintensive Challenge. **60 Prozent der Bevölkerung gehen gar nicht mehr in eine Filiale, nur noch knapp 10 Prozent erledigen alle Bankgeschäfte physisch in der Filiale.** Hier geht es auch darum, das wertvollste Asset, das Vertrauen und den Kontakt zu den KundInnen, zu bewahren und zu schützen. Cybersicherheit und Co. sind hier das Gebot der Stunde. Die Regulierung muss hier für gleiche Wettbewerbsbedingungen und gleiche Regeln für alle sorgen. Die Gegenseitigkeit von Regulierung für Banken und andere Anbieter gleichermaßen, etwa am Beispiel des Open Banking, ist essenziell. Ein weiteres Beispiel ist der Datenschutz – nicht alle gehen hier so sorgfältig mit dem Vertrauen der KundInnen um wie Banken.

Was sind die wichtigsten Herausforderungen für den Bankensektor und wie kann er zu ihrer Bewältigung beitragen?

Ich sehe viele Herausforderungen. Die multiplen Krisen machen es für Banken nicht einfacher, ihrer Kernaufgabe, der Finanzierung von Investitionen von Betrieben und Privaten, nachzukommen. Wir sehen das aktuell bei der Finanzierung des Bedürfnisses nach den eigenen vier Wänden.

Doch in allen Krisen wie zum Beispiel der Pandemie oder dem Krieg in der Ukraine gilt: Die österreichischen Kreditinstitute stehen als Partner unterstützend an der Seite ihrer KundInnen, sei es mit Kreditmoratorien, die von der ersten Stunde an freiwillig von den österreichischen Banken angeboten wurden, sei es bei der Handhabung des Sanktionsregimes oder bei der Digitalisierung. Mit ihren hochqualifizierten und gut ausgebildeten MitarbeiterInnen tragen Österreichs Banken dazu bei, dass wir zuversichtlich in eine nachhaltige Zukunft blicken können.

Ertan Piskin
(Leiter Retail Products & Services der Erste Bank der Österreichischen Sparkassen)

interview mit Ertan Piskin

Trends und Herausforderungen der Innovation und Digitalisierung

Wie beurteilen Sie allgemein den Digitalisierungsgrad des österreichischen Bankensektors, auch im Vergleich zu anderen EU-Mitgliedstaaten?

Die Digitalisierung hat sich während der Covid-Pandemie weiterentwickelt und ich glaube, dass Österreich einen recht hohen Digitalisierungsgrad hat, der beispielsweise auch jenen von Deutschland übertrifft. Dennoch liegen wir immer noch hinter einigen fortschrittlicheren Ländern, wie zum Beispiel Tschechien oder den nordischen Staaten. Bei der Digitalisierung geht es nicht nur um den Zugang zu Internet und Zahlungsverkehr, sondern um die gesamte Wirtschaft, einschließlich des öffentlichen Dienstes, der elektronischen Identität sowie des Zugangs zu Daten. Zudem wird eine gute Zusammenarbeit und Partnerschaft zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor immer wichtiger. Diese Partnerschaft ist einer der Gründe dafür, dass einige Länder Österreich in ihrem Digitalisierungsgrad voraus sind. In Österreich hat die Regierung beschlossen, die elektronische Identität ohne den privaten Sektor einzuführen. Ich halte das für einen Fehler. Wir haben Jahrzehnte gebraucht, um zwei Drittel unserer Kunden zum Online-Banking und 50 Prozent der Bevölkerung zur Kartennutzung zu bewegen. Wenn wir den Prozess der Digitalisierung beschleunigen wollen, müssen wir bessere Partnerschaften mit dem öffentlichen Sektor eingehen. Das Vertrauen der Bevölkerung hinsichtlich Datensammlung und Datenverwendung ist hier erfolgsentscheidend.

Bei der Digitalisierung im Bankgeschäft ist die Erste Group gut positioniert. Wir haben unsere App „George" eingeführt und alle notwendigen Investitionen und Entwicklungen getätigt, um unsere KundInnen in einem zunehmend digitalen Umfeld zu unterstützen und die Erwartungen unserer KundInnen an uns zu erfüllen. Der österreichische Bankensektor als Ganzes hat auch gute Arbeit bei der Einführung von Produkten und Dienstleistungen wie zum Beispiel der Debit Mastercard und Apple Pay geleistet, die den E-Commerce und digitale Zahlungen erleichtern können. Die Pandemie hat die Einstellung vieler Händler verändert, sie sind nun offener für digitale Zahlungen, doch Bargeld ist in Österreich immer noch wichtig und wird es auch in absehbarer Zukunft bleiben. Es geht nicht um die Abschaffung des Bargelds, sondern um Angebote an Personengruppen, die moderne digitale Anwendungen erwarten.

Wie beurteilen Sie den aktuellen Stand des Open Banking in Österreich? Sollte es einen Übergang zu Open Finance und später auch zu Open Data geben?

Ich denke, dass Open Banking überbewertet wird, jedenfalls für Endverbraucher. Wir haben es für unsere Kunden möglich gemacht, aber es wird kaum genutzt. Das ist kein Problem der Technologie oder der Regulierung, sondern ein Problem der Verbrauchernachfrage. Und auch die VerbraucherInnen müssen noch viel lernen, bis sie verstehen, was Open Banking ist und welchen Nutzen es ihnen überhaupt in der Praxis für ihre Bankgeschäfte bringt oder bringen kann.

Etwas anderes ist die Nutzung von Open Banking durch die Bank zum Vorteil der Kunden, wie zum Beispiel bei einem Kontowechsel oder bei der Kreditvergabe.

Ich bin mir nicht sicher, wie es da weitergeht und was hier die nächsten Schritte sein können.

Sind Fintechs und Neobanken eine Bedrohung und wie können traditionelle Banken am besten mit ihnen konkurrieren?

Der Wettbewerb, den Fintechs geschaffen haben, schien anfangs eine Bedrohung zu sein, doch im Nachhinein betrachtet hat dieser uns sehr geholfen. Er zwang uns und alle Banken, innovativ zu sein und unsere Produkte und Dienstleistungen benutzerfreundlicher und intuitiver bedienbar zu gestalten. Ich denke, wir haben gut auf diese Herausforderung und auf die Anforderungen und Erwartungen unserer KundInnen reagiert. Bei ein paar Themen haben wir noch zu tun, aber das werden wir noch aufholen. Dafür können wir alle unsere Kunden ins moderne Banking mitnehmen und nicht nur jene, die die Anwendungen der Fintechs verstehen und damit umgehen können.

Was ich als größere Bedrohung ansehe, sind die Big Techs wie die GAFA-Unternehmen. Sie schaffen ganze Universen und Ökosysteme, in denen sie eine breite Palette von Verbraucherbedürfnissen abdecken, und auch Finanzdienstleistungen werden ein Teil davon sein. Ich fürchte vor allem eine Fusion zwischen einem Big Tech und einer Neobank wie beispielsweise Apple und N26. Apple hat die Marke und die Journey, N26 hat die Lizenzen in allen europäischen Ländern. Die traditionellen Banken stehen wieder unter großem Druck, innovativ zu sein und auf diese Herausforderung zu reagieren – und das mit einem anderen Kostenkonstrukt. Was in diesem Wettbewerb entscheidend sein wird, sind die Dienstleistungen, die wir unseren KundInnen anbieten können, wie zum Beispiel Beratung, eine erstklassige 24/7-Hotline, die qualitativ hochwertigen Support und Hilfestellung zu jeder Zeit bietet. Ein weiteres wichtiges Element des Wettbewerbs wird die Fähigkeit der Banken sein, neue Geschäftsmodelle und völlig neue Produkte zu entwickeln, die den Kunden Möglichkeiten eröffnen, an die sie jetzt noch gar nicht denken. Deshalb ist eine gute Zusammenarbeit zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor bei Projekten wie der elektronischen Identität entscheidend.

Schließlich ist auch das regulatorische Umfeld nur teilweise hilfreich. Es gibt zu viele große Projekte, die den Banken enorme Investitionen abverlangen, die zu wenig echten Kundenmehrwert bieten.

Wir wünschen uns von den Regulierungsbehörden die gleichen rechtlichen Voraussetzungen, mehr Flexibilität und Spielraum für Investitionen in Innovationen, damit wir mit den oben erwähnten Giganten konkurrieren und zusätzlich unseren KundInnen noch den Aspekt der persönlichen Betreuung bieten können. Es geht immer wieder aus der Marktforschung hervor, dass KundInnen moderne Leistungen erwarten, es aber sehr schätzen, eine persönliche Ansprechperson in der Filiale zu haben, der sie vertrauen können.

Welche Rolle spielen elektronische Zahlungen bei der digitalen Strategie einer Bank?

Der Zahlungsverkehr ist im Bankwesen unverzichtbar. Er ist die Grundlage für viele unserer Dienstleistungen. Durch den Zahlungsverkehr verstehen wir unsere Kunden und können ihnen dann Produkte und Dienstleistungen anbieten, die ihren Bedürfnissen am besten entsprechen. Zahlungen sind Teil des täglichen Lebens, es geht nicht ohne.

Elektronische Zahlungen sind auch deshalb wichtig, weil sie transparent sind und den VerbraucherInnen helfen, ihre eigene finanzielle Situation besser zu verstehen, jederzeit nachzuvollziehen und zu verwalten. Die Tatsache, dass sich die Verbraucher in eine Online-Banking-Plattform oder eine Mobile-Banking-App einloggen und die persönliche Transaktionshistorie einsehen können, ist für sie von großem Nutzen. Es hilft ihnen, ihre Ausgaben zu verfolgen und zu planen.

Wenn es um Trends im digitalen Zahlungsverkehr geht, würde ich sagen, dass Zahlungen zunehmend unsichtbar werden. Ob wir nun über E-Commerce, In-App-Zahlungen oder Geschäfte ohne Kassen und Angestellte sprechen – Zahlungen rücken immer mehr in den Hintergrund, sodass das Einkaufen von Waren und Dienstleistungen auf nahtlose Weise im Mittelpunkt stehen kann. Das bedeutet aber auch, dass der Prozess im Hintergrund, der diese unsichtbaren Zahlungen ermöglicht, immer komplexer wird. Unsere Aufgabe ist es daher, diesen Prozess bestmöglich zu organisieren und zu steuern.

Was sind die wichtigsten digitalen Prioritäten für die Erste, speziell im Zahlungsverkehr?

Eine wichtige Priorität ist die elektronische Identität und die Schaffung einer guten Partnerschaft mit dem öffentlichen Sektor, um die bestmögliche Version dieses Dienstes zu schaffen. Eine weitere Priorität für uns ist es, mit Fintechs und insbesondere Big Techs Schritt zu halten, nicht nur im Zahlungsverkehr, sondern in allen Bereichen des Bankwesens. Schließlich müssen wir, wie bereits erwähnt, in der Lage sein, den Prozess, der es ermöglicht, dass Zahlungen unsichtbar werden in dem Sinne, dass ein Einkauf oder eine Bestellung einfach und rasch abgeschlossen werden können, mitzugestalten und zu steuern. Mein Ziel ist es, dass unsere Bank in fünf Jahren immer noch so relevant ist wie heute, klar als Innovationsführer gesehen wird und großes Vertrauen genießt.

Boris Martinovic
(Director of Public Policy bei Mastercard)

Nachhaltiges Österreich

ZAHLUNG IN DER ELEKTROMOBILITÄT – REGULATORISCHE ASPEKTE

Auf dem Weg in eine nachhaltigere Zukunft wird es in der EU zu revolutionären Veränderungen in einigen Schlüsselbereichen von Wirtschaft und Gesellschaft, die maßgeblich zur globalen Erwärmung und Umweltverschmutzung beitragen, kommen. Ein solcher Bereich ist die Mobilität.

Es ist eine bekannte Tatsache, dass unsere derzeitigen Transportmittel und -wege nicht nachhaltig sind. Daher überrascht es nicht, dass die Mobilität eine der wichtigsten Säulen des Green Deal der EU und des damit verbundenen Fit-for-55-Pakets, mit dem die Treibhausgasemissionen bis 2030 um mindestens 55 Prozent gesenkt werden sollen, ist. Um die Umweltverschmutzung und die Emissionen zu reduzieren, setzt die EU stark auf Elektroautos, und die Automobilindustrie scheint dem Rechnung zu tragen, denn immer mehr große Autohersteller kündigen an, Verbrennungsmotoren schrittweise abzuschaffen.

Doch damit Elektroautos zur neuen Norm werden und so bequem sind wie ihre mit fossilen Brennstoffen betriebenen Geschwister, braucht die EU eine weit verbreitete, leicht zugängliche, zuverlässige und schnelle Ladeinfrastruktur, die eine nahtlose Übernahme der Elektromobilität durch die europäischen VerbraucherInnen ermöglicht. Und wenn wir von VerbraucherInnen sprechen, denken wir nicht nur an die technisch versierten, hochgebildeten FahrerInnen der heutigen Elektroautos, sondern an alle FahrerInnen mit den unterschiedlichsten sozialen Hintergründen. Denn sie alle müssen in der Lage sein, Elektroautos zu fahren, sie aufzuladen und für den Ladedienst zu bezahlen. Ja, bezahlen.

Es mag sein, dass die Art und Weise, wie man für das Aufladen seines Fahrzeugs bezahlen kann, nicht das Hauptmerkmal der Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge ist, aber sie ist für eine breite Akzeptanz von Elektroautos von entscheidender Bedeutung. Derzeit bezahlen die VerbraucherInnen mit Token oder mit Guthabenkarten, über eine mobile Anwendung oder durch Scannen eines QR-Codes, mit Bankomat- oder Kreditkarte oder auf andere Weise. Diese Heterogenität der Bezahlsysteme führt zu Reibungsverlusten bei der Elektromobilität, insbesondere bei internationalen Reisen. Wenn man mit einem Elektroauto von Österreich nach Belgien fahren möchte, muss man die Reise sorgfältig planen und sicherstellen, dass man für das Aufladen des Autos auch bezahlen kann. Mit einem herkömmlichen Fahrzeug kann hingegen an jeder Tankstelle einfach mit Bargeld oder Karte bezahlt werden.

Die einzig sinnvolle Lösung wäre, an allen öffentlichen Ladestationen in der EU die Kartenzahlung, vorzugsweise mit kontaktloser Technologie, zu ermöglichen. Die Zahlung mit Karte ist nämlich in den EU-Mitgliedstaaten die am weitesten verbreitete elektronische Zahlungslösung. Wie Statistiken zeigen, hat jeder erwachsene EU-Bürger im Durchschnitt mindestens eine Zahlungskarte in seinem Portemonnaie. **Wenn die flächendeckende Kartenzahlung für das Laden von Elektrofahrzeugen verfügbar wäre, hätten somit fast alle erwachsenen Europäer sofortigen und nahtlosen Zugang zur E-Infrastruktur.**

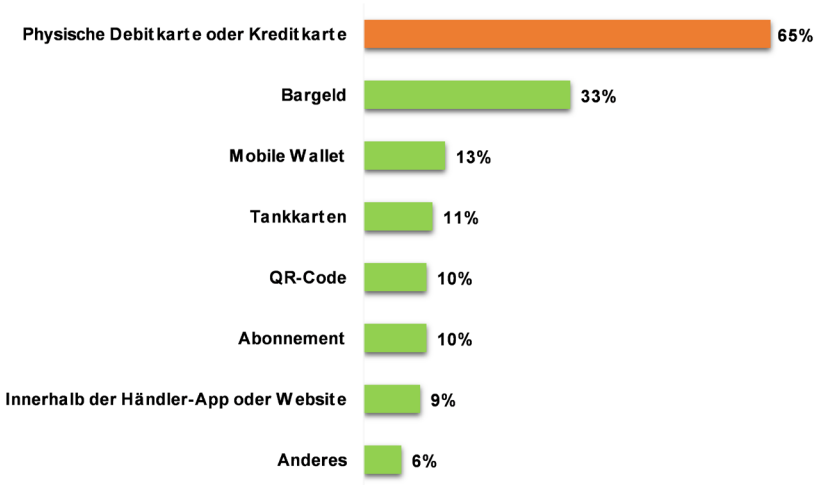
Wenn die flächendeckende Kartenzahlung für das Laden von Elektrofahrzeugen verfügbar wäre, hätten somit fast alle erwachsenen Europäer sofortigen und nahtlosen Zugang zur E-Infrastruktur.

Angesichts der weiten Verbreitung von Karten überrascht es nicht, dass auch die europäischen VerbraucherInnen am liebsten per Karte für ihre Ladevorgänge bezahlen möchten, wie eine Studie aus dem Jahr 2021[4] zeigt.

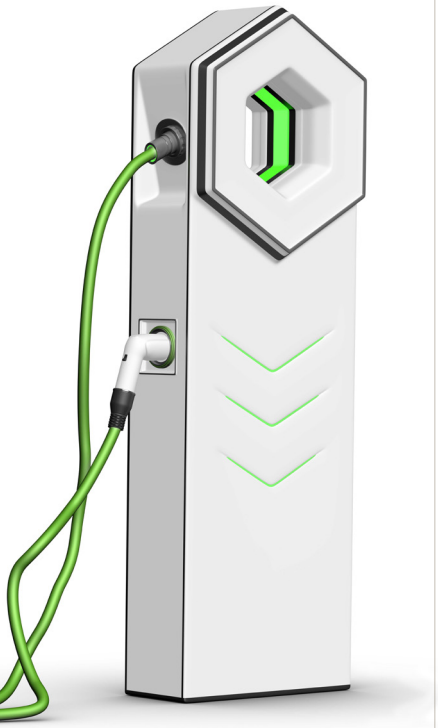
[4]Die quantitative Studie wurde im September 2021 im Auftrag von Mastercard vom Marktforschungsinstitut FTI Consulting durchgeführt. Die Stichprobe umfasste 7489 TeilnehmerInnen aus Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich, Polen, Schweden und Spanien, darunter 1082 Befragte aus Österreich.

Den Ergebnissen der Studie zufolge stimmen 71 Prozent der Befragten zu, dass es eine universelle Zahlungsmethode geben sollte, die an allen Ladestationen in Europa akzeptiert wird, um einen einfachen und nahtlosen Zugang für alle europäischen Bürger zu gewährleisten.

Auf die Frage, womit sie an der Ladesäule am liebsten bezahlen würden, gaben die europäischen VerbraucherInnen eindeutig der Kartenzahlung den Vorzug. Bargeld lag mit großem Abstand an zweiter Stelle, andere Zahlungsarten erhielten deutlich weniger Stimmen.



Im Jahr 2021 legte die Europäische Kommission im Rahmen des Fit-for-55-Pakets einen Verordnungsentwurf vor, wonach für alle öffentlichen Schnellladepunkte (ab 50 Kilowatt) die Möglichkeit der Kartenzahlung vorgeschrieben werden soll. Was die öffentlichen Langsamladepunkte (unter 50 Kilowatt) betrifft, so würde die vorgeschlagene Verordnung den Dienstleistern die Möglichkeit geben, als Mindestanforderung entweder eine Kartenzahlungsmöglichkeit oder eine QR-Code-Zahlungsmöglichkeit anzubieten.



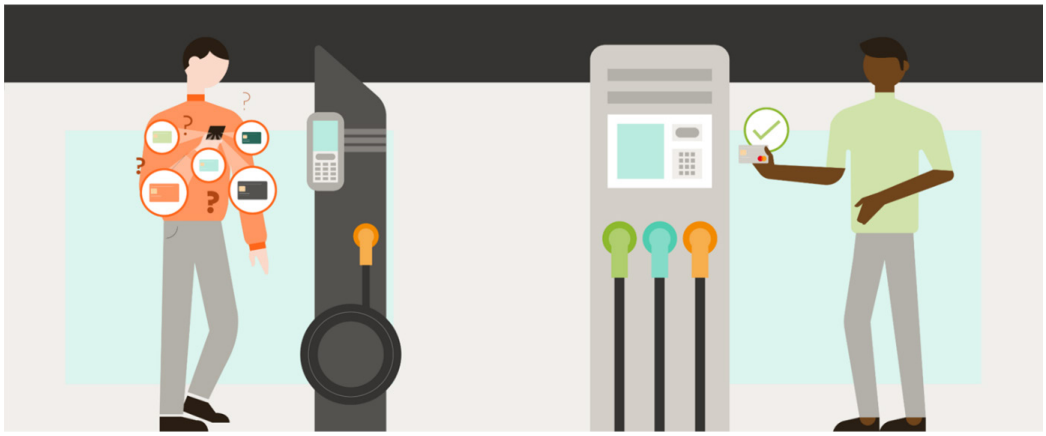
Der Vorschlag der Europäischen Kommission ist eindeutig ein Schritt in die richtige Richtung, vor allem wenn es um Schnellladestationen geht. In Anbetracht der Präferenzen der VerbraucherInnen und der Tatsache, dass QR-Code-Zahlungen in der EU nicht üblich sind, wäre es jedoch ein Fehler, die Kartenzahlungsoption für langsame Ladegeräte nicht vorzuschreiben.

Die Ergebnisse der Studie senden eine klare Botschaft an die politischen EntscheidungsträgerInnen, die Industrie, aber auch an Städte und Gemeinden, die dabei sind, Ladestationen an ihren Straßen aufzustellen: Nur mithilfe von Kartenzahlung können wir hoffen, einen einheitlichen, leicht zugänglichen europäischen Markt für das Laden von Elektrofahrzeugen zu schaffen.

Hannah Bruckner
(Analyst, Business Development bei Mastercard Österreich)

Christian Schicker
(Director of Business Development bei Mastercard Österreich)

Bemühungen und Fortschritte für einheitliches Bezahlen an E-Ladestationen in Österreich



Elektroautos haben in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung erfahren. In Schweden beispielsweise kommen auf jeweils 1000 Einwohner bereits über 20 Elektroautos. Das bedeutet, dass einer von 50 Menschen in Schweden bereits ein Elektroauto besitzt! Im Vergleich dazu sind es in Österreich 10,9 pro 1000 Einwohner, im gesamteuropäischen Durchschnitt sogar nur 6,1.[5]

Doch auch wenn die Zahl hierzulande in diesem Vergleich gering klingt, so hat das Thema auch in Österreich bereits Fahrtwind aufgenommen. Während der Anteil vollelektrischer Pkw an allen Pkw-Neuzulassungen im Jahr 2018 noch bei 2 Prozent lag, waren es Ende September 2022 bereits 14,8 Prozent. Der Anteil vollelektrischer Pkw am gesamten Pkw-Bestand in Österreich hat sich im selben Zeitraum von 0,4 Prozent (ca. 21.000 Fahrzeuge) auf 1,9 Prozent (ca. 96.400 Fahrzeuge) vervielfacht.[6] Das stetig wachsende Angebot an Fahrzeugmodellen und auch die finanziellen Anreize, die der Staat für den Kauf und Betrieb von Elektroautos geschaffen hat, tragen in Österreich ihren Teil zu den Entwicklungen bei.[7]

Doch obwohl sich hier viel bewegt, so bleibt eines in allen Ländern ähnlich statisch: die Entwicklung bei der Ladeinfrastruktur. Gemeint ist hier allerdings nicht die Anzahl an Ladestationen (ca. 15.600), sondern die intransparente, uneinheitliche und vor allem mühsame Art des Bezahlens.

Eine Studie aus dem Jahr 2021[8] zeigt, dass die ÖsterreicherInnen im Durchschnitt 2,7 Lade-Apps zum Laden ihres Elektroautos verwenden (müssen). Diese Problematik hat auch der Europäische Rechnungshof erkannt und festgehalten, dass ein strategischer Gesamtfahrplan für die Elektromobilität nötig sei, der neben einer größeren Zahl an Ladepunkten auch die Harmonisierung der Zahlungssysteme erfordere.[9] In einem Bericht des österreichischen Rechnungshofs vom September 2020 wird sogar explizit die Möglichkeit des direkten und bargeldlosen Bezahlens als Lösung erwähnt, um Stromtanken in Zukunft attraktiver zu gestalten.[10]

[5] Vgl. Team Energielösung: Schweden bei der Elektromobilität klarer Vorreiter, Magazin Energielösung, 3. Juni 2022, www.energieloesung.de/magazin/schweden-bei-der-elektromobilitat-klarer-vorreiter; Statistik Austria: Kfz-Bestand, abgerufen am 27. Jänner 2023, von www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/fahrzeuge/kfz-bestand.

[6] Vgl. Klima- und Energiefonds, VCÖ, Umweltbundesamt: Faktencheck E-Mobilität, März 2022; Statistik Austria: Kfz-Bestand, abgerufen am 27. Jänner 2023, von www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/fahrzeuge/kfz-bestand.

[7] Vgl. Klima- und Energiefonds, VCÖ, Umweltbundesamt: Faktencheck E-Mobilität, März 2022.

[8] Siehe Anmerkung 4.

[9] Europäischer Rechnungshof: Sonderbericht 05/2021 – Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge.

[10] Rechnungshof Österreich: E-Mobilität, Reihe Bund 2020/28.

Mastercard hat sich europaweit zum Ziel gesetzt, diesem Bestreben, aber vor allem dem Wunsch der Bevölkerung nachzukommen, denn **die Studie zeigt auch, dass sich 65 Prozent der EuropäerInnen (60 Prozent der ÖsterreicherInnen) Kartenzahlung für das E-Laden wünschen.**

Deshalb hat Mastercard im Herbst 2020 den Start seines „Sustainable Mobility Program" verkündet und kurz darauf den Piloten dazu in Deutschland gestartet – mit dem Ziel, einfachere Bezahlsysteme für Ladestationen für Elektroautos zu schaffen, wobei der Schwerpunkt auf Debit- und Kreditkarten liegt, aber auch Lösungen durch mobile Bezahlung angeboten werden.

Kurz darauf hat Mastercard Österreich das Programm aufgegriffen, sodass nun in Österreich als zweitem Land bereits landesweite Projekte mit Partnern verzeichnet werden können. Hierzulande liegt der Fokus auf Kartenzahlung per NFC und PIN-Pad direkt an der Ladesäule. Mastercard Österreich will gemeinsam mit österreichischen Acquirern und Herstellern von E-Ladestationen die Infrastruktur verbessern und ist bereits mit den Zahlungsdienstleistern Payone, Concardis Austria und First Data Austria dabei, NFC-Payment in schon bestehende, aber vor allem auch neue Ladestationen einzubauen, damit ElektroautofahrerInnen ganz einfach mit ihrer Bankomat- oder Kreditkarte bezahlen können. Dies würde das E-Laden somit in Zukunft so einfach gestalten wie das Betanken von herkömmlichen Verbrennungsmotoren, da derzeitige Zahlungsbarrieren wie Registrierungsprozesse und das Besorgen von Ladekarten überwunden werden könnten.

Seit Beginn der ersten Partnerschaft im Sommer 2021 konnten in Österreich bereits über 120 Ladestationen mit NFC-Payment ausgestattet werden. Weitere 3000 sind noch im Zuge der derzeit bereits gestarteten Projekte im ganzen Land geplant.

Hannah Bruckner
(Analyst, Business Development bei Mastercard Österreich)

Christian Schicker
(Director of Business Development bei Mastercard Österreich)

Priceless Planet Coalition

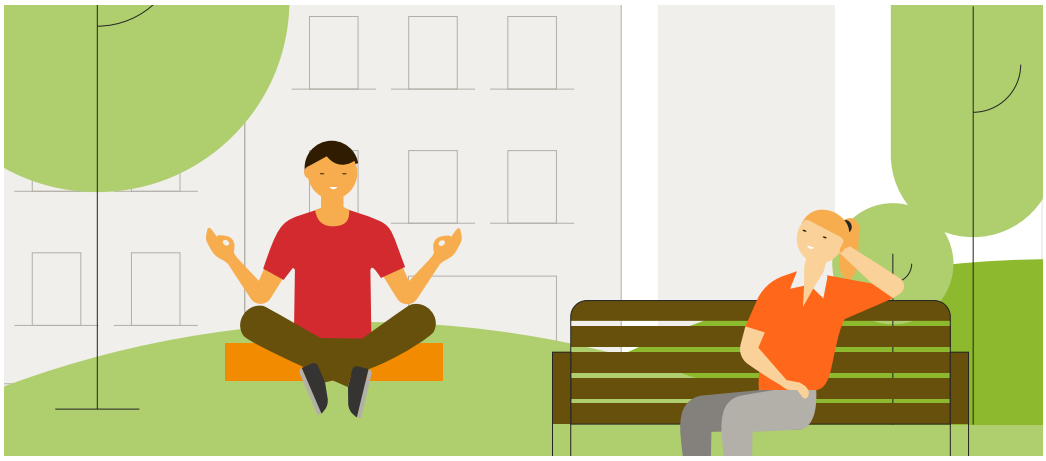
Mittlerweile kann es niemand mehr leugnen: Der Klimawandel ist Realität und betrifft uns alle. Wassermangel, Nahrungsmittelknappheit, Wetterextreme, die Zerstörung von Ackerland und der Anstieg des Meeresspiegels werden uns in Zukunft vor noch nie dagewesene Herausforderungen stellen. Aus genau diesen Gründen hat Mastercard die „Priceless Planet Coalition" ins Leben gerufen und sich dazu verpflichtet, innerhalb von fünf Jahren 100 Millionen Bäume zu pflanzen.

Die Wiederherstellung der Wälder gilt als die wirksamste Methode zur Abschwächung des Klimawandels, da sie kosteneffizient und naturnah ist. Nach Angaben des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) der Vereinten Nationen ist für die Begrenzung des Anstiegs der Durchschnittstemperatur auf 1,5 Grad Celsius bis 2050 eine zusätzliche Fläche von einer Milliarde Hektar an Bäumen erforderlich.[11]

Durch Fotosynthese absorbieren Bäume auf natürliche Weise CO_2 aus der Atmosphäre und speichern es in ihren Wurzeln und im Boden. Und sie bieten noch weiteren Nutzen: Wiederaufgeforstete Wälder tragen unter anderem nachweislich dazu bei, das Auftreten von klimabedingten Katastrophen und Wetterextremen wie Bränden und Überschwemmungen zu verringern, die Luft zum Atmen zu reinigen, den Süßwasserkreislauf zu regulieren, den Lebensraum von Wildtieren zu schützen, Arbeitsplätze für die lokale Bevölkerung zu schaffen und deren Ernährungssicherheit zu verbessern.[12]

Im Zuge der „Priceless Planet Coalition" arbeitet Mastercard mit den Umweltorganisationen Conservation International und World Resources Institute zusammen, die basierend auf bewährten wissenschaftlichen Erkenntnissen Investitionen in genau den Gebieten tätigen, in denen die Wiederherstellung auf die ökologisch und sozial verantwortungsvollste Weise durchgeführt werden kann und die besten Erfolgsaussichten für eine positive Wirkung bietet. Was bedeutet das genau? Zum einen, die richtigen Bäume am richtigen Ort zu pflanzen, um den Nutzen für das Klima, die Gemeinschaft und die biologische Vielfalt zu maximieren, und zum anderen, weltweit einheitliche Überwachungs- und Pflegeprotokolle anzuwenden. Bei den Wiederherstellungsprojekten werden weder invasive noch für die Holzernte bestimmte Arten verwendet und es werden nur ökologisch und sozial angemessene Wiederherstellungsmethoden eingesetzt, die für jedes einzelne Projekt und jeden Standort festgelegt werden.[13]

Um so viele Menschen wie möglich auf das Projekt aufmerksam zu machen und das Ziel von 100 Millionen Bäumen in fünf Jahren erreichen zu können, arbeitet Mastercard mit Partnern auf der ganzen Welt zusammen. Mittlerweile wurden im Rahmen der Koalition mehr als 100 Partnerschaften eingegangen (darunter mit nachhaltig orientierten HändlerInnen, Fintechs und Banken) und mit Marketingkampagnen weltweit Bewusstsein für die Initiative geschaffen. VerbraucherInnen und KundInnen haben dadurch in unterschiedlichsten Formen und Variationen die Möglichkeit, die Bemühungen der „Priceless Planet"-Initiative zu unterstützen.



[11] Vgl. American Geophysical Union: Ice-free arctic summers could happen on earlier side of predictions, Science Daily, 27. Februar 2019, www.sciencedaily.com/releases/2019/02/190227111128.htm.

[12] Vgl. Mastercard: Doing well by doing good. Corporate Sustainability Report 2021.

[13] Vgl. ebenda.

In Österreich gibt es bereits fünf „Priceless Planet"-Partner: das private Verkehrsunternehmen Westbahn, die paybox Bank AG als Tochterunternehmen der A1 Telekom Austria Group, den Lebensmittelhändler MPreis und die zwei Zahlungsdienstleister Payone und First Data Austria. Insgesamt konnte durch diese österreichischen Partnerschaften ein Beitrag von 120.000 Bäumen für die Wiederaufforstung gespendet werden. Weltweit wurden durch die Arbeit der Koalition bereits 7,7 Millionen Bäume gepflanzt, was eine ungefähre Menge von 154 Tonnen gebundenem CO_2 ausmacht.

Die Initiative umfasst jedoch viel mehr als das Pflanzen von Bäumen. Es handelt sich um eine groß angelegte, qualitativ hochwertige Naturschutzarbeit, die in erster Linie dem Klima und der biologischen Vielfalt zugutekommt, aber auch die Menschen vor Ort einbezieht und direkt zur Förderung einer nachhaltigen Wirtschaft beiträgt.

Laut dem Mastercard Economics Institute stiegen die Spenden an umweltorientierte Wohltätigkeitsorganisationen im Jahr 2022 weltweit um 48,4 Prozent im Vergleich zum Niveau vor der Pandemie 2019 und damit stärker als die Spenden für andere Organisationen.

Die „Priceless Planet Coalition" ist dabei nur eine von vielen Initiativen, die Mastercard ins Leben gerufen hat, um seinen NutzerInnen umweltbewusste Lösungen anzubieten.

Thomas Von der Gathen
(General Counsel bei PSA Payment Services Austria GmbH)

interview mit Thomas Von der Gathen

Sicherer Zahlungsverkehr als Grundlage des Vertrauens

CYBERSICHERHEIT AUF DEN ÖSTERREICHISCHEN FINANZMÄRKTEN

Warum ist Cybersicherheit so wichtig für Banken?

Vertrauen und Sicherheit waren im Bankwesen schon immer sehr wichtig. Ohne Vertrauen und Sicherheit würde die Branche nicht funktionieren. Finanzprodukte und -dienstleistungen sind im Leben eines jeden Verbrauchers, einer jeden Verbraucherin sehr wichtig und man wählt Finanzinstitute, bei denen das eigene Geld am sichersten ist.

Wie beurteilen Sie den allgemeinen Zustand und das Niveau der Cybersicherheit auf dem österreichischen Finanzmarkt?

Der österreichische Finanzmarkt hat schon immer großen Wert auf Sicherheit gelegt. Wir waren 1995 das erste Land, das vollständig auf Chips in Zahlungskarten gesetzt hat. **Bereits 2004 haben wir den Mastercard Secure Code eingeführt, lange bevor er gesetzlich vorgeschrieben wurde. Und auch bei der NFC-Technologie und dem kontaktlosen Bezahlen haben wir eine Vorreiterrolle gespielt.** Ich habe die Erfahrung gemacht, dass wir in Österreich in einer guten Position sind, das Sicherheitsniveau ist sehr hoch.

Was sind die wichtigsten Trends und Herausforderungen im Bereich der Cybersicherheit?

Es ist natürlich sehr wichtig, technisch auf die Abwehr von Cyberangriffen und Cyberkriminalität vorbereitet zu sein. Vor allem weil sich die Technologie schnell weiterentwickelt und es daher immer schwieriger wird, diese technische Bereitschaft aufrechtzuerhalten. Aber die menschliche Komponente ist ebenso wichtig, da ein Großteil der Internetkriminalität von ihr abhängt. Es gibt Social Engineering und Phishing, diese Taktiken werden nach wie vor häufig angewandt. Dies zeigt, dass Bildung und präventive Information entscheidend sind.

Ich glaube, dass im Kampf gegen Internetkriminalität drei Komponenten gleichermaßen wichtig sind: sachkundige MitarbeiterInnen, modernste Technologie und eine aufgeklärte Bevölkerung. Außerdem bedarf es eines kontinuierlichen Informationsaustauschs und der Zusammenarbeit zwischen MarktteilnehmerInnen und Behörden. Bei PSA arbeiten wir bereits seit vielen Jahren mit großem Erfolg mit den Behörden zusammen.

Sollte es da mehr Bildung seitens der KonsumentInnen geben?

Die Banken kommunizieren schon seit vielen Jahren mit ihren KundInnen, informieren sie und warnen sie vor Gefahren und Risiken. Doch Aufklärung und Bewusstseinsbildung sind nach wie vor sehr wichtig, denn Technologie allein kann uns nicht schützen. Wir haben jetzt zum Beispiel die Zwei-Faktor-Authentifizierung im Zahlungsverkehr, aber wenn uninformierte VerbraucherInnen diese beiden Faktoren preisgeben, können die Banken sie auch nicht schützen.

Welche Bereiche und Themen sollten im Fokus stehen, wenn es um die Verbesserung der Cybersicherheit auf den österreichischen Finanzmärkten geht?

Wie gesagt, Sicherheit hat in der österreichischen Bankenwelt schon immer einen hohen Stellenwert gehabt. Dennoch können wir alle sicherlich noch mehr tun, um die Bevölkerung aufzuklären. Es geht nicht nur um digitale Zahlungen, sondern um unser digitales Leben im Allgemeinen. Eine Kombination aus Unternehmenskommunikation, medialer Aufklärung und Regierungsinitiativen wäre optimal. Das Schlüsselwort lautet für mich Prävention: Wie können wir bestmöglich verhindern, dass es überhaupt zu Cyberkriminalität kommt?

Wie geht PSA mit Fragen der Cybersicherheit im österreichischen Zahlungsverkehr um?

Wir nehmen das Thema sehr ernst – es ist für uns eine Priorität. Wir arbeiten intensiv daran, unseren KundInnen sowie den Banken die sichersten Technologien und Zahlungslösungen anzubieten. Natürlich halten wir alle strengen europäischen und nationalen Vorschriften ein, doch wir unternehmen auch zusätzliche Anstrengungen, um hochmoderne Lösungen zu entwickeln. Wir investieren viel in die Ausbildung unserer MitarbeiterInnen sowie in die Unterstützung unserer KundInnen. Dieses menschliche Element ist sehr wichtig.

Kurt Schmid
(Geschäftsführer von Netcetera Österreich)

interview mit Kurt Schmid

Kampf gegen Cyberbetrug im digitalen Zahlungsverkehr

Welche sind die häufigsten und relevantesten Betrugsarten im Online-Zahlungsverkehr in Europa und in Österreich?

Betrüger sind erfinderisch. Es gibt viele Spielarten, zum Beispiel das Zurücksenden von leeren Paketen, das Erstellen gefälschter Accounts sowie immer noch Phishing-Attacken. Auch der Zahlungsausfall nimmt zu, vor allem im Bereich der „buy now, pay later" -Anbieter. Diese Ausfälle verursachen einen ungefähr zehnmal höheren Schaden als bei Zahlungen per Karte. Da wir in Netcetera die Bezahlung mit Karte absichern, möchte ich stärker auf dieses Thema eingehen. Die mit der EU-Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 eingeführte Strong-Customer-Authentication(SCA)-Regulierung hat im Bereich des Bezahlens im E-Commerce eine höhere Sicherheit per Zwei-Faktor-Authentifizierung eingefordert. Zudem werden in den aktuellen 3D-Secure-Protokollen mehr Daten übertragen, um bessere Risikoentscheidungen zu treffen. All diese Faktoren tragen dazu bei, dass der Betrug auf ein Minimum reduziert werden kann. Er verlagert sich damit hin zur Übernahme von Benutzeridentitäten, zum Ergaunern von Zahlungen mittels gefälschter Webshops, aber es steigt auch der sogenannte „friendly fraud".

Wie gut ist der österreichische Finanzsektor auf die Bekämpfung dieser Cyberbedrohungen vorbereitet?

Dazu möchte ich anmerken, dass Cyberbedrohungen in eine andere Klasse als der Betrug beim Online-Bezahlen fallen. Wir sehen in Europa immer wieder Angriffe auf relevante IT-Infrastrukturen. So versuchen Angreifer zum Beispiel durch DDOS-Attacken die Server zu überlasten und damit für ihren Verwendungszweck lahmzulegen. Erfolgreich wurden durch eingeschleuste Malware produzierende Betriebe stillgelegt und mit Zahlungen von hohen Beträgen in Bitcoins erpresst.

Wir haben im Jahr 2021 verstärkt von Angriffen auf die Zahlungsinfrastruktur gehört, die zu Beeinträchtigungen geführt, aber dank sehr ausgefeilter Schutzmaßnahmen keinen relevanten Schaden angerichtet haben. Die zwei gewichtigen Störungen, die auch in die Nachrichten gekommen sind, waren ein technischer Ausfall eines großen amerikanischem Zahlungsnetzwerks sowie ein tagelanger Ausfall von Terminals in Deutschland durch ein abgelaufenes Zertifikat.

Generell ist das Thema IT-Security in Europa wie auch in Österreich sehr relevant, da Konflikte immer öfter auch im Cyberspace geführt werden. Ich denke, der „Digital Operational Resilience Act" (DORA) soll sicherstellen, dass alle am Finanzsystem Teilnehmenden über die erforderlichen Sicherheitsvorkehrungen verfügen, um Cyberangriffe und andere Risiken zu mindern. Die Risikoanforderungen für Informations- und Kommunikationstechnologie im Finanzsektor sollen konsolidiert und verbessert werden.

Es gibt also noch genug zu tun, da ein Stillstand bei der Abwehr keine gute Strategie ist.

interview mit Kurt Schmid

Wie beurteilen Sie das von Ihnen bereits angesprochene EU-System der starken Kundenauthentifizierung (SCA) und seine Umsetzung in Österreich? War sie erfolgreich?

Die PSD2-SCA-Regulierung kann von großer Flughöhe als Erfolg gewertet werden. Im Detail hätte man sicher noch vieles besser machen können. Dies betrifft zum einen die Einführung ohne eine genaue Interpretation der Regulatoren, was viele Unsicherheiten für die Händler, Payment-Service-Provider und Kartenherausgeber gebracht hat. Zum anderen haben die Banken bei der Einführung die Änderungen und damit die neuen Prozesse unterschiedlich gut an ihre Kunden kommuniziert. Dadurch konnten viele Zahlungen nicht erfolgen, da die Karten für die neue Zwei-Faktor Authentifizierung nicht registriert waren.

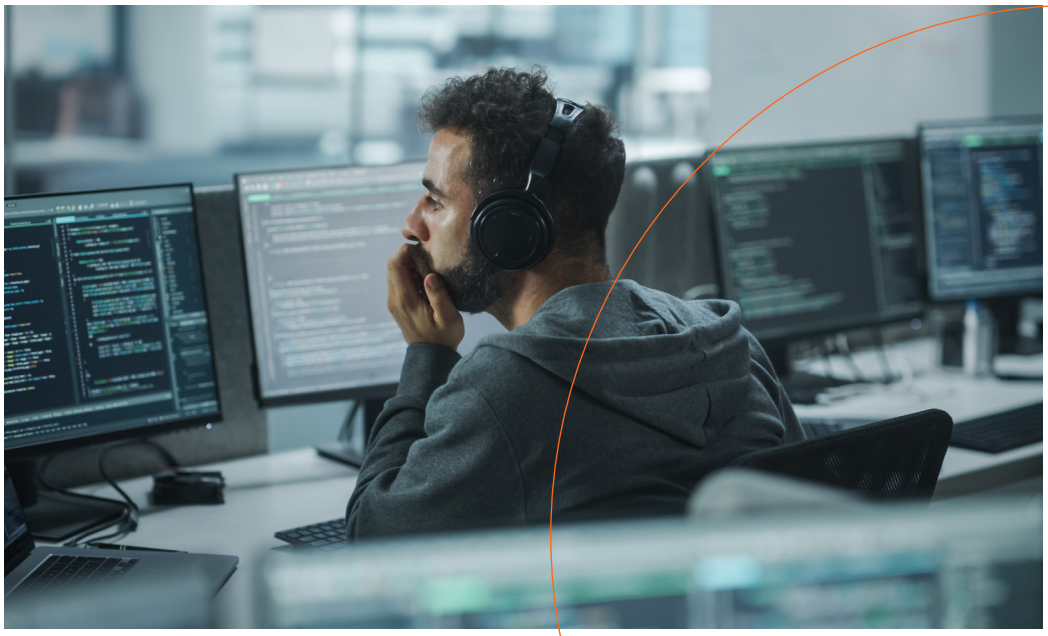
Netcetera ist im deutschsprachigen Raum der führende Anbieter dieser E-Commerce-Absicherung mit dem 3D-Secure-Protokoll. Daher haben wir genauere Analysen gemacht und große Unterschiede zwischen den Banken festgestellt. Dort, wo eine gute Kommunikation zum Kunden besteht, scheiterten nur unter 1 Prozent der Transaktionen wegen der fehlenden Registrierung. Andere machten dies weniger gut und hatten allein in diesem Bereich Fehlerraten von mehr als 10 Prozent. Generell gilt: Je einfach die Autorisierung der Zahlung ist und je besser dieser Prozess kommuniziert wird, desto größer ist der Erfolg. Der Einsatz der Out-of-Band-Authentifizierung mit einer App, die ganz bequem mit biometrischen Verfahren (zum Beispiel per Face-ID) erfolgen kann, ist gegenüber dem Zusenden einer SMS mit einem Einmalcode zu bevorzugen.

Wo und wie kann die Technologie helfen, die Sicherheit von Online-Zahlungen weiter zu verbessern?

Wir bei Netcetera entwickeln gemeinsam mit den Schemes verbesserte Lösungen für Online-Zahlungen. Dazu möchte ich zwei Beispiele nennen: Mit dem „Click to Pay"-Check-out-Verfahren müssen die Kreditkartendaten nicht wiederholt eingegeben werden. Damit ist es möglich, mit wenigen Klicks eine Zahlung erfolgreich abzuwickeln. Mit der Network-Tokenisierung werden die Kartendaten nicht im Klartext beim Händler gespeichert, sondern es wird, wie auch aus den kontaktlosen Wallets bekannt, ein Token erzeugt, der auch dem Kartenherausgeber bekannt ist. Dieser Token wird dann bei jeder Bezahlung mit einem Kryptogramm ergänzt, sodass die Sicherheit von Card-not-Present-Transaktionen auf das Niveau von Card-Present-Zahlungen (wie am Point of Sale) gehoben werden kann.

Würden die Risiken der Finanzkriminalität zunehmen, wenn Kryptowährungen im Massenzahlungsverkehr weit verbreitet wären, und wie sollte dem begegnet werden?

Wer heute Zahlungen für erpresserische Zwecke benötigt, greift sicher am häufigsten zu Bitcoins. Umgekehrt bedeuten aber mehr Kryptowährungen und Kryptotransaktionen nicht zwingend mehr Kriminalität. Was es aber braucht und was kommen wird, ist eine Regulierung zu Kryptowerten, damit Geldwäsche etc. wie bei dem heutigen Bezahlverfahren bekämpft werden kann. Als Beispiel möchte ich „Markets in Crypto-Assets" (MiCA) erwähnen, einen EU-Rechtsrahmen für Kryptowerte.



Piotr R. Kwasniak
(Director of Products & Solutions, Digital & C&I bei Mastercard Österreich)

Rasante Entwicklung im E-Commerce

ONLINE-SHOPPING VOR FÜNF JAHREN

Die jüngere Hälfte der Bevölkerung kauft online ein, fast ausschließlich über Desktops und Laptops, wobei ein großer Händler sowie die Reisebranche die Entwicklung vorantreiben. Die meisten Zahlungen für Hotels, Flüge oder Waren werden mit Kreditkarten, teils immer noch telefonisch, oder per Erlagschein auf Risiko des Händlers bzw. der Händlerin beglichen. Kartendaten werden manuell eingetippt, erweiterte Sicherheit gibt es für HändlerInnen nur auf Kosten der Konversionsquoten und BankkundInnen müssen auf SMS-Codes warten und sich ihr Passwort merken. Wer nicht genug Bonität für eine Kreditkarte hat, muss auf unbequeme Arten der Vorauszahlung ausweichen oder Rechnungen rechtzeitig begleichen.

Dann kam Corona, die Zahlungsdiensterichtlinie PSD2, die Omnipräsenz von mobilen Geräten und gleichzeitig die Umstellung von der Maestro- auf die onlinefähige Debitkarte in Österreich.

FAST FORWARD ZU 2023

Heute konsumiert (und bezahlt) praktisch jede und jeder online über das Handy, über alle Altersstufen hinweg – bei den Personen unter 35 Jahren sogar mehrheitlich. Kartendaten sind zum überwiegenden Teil bei den HändlerInnen hinterlegt und die Kundenfreigabe erfolgt bequem per biometrische Erkennung am mobilen Gerät mit der Sicherheit der eigenen Bank (Zwei-Faktor-Authentifizierung). 80 Prozent der ÖsterreicherInnen verfügen mittlerweile über eine onlinefähige Debitkarte, um global einkaufen zu können.

Heute konsumiert (und bezahlt) praktisch jede und jeder online über das Handy, über alle Altersstufen hinweg – bei den Personen unter 35 Jahren sogar mehrheitlich.

Es hat sich also sehr viel getan in den letzten Jahren. Vor allem die Banken haben eine Herkulesaufgabe gestemmt. Jede österreichische Bank hat massiv investiert, um ihre eigene Mobile-Banking-App zum wichtigsten Tool der Kundeninteraktion und Sicherheit zu machen. Die Herausforderungen der PSD2-Regulierung wurden als Chance genutzt. Biometrie ist der neue Standard, die Sicherheit wurde deutlich erhöht und das Risiko konnte gesenkt werden.

Während der Corona-Krise haben auch die lokalen HändlerInnen ihre Online-Auftritte stark verbessert und neue hybride Modelle geschaffen. Nur so konnten einige Branchen in der Zeit des Lockdowns ihre Geschäftstätigkeit weiterführen.

Heute ist der E-Commerce omnipräsent. Er umfasst nicht nur die Bestellung und Lieferung von physischen Waren oder Reiseangebote, sondern alle Formen von Dienstleistungen ohne physische Präsenz wie die weit verbreiteten Video- und Musikstreamingdienste, Online-Gaming und In-App-Käufe, Tickets oder digitale Inhalte per Abo, um nur einige zu nennen.

Auch wenn sich aus der PSD2-Richtlinie stammende Dienste um Open Banking noch nicht weitflächig durchgesetzt haben, haben die KundInnen heute doch eine Vielzahl an Zahlungsmöglichkeiten, ob per Direkteinzug vom Konto, über neue Wallet-Formen namhafter Technologiekonzerne oder weiterhin klassisch per Rechnungskauf. Besonders Letzteres scheint in der gegenwärtigen Krise unter dem Schlagwort des BNPL („buy now, pay later") verstärkt in Mode zu kommen. Über alle Branchen hinweg bleiben aber Kartenzahlungen das meistverwendete Mittel der Bezahlung, das in Österreich durch die Einführung der Debitkarte im Sinne der finanziellen Inklusion nun fast allen BankkundInnen zur Verfügung steht und von ihnen gerne genutzt wird.

AUSBLICK

Die Zukunft scheint nicht weniger komplex und herausfordernd zu werden als die letzten Jahre. Unsichere Lieferketten, Inflation, Angebotsengpässe und eine allgemeine Rezessionsgefahr stehen dem stetigen Kundenwunsch nach bequemer Konsumation diverser Güter und Dienstleistungen entgegen. Doch trotz zahlreicher Unsicherheiten scheint ein weiteres Wachstum im E-Commerce vorprogrammiert.

Im Bereich der Bezahllösungen wird es weiterhin, wenn nicht vermehrt, darum gehen, bequeme Prozesse bei erhöhter Sicherheit bereitzustellen. Sicherheit und Bequemlichkeit dürfen keine Widersprüche sein. Für die KundInnen zählt vorrangig Bequemlichkeit bei der Wahl der Zahlungsmittel, doch niemals darf die Integrität der Bezahllösung kompromittiert werden.

Im Bereich der Kartenzahlung, in dem zahlreiche DienstleisterInnen in Millisekunden miteinander kommunizieren, wird die Technologie der Netzwerk-Tokenisierung weiter ausgebaut. Diese wird bereits bei den mobilen Wallets und Wearables sehr erfolgreich eingesetzt. Im Bereich der Online-Tokenisierung wird sie bei hinterlegten Karten („Credentials on File") ebenso zum Standard werden, sei es bei den HändlerInnen selbst oder in den Browsern am Device mit proprietärer Verschlüsselung (Autofill).

Im Kampf um die beste User-Experience geht es künftig stark um den One-Click-Checkout. Hier wird über die nächsten Jahre mit der Einführung von „Click to Pay" seitens der Karten-Schemes und der Banken sehr viel unternommen, um den Bezahlprozess nicht nur zu vereinfachen, sondern auch um neue Services anzureichern.

Ähnlich wie die Entwicklungen am Point of Sale – von Papier über Magnet-Stripes und Chip zu NFC und demnächst zu „Tap on Phone" – wird im Distanzhandel und bei elektronischen Dienstleistungen die Reise rasant weitergehen – zum Nutzen der HändlerInnen und KundInnen. Sicher und bequem.

Robrecht Vandormael
(Generalsekretär von Payments Europe)

Ausblick auf die Zukunft

EUROPÄISCHE RECHTSVORSCHRIFTEN TREIBEN DEN WANDEL VORAN

Stand des Zahlungsverkehrsmarkts in Europa

In den letzten Jahren hat sich der europäische Zahlungsverkehrsmarkt stark verändert, angetrieben durch Innovation, Digitalisierung, verändertes Verbraucherverhalten und Regulierung. Die Akteure des Zahlungsverkehrs werden weniger sichtbar, gewinnen aber an Bedeutung. Traditionelle Zahlungsanbieter wie Banken und Kartennetzbetreiber spielen weiterhin eine wichtige Rolle auf dem Markt, während die Digitalisierung und die sich verändernden Vorschriften neuen Marktteilnehmern Chancen bieten. Fintechs entwickeln neue Produkte und Lösungen und übernehmen damit Teile der Wertschöpfungskette.

Während Covid-19 die Einführung virtueller Zahlungslösungen förderte, blieb die Marktnachfrage nach paneuropäischen Anbietern zurück. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die europäische Zahlungsverkehrslandschaft fragmentiert ist und weitgehend eine Ansammlung nationaler Märkte bleibt. Insofern neigen neue Akteure eher dazu, ihre Angebote auf die inländische Nutzung zuzuschneiden und kaum über die Grenzen hinaus zu expandieren. Sie sehen sich auch einem verstärkten Wettbewerb durch große Technologieunternehmen ausgesetzt, die von erheblichen Netzwerkvorteilen profitieren, was ihnen einen starken Wettbewerbsvorteil verschafft. Die europäische Gesetzgebung zielt darauf ab, diese Hindernisse zu beseitigen und Anreize für innovativere und wettbewerbsfähigere europäische Lösungen zu schaffen.

EU-Rechtsvorschriften als Motor des Wandels

Traditionell steuern die europäischen Institutionen den Zahlungsverkehrsmarkt durch Vorschriften und Untersuchungen, um ein wettbewerbsorientiertes Umfeld zu schaffen, in dem der Verbraucherschutz im Mittelpunkt steht. Der visionäre Plan besteht darin, den Binnenmarkt zu harmonisieren, um gleiche Wettbewerbsbedingungen herzustellen und grenzüberschreitende Zahlungen durch Initiativen wie die Zahlungsdiensterichtlinie (die derzeit überarbeitet wird) zu fördern. Die EU gestaltet das regulatorische Umfeld, um ein besseres Ergebnis für den Endverbraucher zu gewährleisten und das Gewicht der EU zu erhöhen mit dem Ziel, globale Trends und Vorschriften in den folgenden Bereichen des Sektors zu verändern: Datenschutz, Transparenz, sichere Authentifizierung, Sanktionen, Betrugsbekämpfung und Kampf gegen die Schattenwirtschaft.

Geopolitische Überlegungen

Geopolitische Herausforderungen spielen heute eine Schlüsselrolle bei der Steuerung der Entwicklung der europäischen Akteure im Zahlungsverkehrssektor. Die Nutzung von Zahlungsverkehrsinfrastrukturen als politisches Instrument ist einer der Gründe, warum die europäischen Regierungen ein souveränes Interesse daran haben, die Kontrolle über Zahlungsverkehrssysteme und -infrastrukturen zu besitzen oder zu behalten. Dies würde die Wahrung der politischen und wirtschaftlichen Autonomie gegenüber ausländischen Akteuren ermöglichen. In diesem Sinne hat die Kommission bereits eine Strategie für den Massenzahlungsverkehr in der EU verabschiedet, um die Vorteile der Digitalisierung der Wirtschaft zu nutzen und die Entwicklung sicherer und souveräner EU-weiter Zahlungslösungen zu fördern, die mit ausländischen Akteuren konkurrieren können. **Sofortige Zahlungen sollen eine wichtige Rolle bei der Diversifizierung weg von Karten spielen. In ähnlicher Weise zeigen die europäischen Institutionen ein echtes Interesse daran, die Entwicklung von Blockchain-Technologien zu nutzen, insbesondere durch das Prisma einer digitalen Zentralbankwährung (digitaler Euro).** Die Entwicklung des digitalen Euro würde die Möglichkeit bieten, die bestehenden digitalen Zahlungsmittel zu ergänzen und die staatliche Kontrolle über die Geldmenge zu behalten. Die oben genannten Pläne führten auch zur Europäischen Zahlungsverkehrsinitiative (EPI), einem von der Europäischen Kommission unterstützten Projekt zur Schaffung eines europäischen Interbankennetzes und eines Zahlungssystems, das mit den führenden Akteuren im Zahlungsverkehr konkurrieren kann und derzeit als grenzüberschreitende Sofortzahlungslösung neu aufgelegt wird.

Sofortige Zahlungen sollen eine wichtige Rolle bei der Diversifizierung weg von Karten spielen. In ähnlicher Weise zeigen die europäischen Institutionen ein echtes Interesse daran, die Entwicklung von Blockchain-Technologien zu nutzen, insbesondere durch das Prisma einer digitalen Zentralbankwährung (digitaler Euro).

Da die derzeitigen Strategien den Weg zu mehr Wettbewerb und Autonomie des Zahlungsverkehrsmarkts mit dem Auftreten neuer Akteure ebnen, müssen die europäischen Entscheidungsträger sicherstellen, dass die Ergebnisse für die Verbraucher und die Innovation nicht beeinträchtigt werden.

Harald Flatscher
(Geschäftsführer von PSA Payment Services Austria GmbH)

Die Zukunft des Zahlungsverkehrs

interview mit Harald Flatscher

Könnten Sie kurz beschreiben, welche Rolle PSA Payment Services Austria auf dem österreichischen Markt spielt und wie sie sich in den letzten fünf Jahren verändert hat?

PSA ist ein Zahlungsdienstleister, der Zahlungsplattformen für den österreichischen Markt bereitstellt. Wir kümmern uns aber auch um alle benötigten Anbindungen wie zum Beispiel zu Kartenherstellern und Schemes, Apps wie unserer White-Label-Wallet und vieles mehr. Außer um die Entwicklung und den technischen Betrieb der Plattformen und Produkte kümmert sich PSA auch um die zugehörigen Prozesse und die Erfüllung der regulatorischen Anforderungen, damit unsere Produkte von den Banken nur noch gebrandet werden müssen, bevor sie an ihre Kunden ausgegeben werden können. In den letzten fünf Jahren haben sich, bezogen auf die Bankomatkarten, besonders die Nutzungsmöglichkeiten stark erweitert. **Heute können die Karten sowohl in mobilen Geldbörsen genutzt werden als auch für Zahlungen im E-Commerce.** Neben der Weiterentwicklung der Produkte gab es auch eine Konsolidierung im österreichischen Markt, indem PSA das Clearinghouse gekauft hat und zudem mit der STUZZA verschmolzen wurde. Durch diese Schritte ist PSA nun ein umfassender Anbieter von Zahlungsdienstleistungen für Banken, egal ob es sich um kontobasierte Überweisungen, Einzüge oder Kartenzahlungen handelt. Zudem wird in naher Zukunft auch noch eine Identitätslösung, die ich.app, das Leistungsspektrum von PSA abrunden.

Was sind die wichtigsten Trends im Zahlungsverkehr und wie reagiert PSA auf diese?

Einer der Trends im Zahlungsverkehr ist schon länger, dass die Zahlungsmöglichkeiten für Konsumenten mehr werden. Diese Vielfalt an Zahlungsmethoden wird weiter wachsen, was automatisch die Herausforderung vergrößert, alle von den Kunden gewünschten Zahlungsmöglichkeiten zu bieten und gleichzeitig die Kosten für die Zahlungen in Grenzen zu halten.

Zudem werden die Anforderungen an die Sicherheit immer höher und es sind mehr und mehr Regulierungen zu beachten. All das steigert die Komplexität, trotzdem darf das aber nicht dazu führen, dass das Zahlen für Konsumenten kompliziert, unbequem oder gar unsicher wird, denn Sicherheit und nahezu hundertprozentige Verfügbarkeit werden bei modernen Zahlungsmitteln ohnehin vorausgesetzt. Dafür sollten Zahlungsdienstleister sowohl karten- als auch kontobasierte Zahlungsmethoden anbieten können. Zudem müssen Anbieter von Zahlungsmitteln ein umfassendes Wissen über verschiedenste Themen wie Betrugsbekämpfung, Scheme-Regelwerke, Regulatorik, Kundenerwartungen, Projektmanagement, den Betrieb von hochverfügbaren Plattformen und noch viele mehr in der Firma vorrätig halten. Und genau diese spezielle Zusammenstellung von Fähigkeiten ist bei PSA bereits vorhanden und wird zudem weiter ausgebaut.

Wie wird die Zahlungslandschaft im Jahr 2030 aussehen? Wie werden sich die grundlegende Infrastruktur und die darauf aufbauenden Anwendungen verändern?

Wie bereits oben erwähnt, wird insbesondere die Vielfalt der Zahlungsmethoden für die Konsumenten zunehmen. Dabei werden Produkte der Karten-Schemes wie Mastercard und Visa zu den heutigen dazukommen, aber auch bei den kontobasierten Methoden wird es verschiedenste neue Angebote geben. Insbesondere beim Konto wurden mit der Möglichkeit, sofort Geld schicken zu können („SEPA Instant Credit Transfer" – SCT Inst) und Zahlungen anzufordern („Request to Pay" – RTP), zwei neue Bausteine ergänzt, die Veränderungen im Zahlungsmittelmarkt bewirken werden.

Zusätzlich wird das Thema Kryptowährungen Veränderungen hervorrufen, insbesondere durch die verschiedenen Projekte diverser Zentralbanken (in Europa zum Beispiel der digitale Euro der Europäischen Zentralbank) bekommt das Thema größere Aufmerksamkeit und ein besonderes Gewicht. Ob, und wenn ja, in welcher Form, sich Kryptowährungen durchsetzen werden, ist aktuell aber nur schwer abzuschätzen.

Werden der digitale Euro und die Projekte für digitale Zentralbankwährungen (Central Bank Digital Currencies – CBDCs) in der ganzen Welt die Zahlungslandschaft weiter verändern?

Wieweit die aktuell in verschiedenen Ländern laufenden CBDC-Projekte das Zahlungsverhalten in Zukunft beeinflussen werden, hängt aus meiner Sicht besonders von folgenden Faktoren ab: erstens davon, welche Zahlungsmethode für die CBDCs verwendet wird. Wird eine neue implementiert oder setzt man auf bestehende Infrastruktur? Zweitens vom Ausmaß und von der Art der begleitenden Regulierung. Drittens von der Akzeptanz der CBDCs bei den Akzeptanzpartnern, aber besonders bei den Konsumenten.

In jedem Fall sollten CBDCs für die Wirtschaft einen Mehrwert bieten, den auch die Konsumenten und Akzeptanzpartner verstehen, anderenfalls wird es für CBDCs schwierig werden, sich als gern genutztes Zahlungsmittel zu etablieren.

Welchen Beitrag leistet PSA zur Innovation in Österreich?

PSA analysiert laufend kommende Trends, um die passenden Bezahlprodukte und in Zukunft auch Identitätsprodukte rechtzeitig zur Verfügung stellen zu können. Für die Bankomatkarte wurden so in der Vergangenheit die Themen NFC, Mobile Payment, E-Commerce und vieles mehr entwickelt.

Auf der Bankomatseite wurden zum Beispiel die NFC-Lesegeräte zertifiziert und eingeführt, zur Unterstützung der kontaktlosen Bezahlmöglichkeiten mit der Karte und Mobile Payments. Auch das Thema digitale Identität wurde so entwickelt, und in Kürze wird die ich.app starten, die insbesondere das Shoppen im Internet, aber auch ganz generell die Nutzung von Services im Internet vereinfachen und gleichzeitig die Sicherheit nochmals erhöhen wird.

Bitte sagen Sie uns Ihre Meinung zu drei konkreten Anwendungsfällen: Selbstbedienungsläden, Aufladen von Elektrofahrzeugen und das Metaverse – wie werden und sollen wir dort bezahlen?

Alle drei Anwendungsfälle haben eines gemeinsam: Sie können ohne Weiteres mit bereits vorhandenen Zahlungsmethoden rasch und kundenfreundlich abgewickelt werden, auch wenn für das Metaverse wahrscheinlich die Benutzeroberfläche noch angepasst werden muss.

Die Komplexität bei Selbstbedienungsläden liegt nicht in der Bezahlung selbst, sondern darin, wie die Waren im Warenkorb korrekt bestimmt werden. Sind diese bekannt, kann eine klassische Point-of-Sale-Kasse für die Zahlung genutzt werden, wie bei den bereits heute verfügbaren Self-Check-out-Kassen in Supermärkten. Eine modernere Möglichkeit wäre, beim Betreten eines Selbstbedienungsladens eine digitale Identität (zum Beispiel die ich.app) zu nutzen, um einen virtuellen Warenkorb zu öffnen. Dieser wird dann zum Beispiel durch Scannen der Waren gefüllt, damit der Kunde beim Verlassen des Ladens nur noch in der entsprechenden App auf „Bezahlen" tippen muss. Dadurch werden sowohl die Waren bezahlt als auch dem Kunden die Rechnung in eine Payment-Wallet oder das E-Banking übermittelt.

Das Laden von Elektrofahrzeugen ist ein sehr spannendes Thema. Hier hat die dezentrale Entwicklung der Ladesäuleninfrastruktur zu komplizierten, intransparenten Abläufen geführt, die sich leicht auch anders organisieren lassen. Allerdings gehe ich davon aus, dass sich mit dem Fortschreiten der Elektrifizierung des Verkehrs hier relativ rasch eine, auf bereits etablierten Systemen basierende, Struktur bilden wird. Das heißt, an Ladeterminals wird man einfach mit Karte oder dem Konto direkt die geladenen Kilowattstunden bezahlen können. Ob für den Bezahlvorgang selbst dann eine App, eine Karte oder das Auto verwendet wird, ist nur eine Formfrage. Hier wird sich einfach die bequemste Art zu zahlen durchsetzen, wie in anderen Bereichen auch.

Wie Menschen in Zukunft in einem potenziellen Metaverse interagieren werden, wird aktuell erforscht. Für die Bezahlung von Leistungen im Metaverse sollten aber im ersten Schritt die bereits für den E-Commerce entwickelten Methoden ausreichend sein, auch wenn die Benutzerinteraktion wahrscheinlich nicht über physische Geräte wie Touchscreens, Maus oder Tastatur erfolgen wird. Allerdings wird das Metaverse die Wichtigkeit von digitalen Identitäten wie der ich.app nochmals deutlich erhöhen, da noch mehr mit unbekannten Personen und Unternehmen interagiert werden soll als bisher.

Ob darüber hinaus gänzlich neue Bezahlmethoden erforderlich sein werden, wird sich zeigen und vor allem davon abhängen, wie die Menschen das Metaverse nutzen werden. Bei neuen Technologien hat sich die ursprünglich geplante Nutzung später oft in eine ganz andere Richtung entwickelt.

Paul Pöltner
(Obmann, Digital Asset Association Austria)

Bernhard Blaha
(Obmann Stv., Digital Asset Association Austria)

Nikolaus Futter
(Obmann Stv., Digital Asset Association Austria)

interview mit Vorstandsmitgliedern der Digital Assets Association Austria

CBDCs, Kryptowährungen und Blockchain im Zahlungsverkehr

Wie sehen Sie die Rolle von Blockchain-Technologie, Kryptowährungen und digitalen Zentralbankwährungen (CBDCs) im Zahlungsverkehr? Werden sie und sollten sie im Massenzahlungsverkehr eine relevante Rolle spielen? Und wo sehen Sie im Rahmen dieser Überlegungen Österreich?

Nikolaus Futter

Kryptowährungen und Krypto-Vermögenswerte sind ein wesentlicher Bestandteil von Blockchain-Anwendungen. Und wo stehen wir mit der Blockchain? Wir befinden uns im Jahr 1998 der Internetentwicklung. Wenn man die Adoptionskurven der Blockchain und des Internets vergleicht, sieht man, dass sie genau übereinstimmen, 2022 für die Blockchain das war, was 1998 für das Internet war.

Wozu war das Internet anfangs gut? Nach allgemeiner Meinung für Pornografie und den Missbrauch von Urheberrechten, niemand brauchte es. Ich wurde zu Partys nur dann eingeladen, wenn ich versprach, nicht über das Internet zu sprechen. Das Gleiche passiert jetzt mit der Blockchain. Auch jetzt werde ich zu Partys eingeladen und die Gastgeber haben die Sorge, dass ich die Gäste mit Blockchain langweile. Aber mittlerweile werde ich auch schon gefragt, wie ich diese Entwicklung sehe. Meine Antwort ist, dass wir am Anfang eines bedeutenden und grundlegenden technologischen Wandels stehen. Und Blockchain ist nur die zugrundeliegende Infrastruktur – es wird viele Anwendungen und Schichten geben, die darauf aufbauen.

Eine solche Ebene sind digitale Vermögenswerte und Zahlungen in digitalen Vermögenswerten. Welche Art von digitalen Vermögenswerten das sein wird, müssen wir abwarten. Es wird definitiv nicht die Bitcoin-Mainchain sein. Es werden Anwendungen der zweiten oder dritten Schicht und digitale Währungen der Zentralbanken sein.

Bernhard Blaha

Da CBDCs erwähnt wurden: Das ist ein Thema, bei dem es sehr auf Details ankommt. Wenn man sich anschaut, woran aktuell gearbeitet wird und wie Regulierungsbehörden und Banken derzeit CBDCs konzeptionieren, könnte sich die Art und Weise, wie wir bezahlen, deutlich verändern. In Europa treibt die EU den gesamten CBDC-Gedanken voran, während auf der Ebene der Mitgliedstaaten weniger passiert. Je nachdem, ob und wie die EU den digitalen Euro einführt, könnte es sich darauf, wie wir heute digitale Währungen oder sogar Währungen insgesamt verwenden, auswirken. Wenn es aber eine halbgare Lösung wird, könnte das der gesamten Idee hinter CBDCs schaden und wir werden nie wieder davon hören. Meiner Ansicht nach sind die Innovationstreiber bei diesen Fragen – neben der EU – vor allem private Unternehmen wie Mastercard oder wie jenes, das wir vertreten. Der Grund dafür ist, dass Zentralbanken und andere öffentliche Einrichtungen auf das Feedback und teilweise auch den Antrieb der Privatwirtschaft angewiesen sind, denn die Privatwirtschaft hat in der Regel einen guten Einblick, wie solche Projekte auf dem Markt effizient eingesetzt werden können. Meiner Meinung nach liegt es also vor allem an den Unternehmen des privaten Sektors, die Entwicklung der CBDCs maßgeblich voranzutreiben.

Und wo steht Österreich speziell bei den CBDCs? Im Grunde genommen nirgends. Und das ist auch gut so, denn ein einzelnes Land in der EU kann und sollte diese Entwicklung nicht vorantreiben. Es sollte eine gemeinsame Anstrengung mehrerer Länder, mehrerer Unternehmen des gesamten privaten und öffentlichen Sektors sein, die an einem Strang in dieselbe Richtung ziehen. Der Blick auf Österreich in Bezug auf CBDCs ist also wahrscheinlich nicht der richtige Ansatz. Wenn man sich hingegen die EU anschaut, dann befinden wir uns gerade in einer heißen Phase. Im Endeffekt arbeitet die gesamte EU an der Umsetzung von CBDCs. Und die Spannweite der Ideen ist enorm: Wenn durch den digitalen Euro ausschließlich eine Negativzinspolitik umgesetzt werden soll, dann hat das Projekt absolut keine Nachhaltigkeit. Auf der anderen Seite gibt es aber auch sehr gute Ideen, die Überweisungen einfacher, schneller, kosten- und energieeffizienter machen.

Paul Pöltner

Ich beschäftige mich hauptsächlich mit Blockchain-Technologien und bin in diesem Bereich an mehreren Projekten beteiligt. All diese Projekte haben gemeinsam, dass sie eine Art der Bezahlung benötigen. Derzeit verwenden wir nur etwas Natives auf der Blockchain, also verwende ich Ether oder eine andere Währung auf einer anderen Blockchain mit einem hohen Wechselkursrisiko. Diese Lösung ist für die Zukunft nicht wirklich praktikabel. Aber der Punkt ist, dass wir eine Zahlungslösung brauchen, und eine Menge anderer Technologien brauchen eine Art von Zahlungslösung, das gilt sowohl in Österreich als auch in Europa. Ansonsten ist das Risiko bei den derzeitigen Systemen zu hoch.

Bei den CBDCs gibt es zwei verschiedene Formen: Wir haben die Wholesale-CBDC im Bankensektor, wo wir über hohe Volumina sprechen, das ist ein völlig anderes Thema und Projekt als die Retail-CBDC. Wenn wir über die CBDC für Privatkunden sprechen, denke ich persönlich, dass wir am Anfang viele verschiedene Stablecoins sehen werden, die an den Euro gebunden sind. Und im Laufe der Jahre werden sich ein oder zwei durchsetzen, die aus Sicherheits- und Stabilitätsgründen von allen verwendet werden. Um noch einmal auf die Frage zurückzukommen: Technologie braucht Zahlungen, also braucht auch Blockchain Zahlungen. Wir brauchen eine Zahlungslösung, die an den Euro gekoppelt ist und mit der wir Steuern zahlen können.

Werden Kryptowährungen und CBDCs im Einzelhandel weite Verbreitung finden? Sollen diese Technologien stärker reguliert werden oder soll die Regulierung erst einsetzen, wenn die Innovationen bereits stattgefunden haben?

Paul Pöltner

Mit „Markets in Crypto-Assets" (MiCA) haben wir eine EU-Verordnung für bestimmte digitale Assets. Das ist also ein Wendepunkt. Ich glaube, dass diese Verordnung die Möglichkeit bietet, viele verschiedene Stablecoins zu schaffen, die im Einzelhandel flexibel verwendet werden und viel effizienter sind als bestehende Lösungen. Was ich bei den Zentralbanken vermisse, ist eine Diskussion darüber, wie man CBDCs in die bestehenden und beliebtesten Blockchains, die wir heute nutzen, einbinden kann.

Bernhard Blaha

Ich denke, dass sich Innovation und Regulierung nicht gegenseitig ausschließen oder sequenziell stattfinden müssen, sie können auch gleichzeitig stattfinden. Wir erleben gerade, wie die Einführung von Blockchain-Anwendungen im Allgemeinen vorangetrieben wird, während die EU daran arbeitet, eine Regulierung auf den Weg zu bringen. Historisch gesehen muss es erst eine kritische Masse an Interesse an einer Sache geben, bevor es zu einer Regulierung kommt. Brauchen wir eine Regulierung, um eine breite Akzeptanz von digitalen Währungen zu erreichen? Nein. Wollen wir sie? Ja. Denn eine Regulierung – wenn sie gut konzipiert ist – vereinheitlicht Industrien und treibt diese dann auch voran. Aber auch hier hängt es wieder von den Beiträgen ab, die wir als Privatsektor den Regulierungsbehörden liefern. Denn nur durch diese First Mover können Behörden ihre Wissensbasis aufbauen und für eine gute Regulierung nutzen.

Nikolaus Futter

Mit einem Token auf einer Blockchain können Sie für die Dienste, die man von der Kette erhält, bezahlen. Das Schöne daran ist, dass es egal ist, wo Sie sich befinden. Mit dem Euro hingegen sind wir wieder an den europäischen Zahlungsraum gebunden.

interview mit Vorstandsmitgliedern der Digital Assets Association Austria

Es gibt bereits jetzt viele bequeme Produkte für digitale Zahlungen. Warum sollten sich die VerbraucherInnen für die Verwendung von Krypto-Assets entscheiden?

Nikolaus Futter

Ich glaube, dass die Bequemlichkeit des Bezahlens mit der Karte bestehen bleiben wird, vor allem wenn es um Zahlungen im Einzelhandel geht. Ob Sie von Konto zu Konto überweisen, Ihre Karte oder einen digitalen Euro aus Ihrer Brieftasche verwenden, spielt eigentlich keine Rolle. Der Verbraucher kümmert sich nicht um die zugrunde liegende Infrastruktur und die Technologie. Die Nutzung wird von der Benutzerfreundlichkeit und dem Komfort der Zahlungsanwendungen und -tools abhängen, die die Branche den Verbrauchern zur Verfügung stellen wird. Es dreht sich alles um die User-Experience.

Bernhard Blaha

Es gibt zwei Dinge, die hierbei relevant sind. Erstens: Mit einer Mastercard-Karte ist es sehr einfach, internationale Zahlungen zu tätigen. Ich könnte jetzt nach Amerika fliegen, wo ich mit meiner Mastercard bezahlen kann. Ich könnte auch nach Asien fliegen und dort mit meiner Mastercard bezahlen, und die Gebühren sind relativ niedrig. Aber: Versuchen Sie Geld von Südamerika nach Europa zu schicken. Versuchen Sie dann, es von Europa nach Asien und von Asien nach Nordamerika zu schicken – das funktioniert zwar, ist aber sehr kompliziert und die Gebühren sind in der Regel sehr hoch. Mit der Technologie der Blockchain, aber auch mit der „Anwendung" Kryptowährungen auf der Blockchain ist dies bereits weitgehend gelöst. Wenn ich in Südamerika Bitcoins in meiner Landeswährung kaufe, dann nach Asien fliege und die Bitcoins an eine asiatische Börse schicke, um sie dort wieder in die Landeswährung umzutauschen, habe ich minimale Gebühren, die im normalen Tagesgeschäft keinen Unterschied machen. Das ist ein sehr simpler Anwendungsfall für Kryptowährungen, der allerdings auch ohne Blockchain funktionieren würde, wenn sich Unternehmen auf der ganzen Welt zusammentun und einen Standard für Transfers entwickeln.

Ein anspruchsvollerer Anwendungsfall wäre zum Beispiel die Übertragung von Vermögenswerten jeglicher Art, die mittels Blockchain-Technologie tokenisiert sind. Wenn ich ein einzigartiges Protokoll habe, das es mir erlaubt, jeden beliebigen Vermögenswert zu tokenisieren – eine Aktie eines Unternehmens, ein Kunstwerk als „Non-Fungible Token" (NFT), einen ETF oder vielleicht sogar einen Sneaker, bedeutet das, dass ich ihn quasi analog zu einer Geldwährung verwenden kann. Und das wiederum könnte dazu führen, dass die Menschen angesichts der aktuellen Inflation der Währungen ihre sogenannte Exposure in Währungen reduzieren und in Immobilien oder andere – dann tokenisierte – Vermögenswerte investieren möchten. Und damit könnten sie dann auch bezahlen. Ich könnte also einfach rausgehen und mit einem Quadratzentimeter meiner Immobilieninvestition bezahlen, um mein Inflationsrisiko zu verringern. Das ist eine Funktion, die durch die Blockchain-Technologie erst möglich wird.

interview mit Vorstandsmitgliedern der Digital Assets Association Austria

Wie bewerten Sie die Chancen und Risiken von Kryptowährungen, derer wir uns alle, auch die Regulierungsbehörden, bewusst sein müssen?

Paul Pöltner

Ich arbeite seit zehn Jahren im Bereich Crowdfunding und Alternativfinanzierung, und für mich war es nie einfach, einen Zahlungsanbieter oder eine Bank zu finden, die diese Aktivitäten unterstützen. Eine ähnliche Situation haben wir jetzt mit Blockchain und Krypto. Ich arbeite auch an Tokenisierungsplattformen, und es ist schwierig, einen Zahlungsanbieter zu finden. Die Verwendung von Kryptowährungen könnte eine Lösung sein, aber das Vertrauen ist immer noch sehr gering und die Vorschriften in verschiedenen Ländern sind sehr streng. Auch die mangelnde Verbreitung von Kryptowährungen bremst den Fortschritt. Aber sobald mehr Menschen Kryptowährungen haben, werden sie leicht umsteigen, weil es damit viel einfacher ist, bestimmte Entscheidungen zu treffen und Zahlungen direkt in Smart Contracts zu verwenden und sie in die Logik der Finanzierung einzubinden. Es gibt viele Anwendungsfälle, insbesondere in der Geschäftswelt, in denen die Blockchain-Technologie, darauf aufbauende Anwendungen und Kryptowährungen zu mehr Effizienz führen könnten, aber meiner Meinung nach brauchen wir mehr und bessere Vorschriften, um Vertrauen zu schaffen und die Akzeptanz zu fördern. Natürlich gibt es Risiken, wie zum Beispiel Betrug und Geldverlust, aber die gibt es auch in der traditionellen Wirtschaft.

Bernhard Blaha

Eine zusätzliche Herausforderung, über die man aus irgendeinem Grund nicht gerne spricht, ist, das richtige Maß an Regulierung zu finden. Lassen Sie mich das Beispiel eines Euro-Stablecoins eines französischen Privatunternehmens anführen. Die französische Aufsichtsbehörde geht sehr zurückhaltend damit um, was dazu führt, dass man für die Verwendung dieser Währung sehr viele Hürden überwinden muss – man muss die Wallet verifizieren, für jede Wallet, die man nutzt, ist ein „Know your Customer"(KYC)-Verfahren vorgeschrieben, man muss jede einzelne Transaktion erklären, man kann nur an einer Handvoll Börsen handeln – und der Stablecoin dieser großartigen Firma, die wirklich gute Arbeit leistet, im Alltagsgeschäft kaum nutzbar ist. Das ist ein Beispiel dafür, dass die Regulierung nicht ausgewogen genug ist, um die Innovation zu überwachen, ohne sie zu verhindern. Es gibt natürlich auch das gegenteilige Beispiel, wie den US-Dollar-Tether, der meiner Meinung nach stark unterreguliert ist. Überregulierung und Unterregulierung sind ein großes Risiko. Der Schlüssel dazu, ob Kryptowährungen, stabile Münzen und CBDCs eine breite Akzeptanz finden und ihr Potenzial ausschöpfen, liegt darin, den Sweet Spot der Regulierung zu finden.

Kontakt

Boris Martinovic
Director of Public Policy
boris.martinovic@mastercard.com

Mastercard Österreich

Wipplinger Straße 30
1010 Wien