

marketmind



Instant Payments | 360° Studie

Stakeholder:innen Retail

Bericht Retail



Februar 2024

The logo features a stylized red 'O' followed by the word 'oenpay' in a blue, lowercase sans-serif font. The entire logo is on a white rectangular piece of paper with a yellow adhesive strip at the top, giving it the appearance of a sticky note.

 oenpay

01

Zielsetzung und Studiendesign



- ❓ Im Zentrum der Studie steht daher die Evaluierung des **Kundenbedarfes bzw. -potenzials** im ersten Schritt in Bezug auf **Zahlungslösungen allgemein**.
- ❓ Die Zahlungsmöglichkeit der **Echtzeitzahlung** soll dabei im Besonderen beachtet werden.
- ❓ Die Studie soll Informationen liefern, ob die Zahlungslösung „Echtzeitzahlung“ die Bedürfnisse der Bankkunden abdeckt und in welchen Vorteilen Begeisterungspotenzial steckt.
- ❓ Weiteres sollen Inputs generiert werden, wie die **Echtzeitzahlungen ausgestaltet** sein müssen, um diese Zahlungsmöglichkeit zu nutzen bzw. deren Nutzung zu erhöhen.



i Qualitätskriterien in der Feldphase

- Feldphasenkontrolle durch den Projektleiter
- Test auf allen Endgeräten und Browsern
- Kontrolle nach 5% und 20% der Stichprobe
- Elimination "Durchklicker" (Dauer, Antwortgüte)

*Der Gesamtdatensatz wurde auf eine repräsentative Verteilung nach den demographischen Merkmalen (lt. Statistik Austria) sowie der Zahlungsmittelnutzung (aufgrund des Boost Samples) rückgewichtet, um eine Abbildung der österreichischen Grundgesamtheit zu ermöglichen.

n = 1165*



repräsentativ für Österreich
zwischen 16 - 87 Jahren (nach Alter,
Geschlecht, Bildung, Bundesland)



n = 993 CAWI-Interviews
Boost für Instant Payment Nutzer: 72 CAWI-Interviews
LOI: 17 Minuten (Median)



n = 100 CATI-Interviews
LOI: 23 Minuten (Median)



Feldphase: 15. Dezember 2023 – 19. Jänner 2024

02

Zahlungsverkehr – Aktuelles Nutzungsverhalten



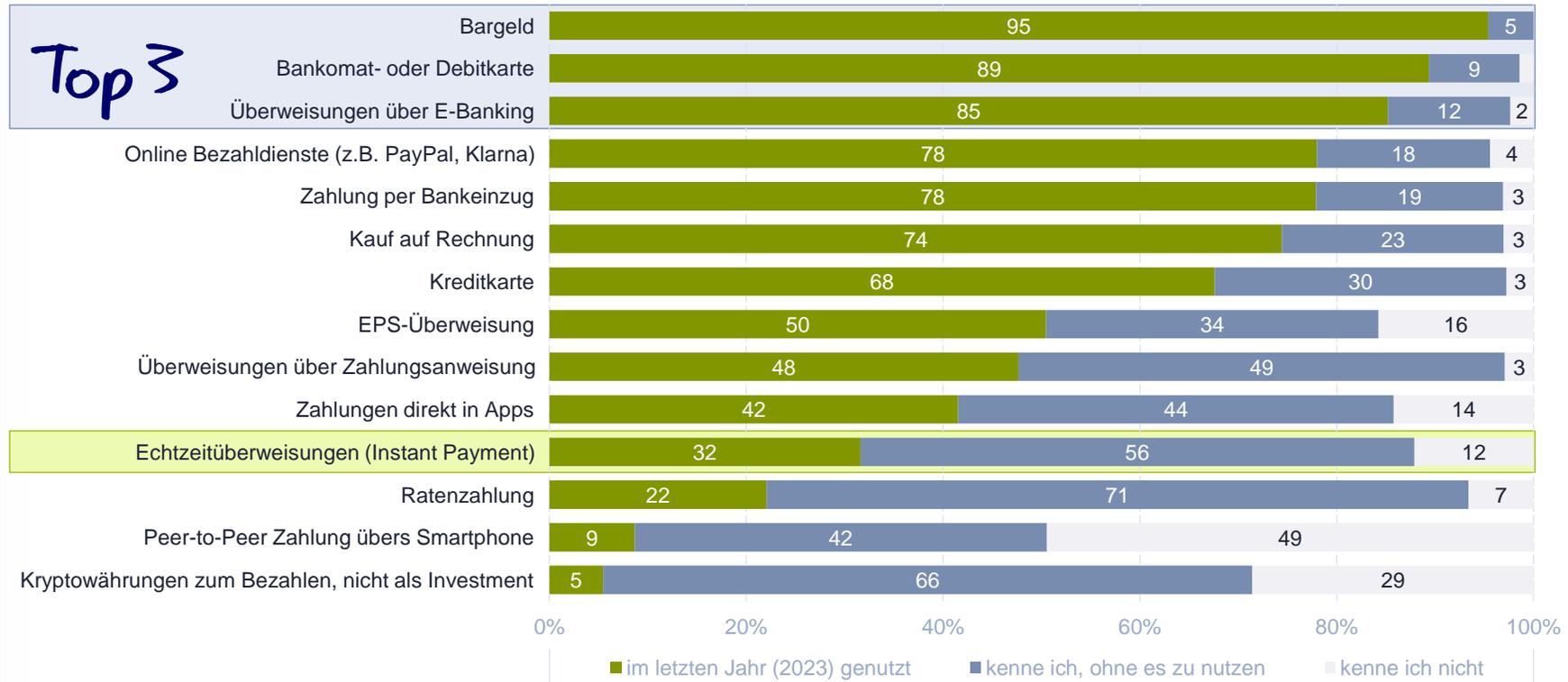


Bekanntheit und aktuelle Nutzung von Zahlungsmitteln?



Die Top 3 Zahlungsmittel sind Bargeld, Bankomatkarte und Online Überweisungen über die Banking App. Echtzeitüberweisungen sind bereits bei einem Großteil der ÖsterreicherInnen bekannt und wurden von rund einem Drittel zumindest einmal genutzt.

Prozent der Auskunftspersonen



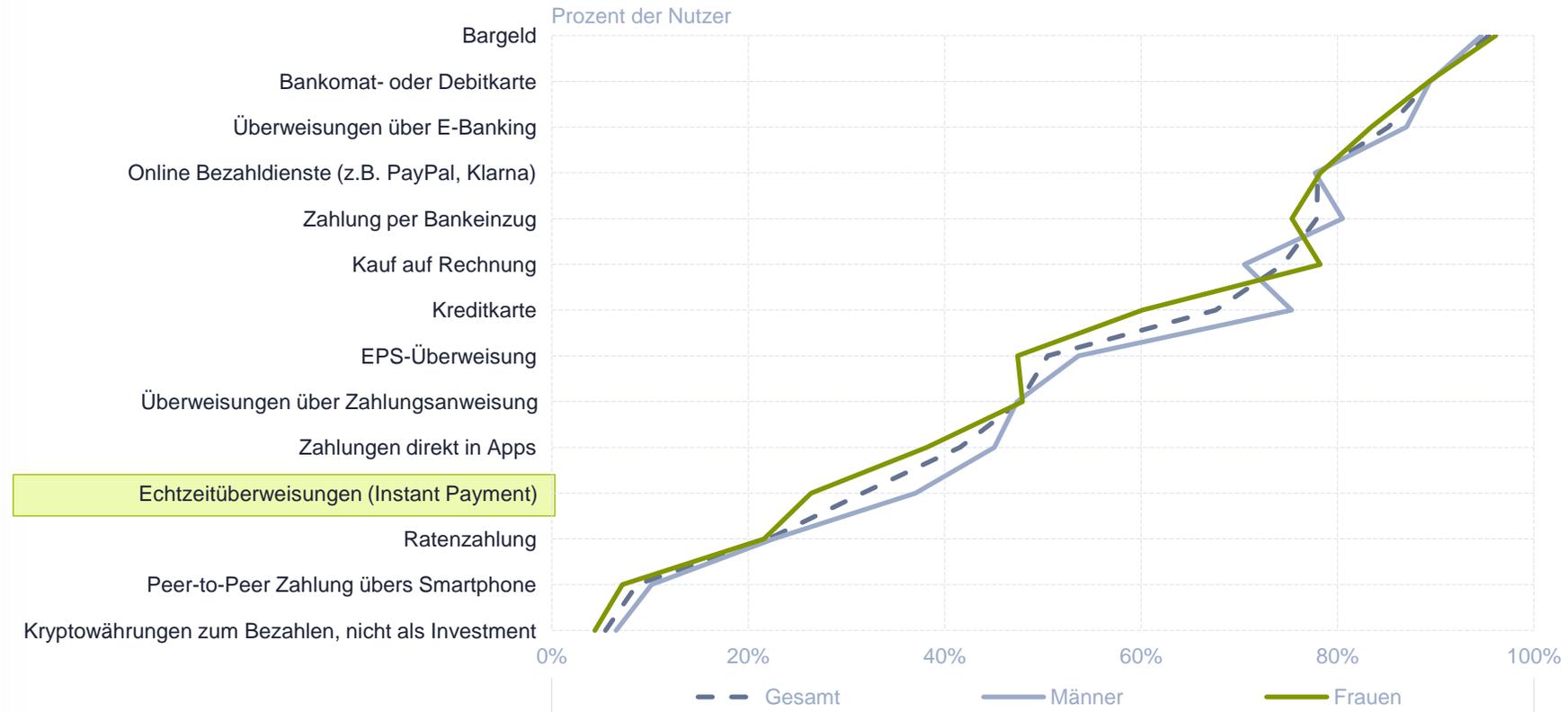
"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"



**Von wem werden die einzelnen
Zahlungsmittel genutzt?**



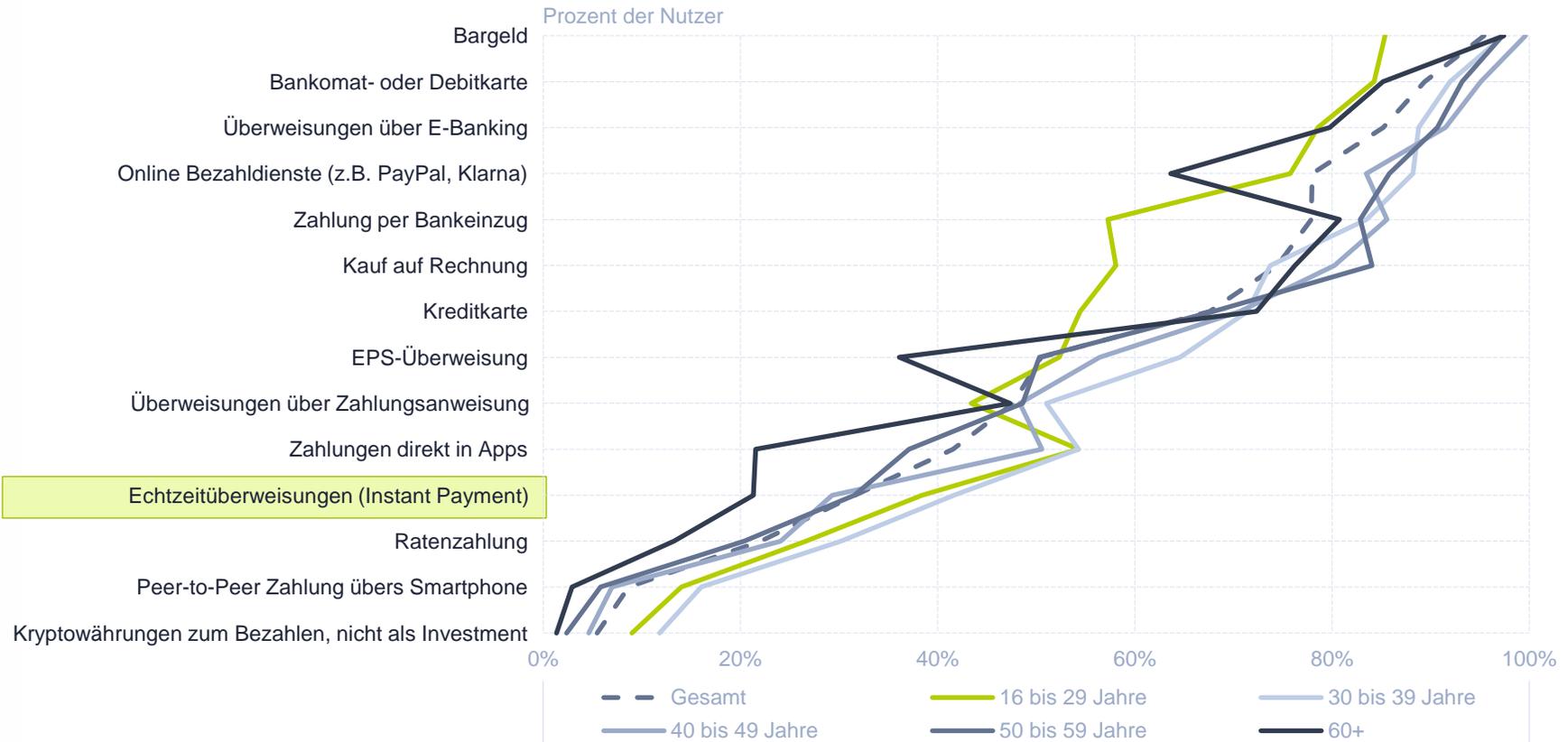
Männer nutzen verschiedene Zahlungsmittel grundsätzlich häufiger als Frauen – allen voran Kreditkartenzahlungen, Zahlungen in Apps und Echtzeitüberweisungen. Frauen nutzen dafür lieber traditionellere Zahlungsformen wie Kauf auf Rechnung oder Bargeld.



"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"



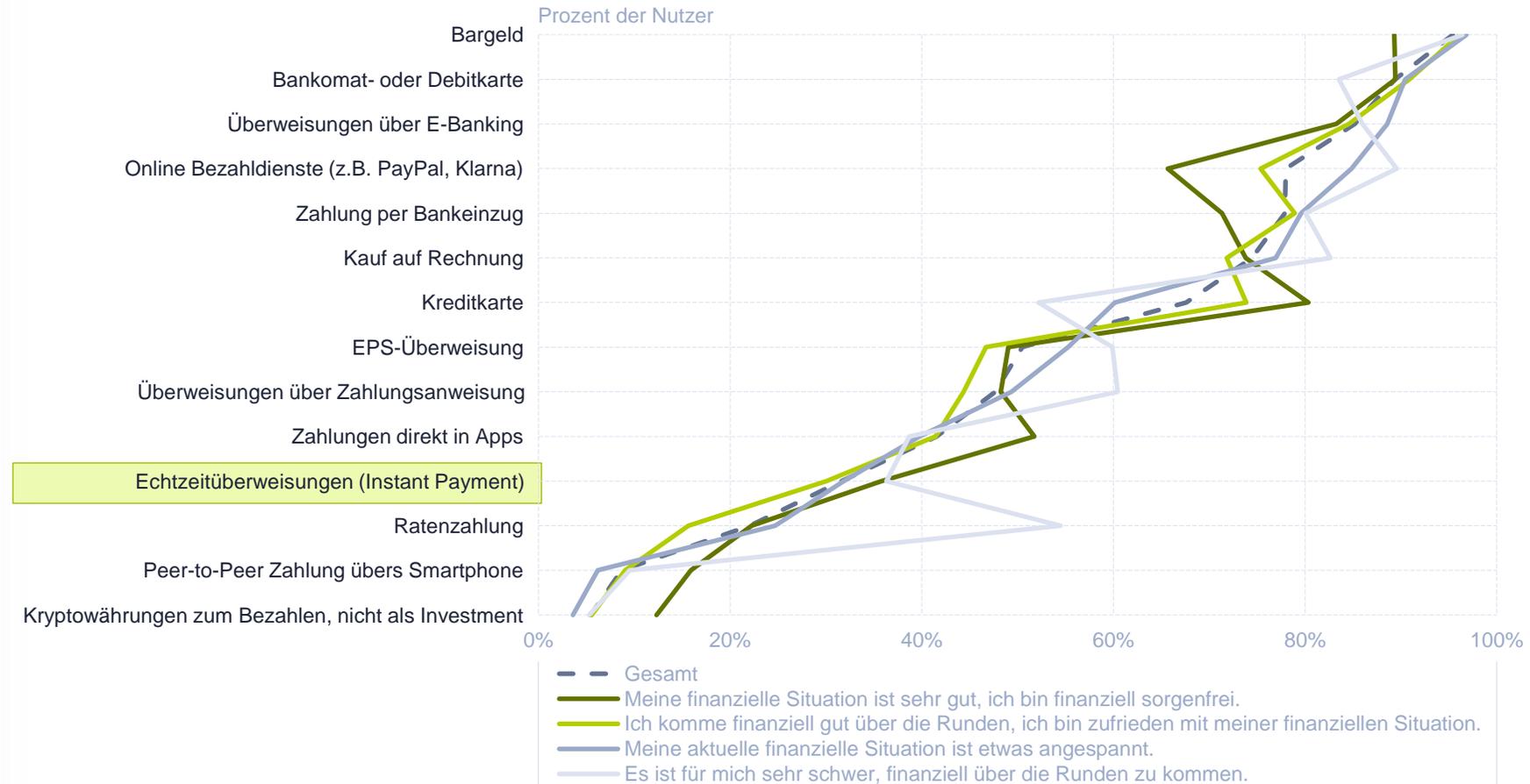
Sowohl die jüngste als auch die älteste Altersgruppe nutzt eine geringere Vielfalt an Zahlungsmittel. Die stärksten aktuellen Nutzer von Echtzeitüberweisungen sind Personen bis 39 Jahren.



"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"



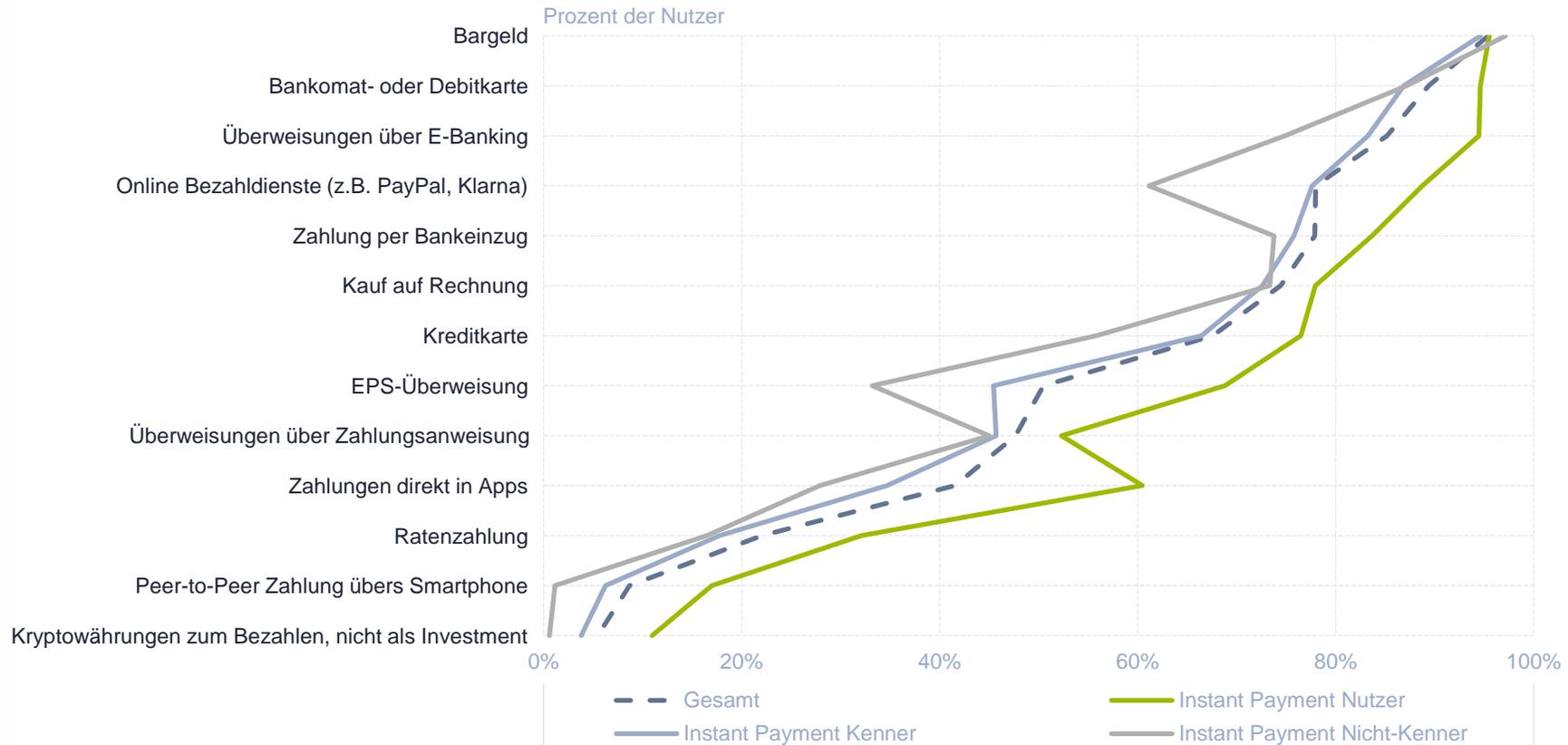
Am häufigsten werden Echtzeitüberweisungen von Personen mit sehr guter finanzieller Situation eingesetzt, aber auch von Personen, für die es schwer ist finanziell über die Runden zu kommen. Motive dürften allerdings unterschiedlich sein.



"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"



Instant Payment Nutzer verwenden auch alle anderen Zahlungsmittel außer Bargeld häufiger als Nicht-Nutzer / Nicht-Kenner. Vor allem bei Zahlungen direkt in-Apps ist der Unterschied zum Durchschnitt groß.



Anmerkung: Werte mit n < 10 wurden ausgeblendet.

"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"

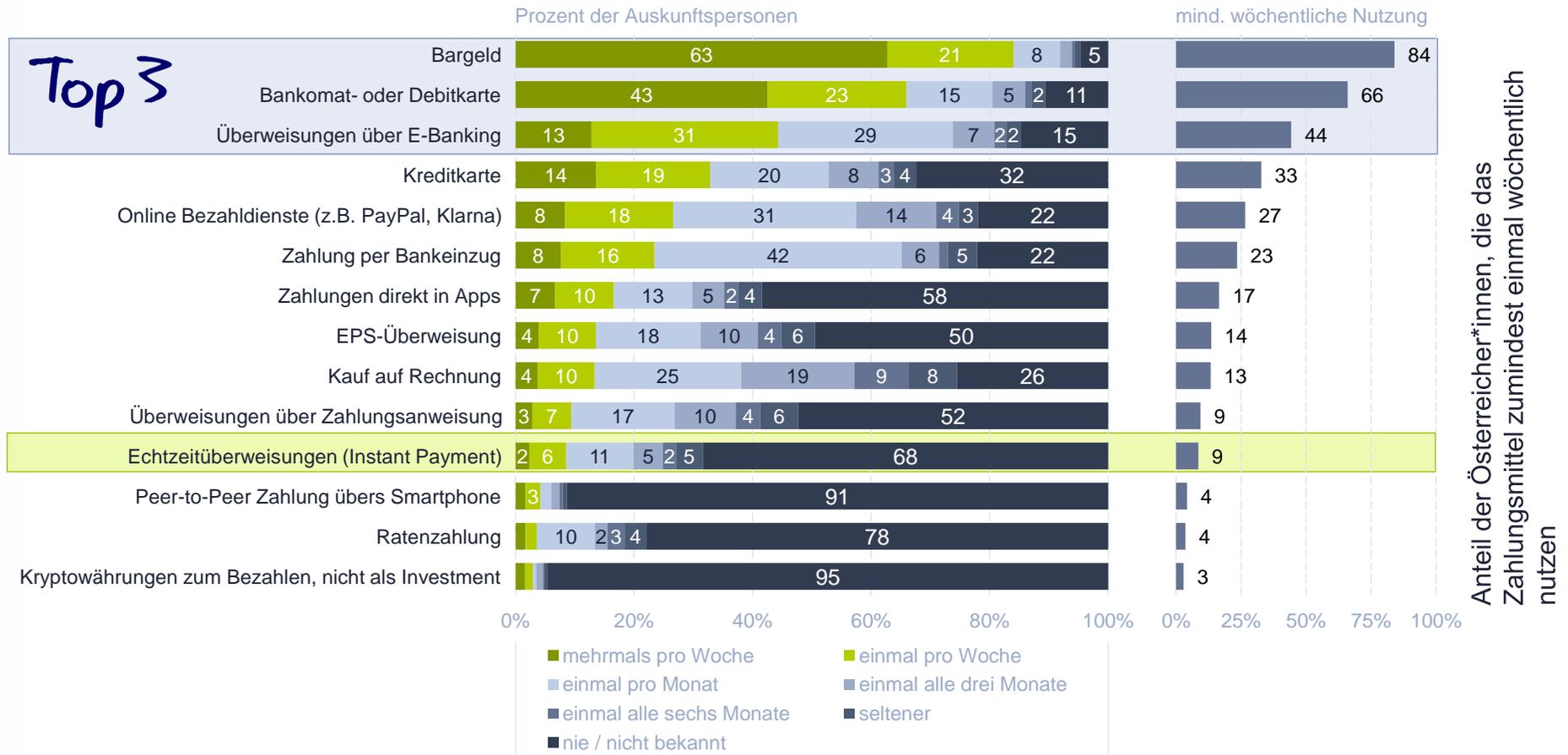
n = 1165 (407/548/210)



Wie häufig werden die einzelnen Zahlungsmittel genutzt?



Bargeld ist immer noch das Zahlungsmittel, das am häufigsten genutzt wird, gefolgt von der Bankomatkarte. Instant Payment wird von 9% der Österreicher*innen zumindest wöchentlich genutzt.



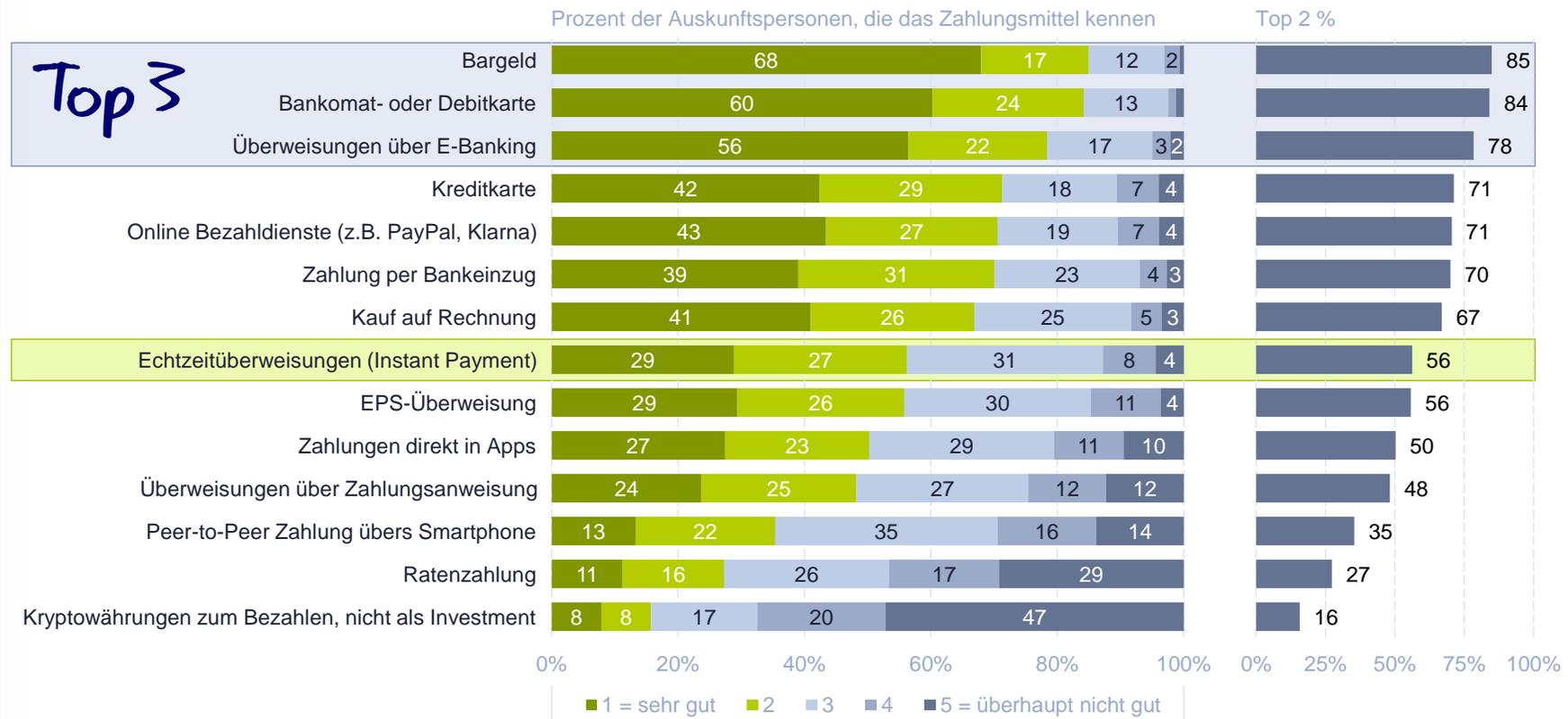
"Wie häufig nutzen Sie folgende Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten?"



Wie werden die Zahlungsmittel bewertet?



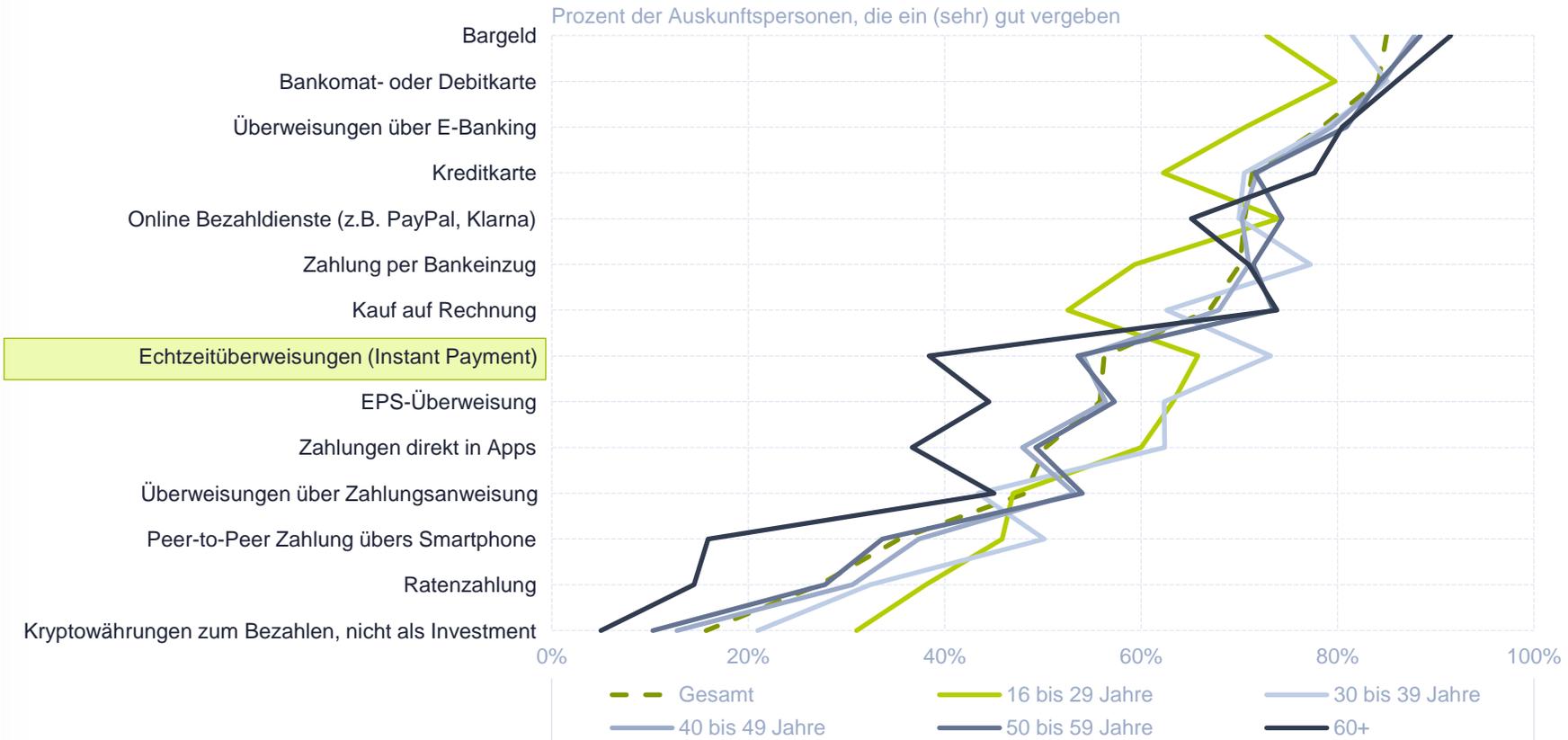
Die drei bestbewerteten Zahlungsmittel in Österreich sind Bargeld, Bankomatkarte und E-Banking/Online Banking. Kritischer sind ÖsterreicherInnen gegenüber Peer-to-Peer Zahlungen, Ratenzahlungen und Kryptowährungen eingestellt. Instant Payment wird von der Hälfte gut bewertet.



"Wie bewerten Sie persönlich insgesamt die folgenden Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten?"



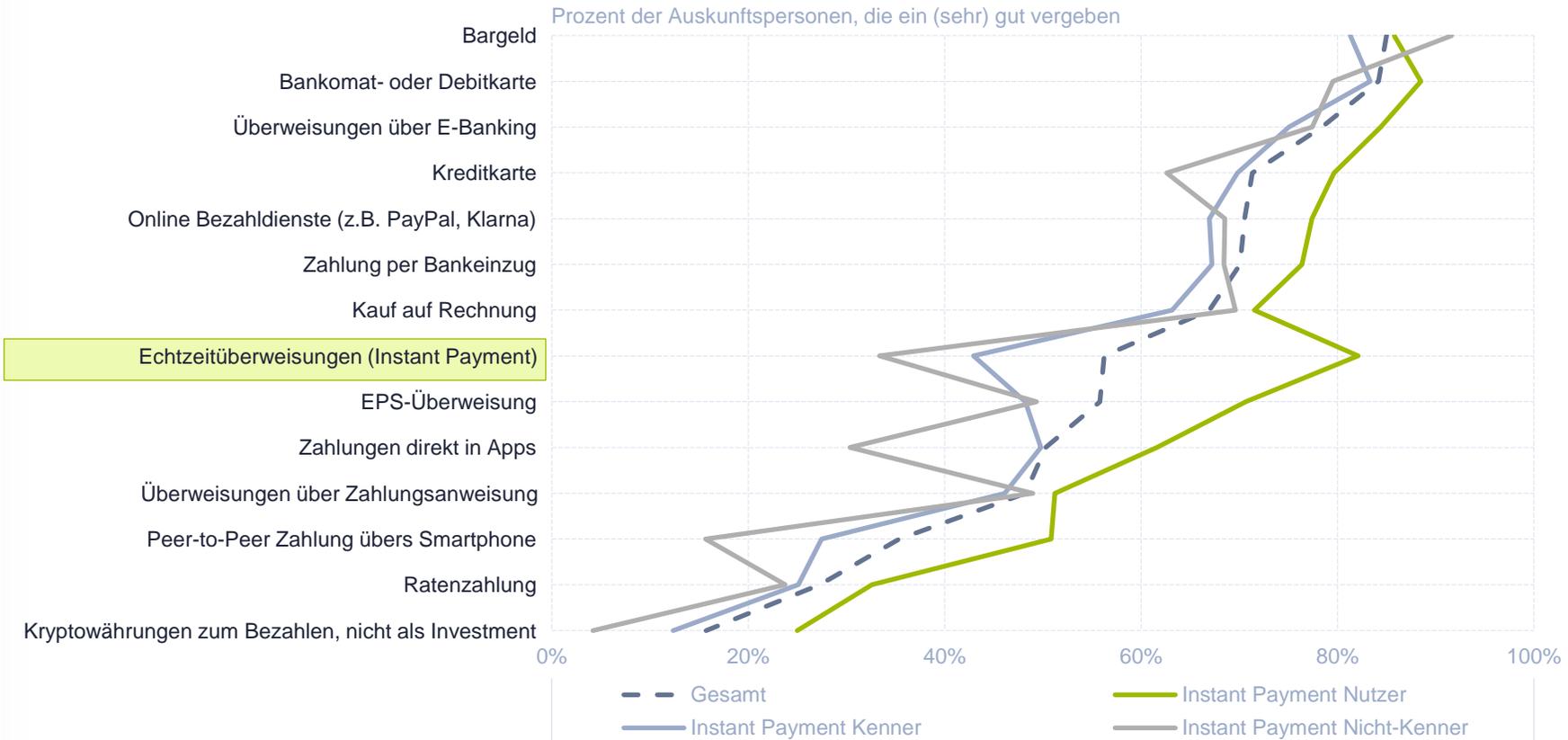
Unter 40-Jährige bewerten Echtzeit-, EPS- und In-App Zahlungen deutlich besser als ältere Personen.



"Wie bewerten Sie persönlich insgesamt die folgenden Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten?"



Instant Payment Nutzer sind allen Zahlungsmitteln gegenüber positiver eingestellt als Nichtnutzer / Nichtkenner. Nur Bargeld wird von Nichtkennern positiver bewertet. Dies weist darauf hin, dass die aktuellen Nutzer eine hochinvolviert sind.



"Wie bewerten Sie persönlich insgesamt die folgenden Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten?"



Es gibt einen linearen Zusammenhang zwischen der Nutzung und der Bewertung von Zahlungsmittel. Echtzeitüberweisung wird zwar genauso gut bewertet wie EPS-Überweisung, jedoch weniger genutzt.



""Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"" ""Wie bewerten Sie persönlich insgesamt die folgenden Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten?""

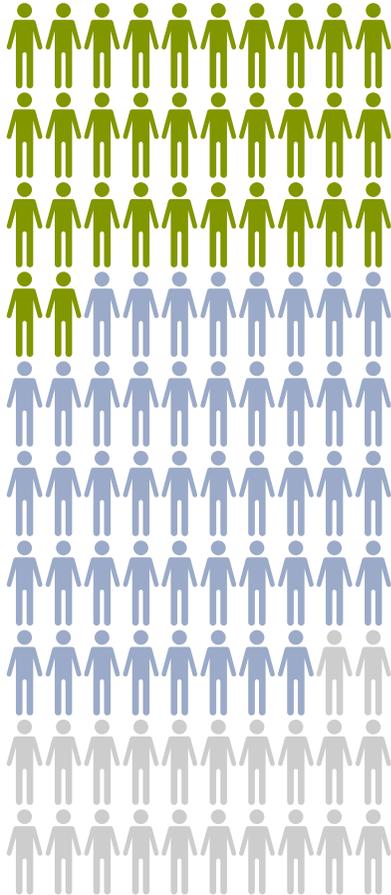
03

Zielgruppen- Verständnis





Wer nutzt Echtzeitüberweisungen (wie häufig)?



32%

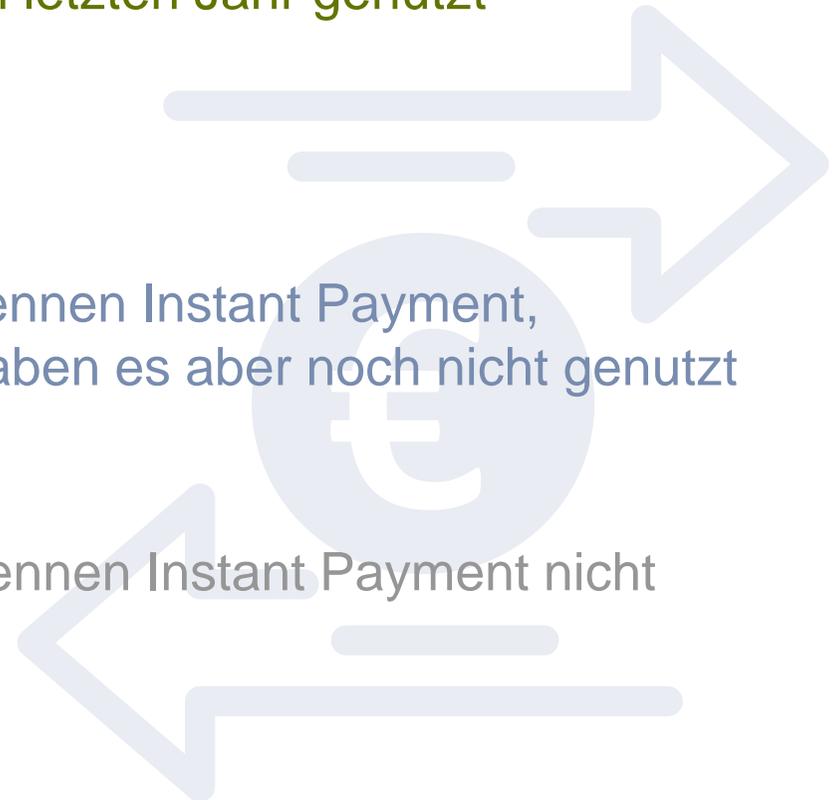
haben Instant Payment
im letzten Jahr genutzt

56%

kennen Instant Payment,
haben es aber noch nicht genutzt

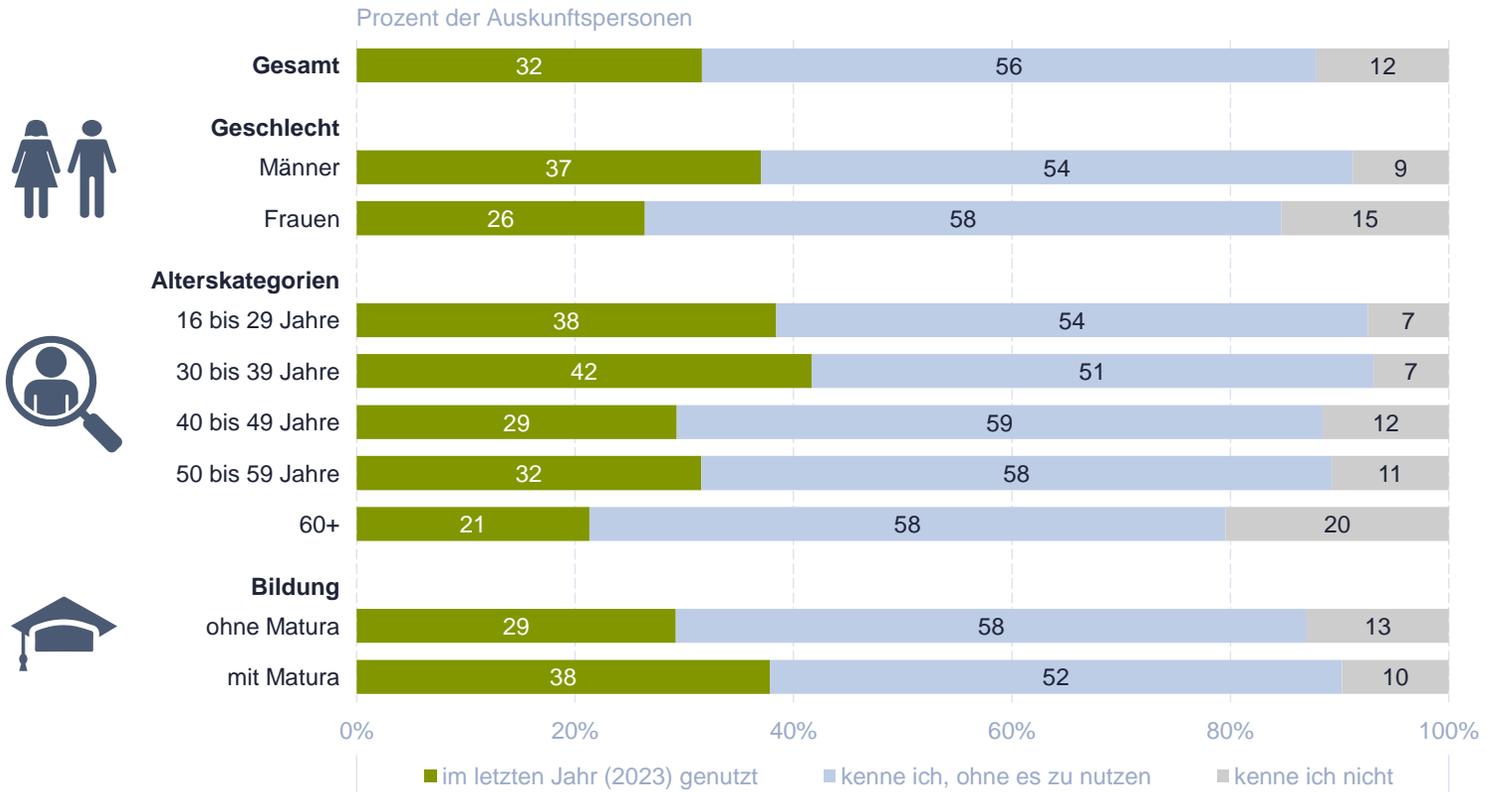
12%

kennen Instant Payment nicht





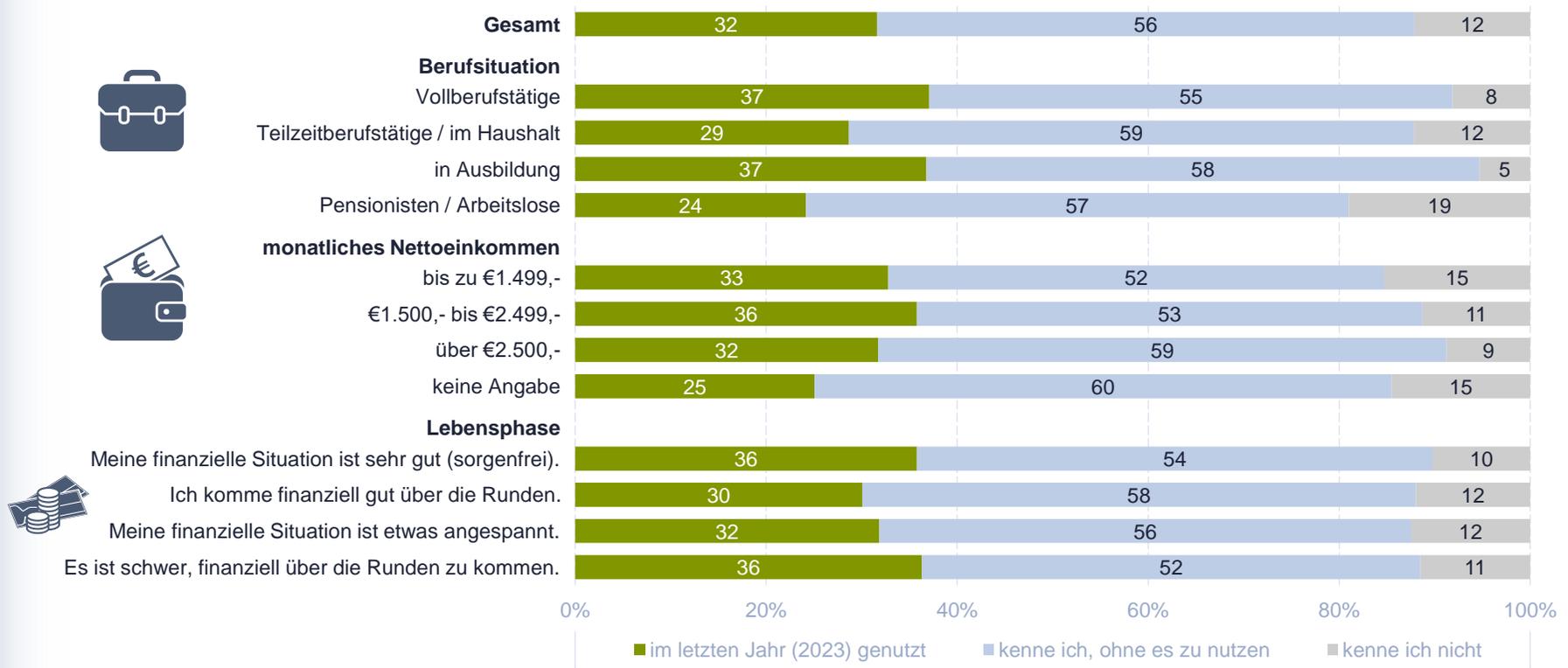
Unter Instant Payment Nutzern zählen häufiger Männer, 30- bis 39-Jährige und Personen mit Matura.



"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"

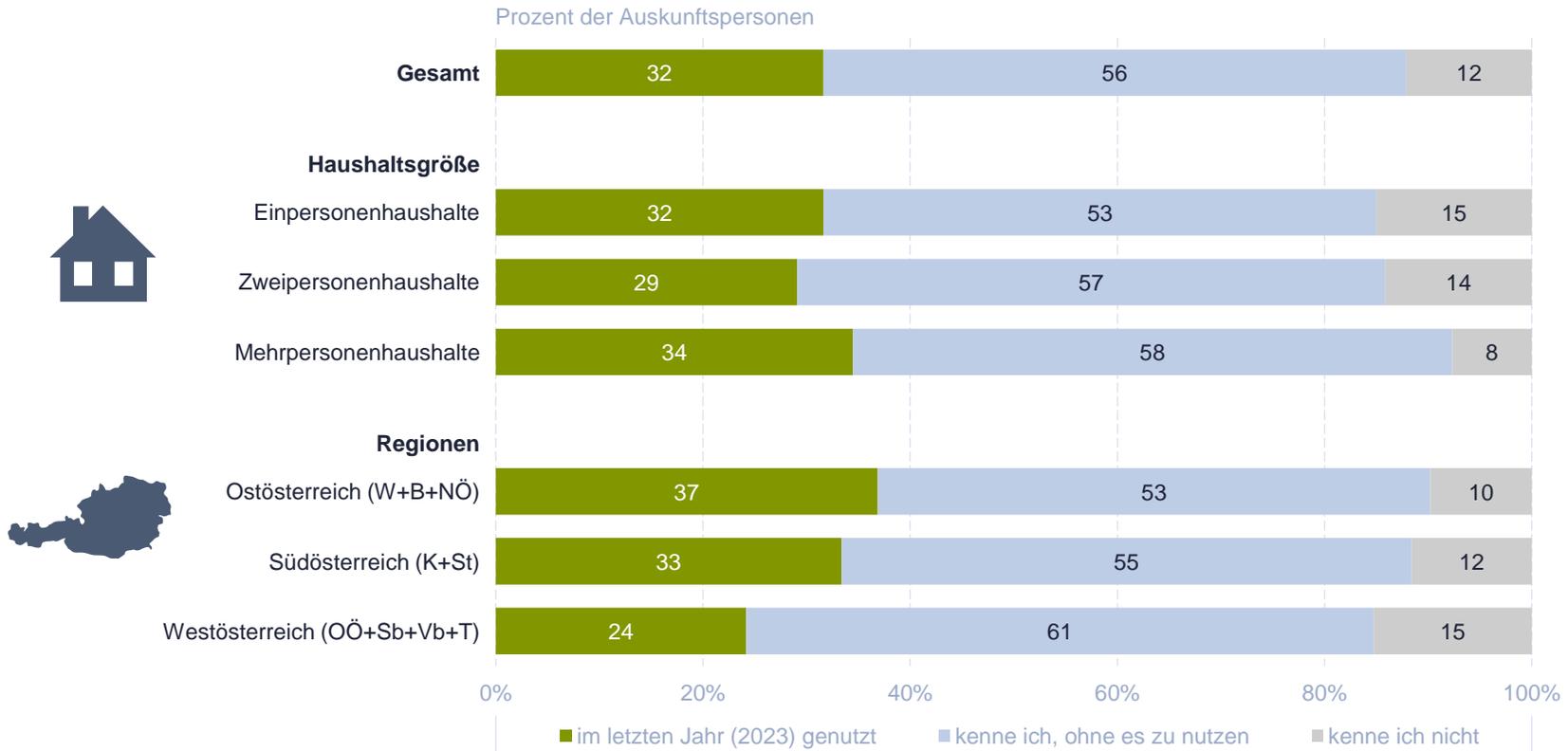
! Sowohl Personen, die finanziell sorgenfrei sind als auch jene Gruppen, die es zurzeit schwer haben über die Runden zu kommen verzeichnen eine höhere Anzahl an Instant Payment Nutzern.

Prozent der Auskunftspersonen



"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"

! In Ostösterreich gibt es mehr Nutzer von Instant Payment als im Westen Österreichs.



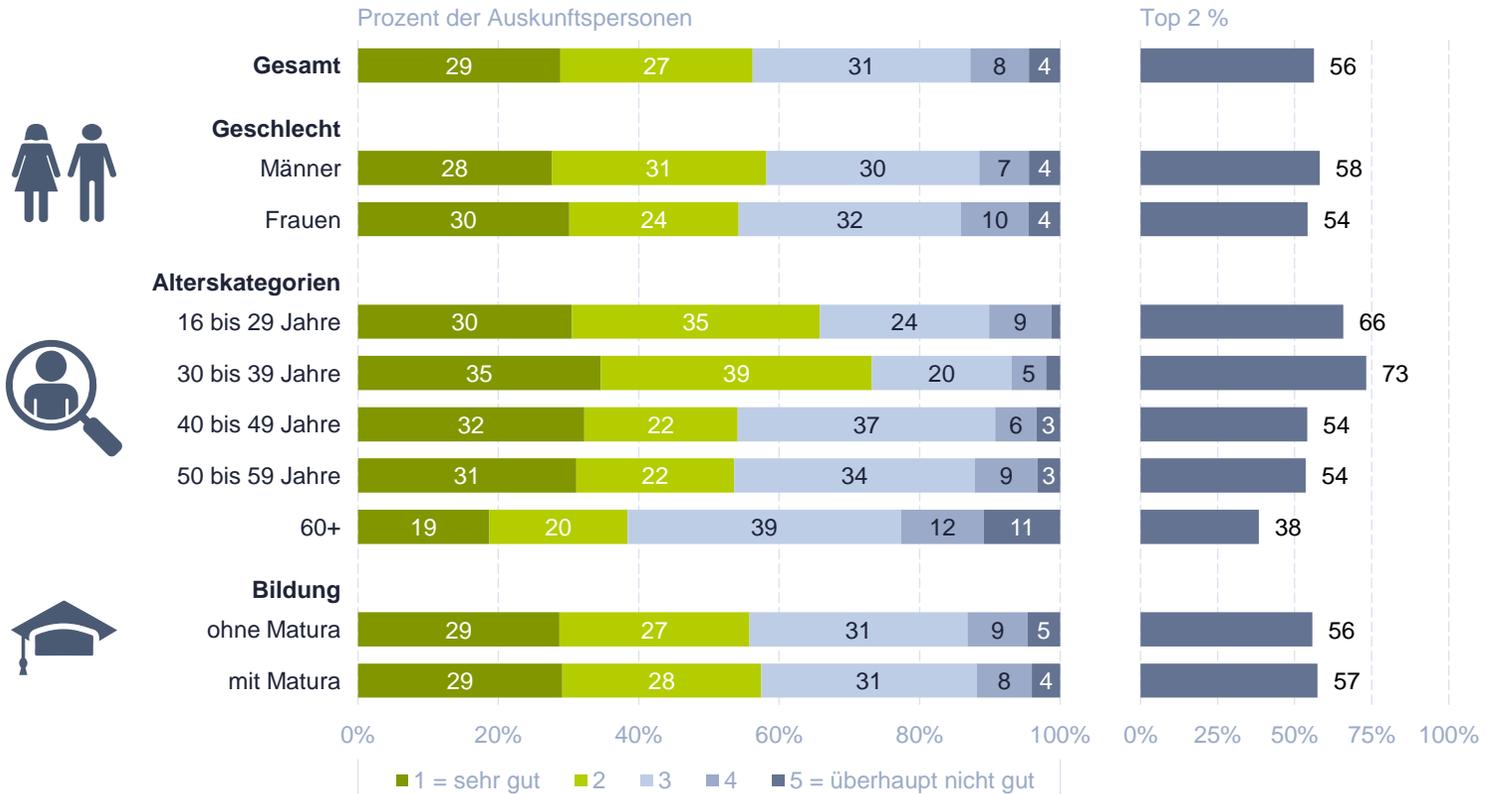
"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?"



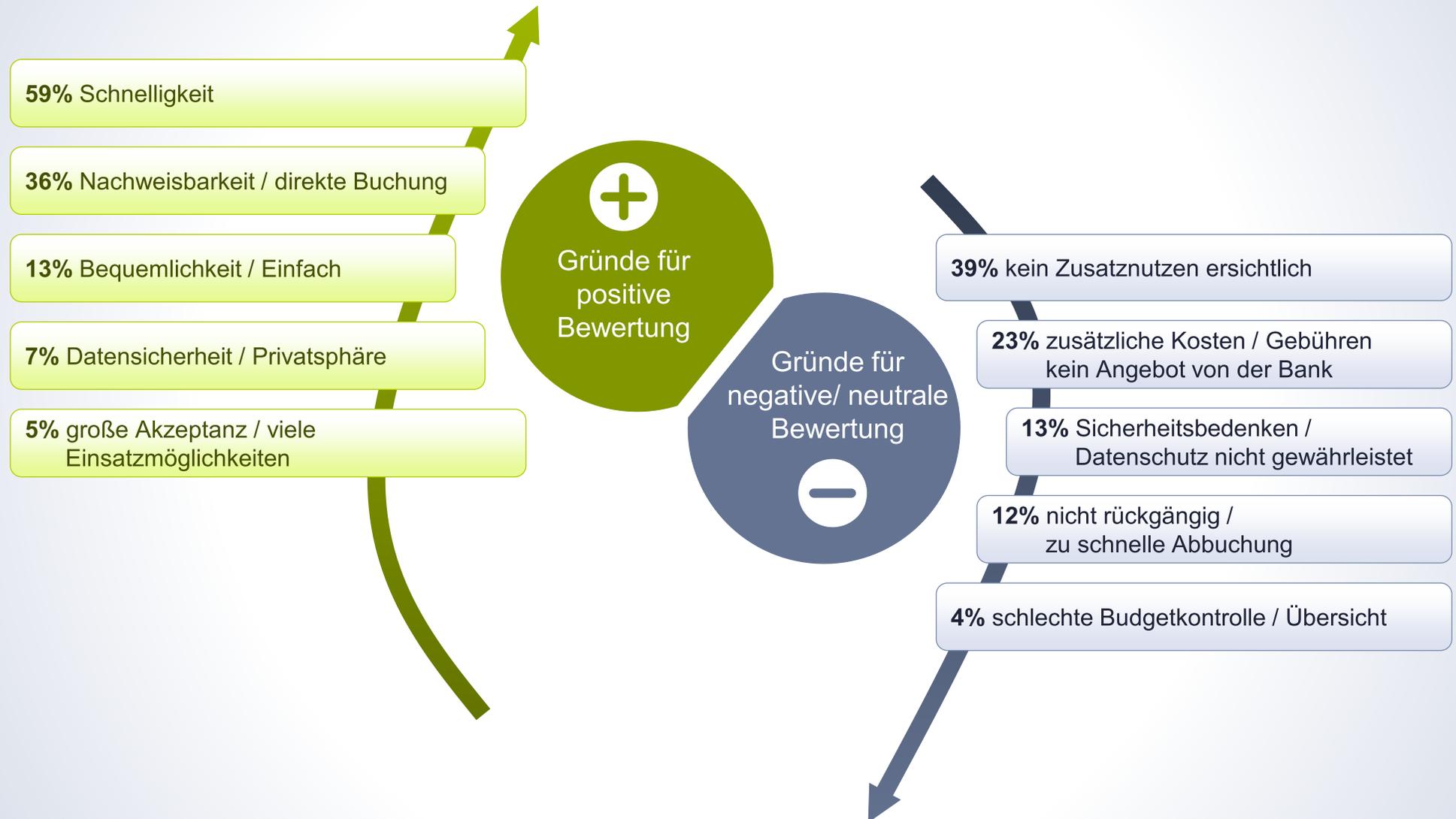
Wie werden Echtzeitüberweisungen bewertet?



Die Hälfte der Instant Payment Kenner geben der Zahlungsmethode eine (sehr) gute Bewertung. 30–39-Jährige nutzen Instant Payment nicht nur am häufigsten sondern geben ihr auch die beste Bewertung.



"Wie bewerten Sie persönlich insgesamt die folgenden Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten?"



Anmerkung: Gründe absteigend nach Häufigkeit der Nennungen sortiert

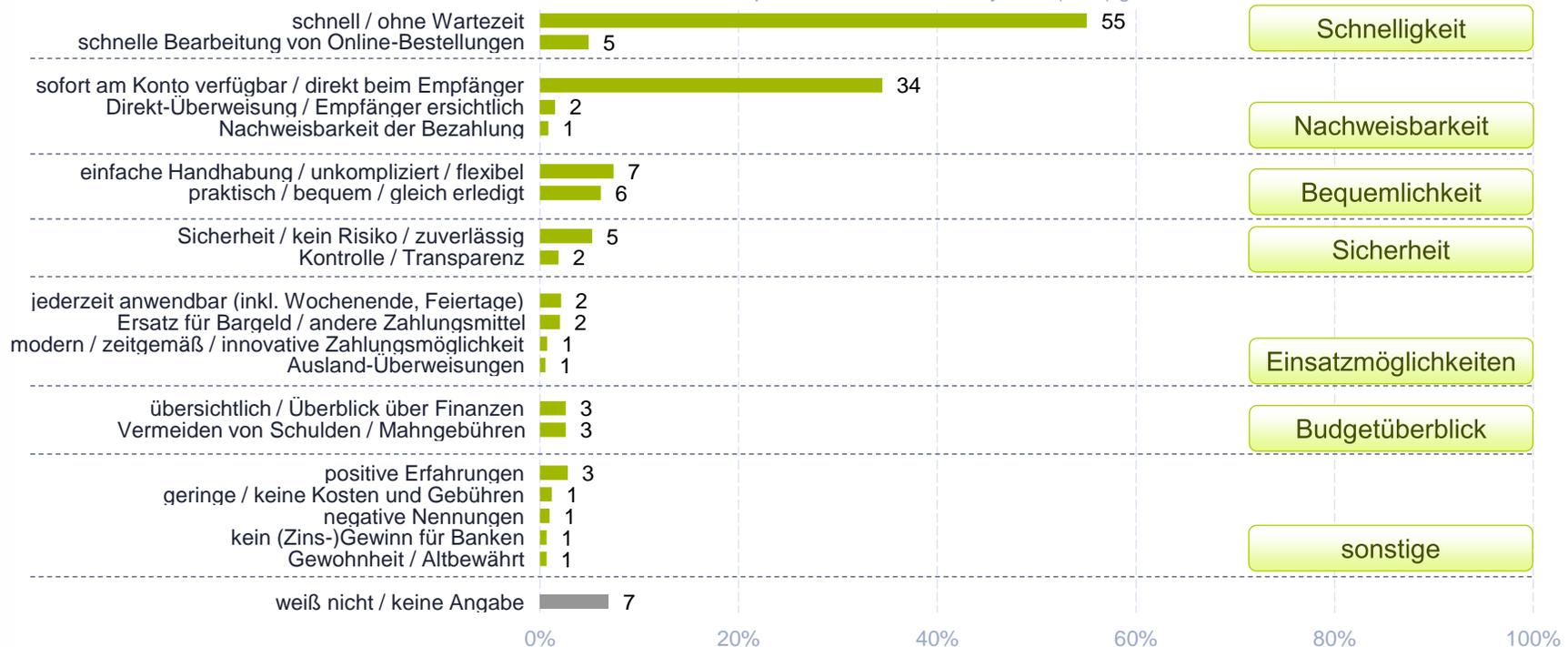
“Sie haben Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen eher gut bewertet. Worin sehen Sie die Vorteile dieser Zahlungsmethode?“ / “Sie haben Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen eher weniger gut bewertet. Worin sehen Sie die Nachteile dieser Zahlungsmethode?“

n = 591; 442



Die Schnelligkeit ist ein klarer Vorteil von Instant Payment gegenüber einem anderen Zahlungsmittel. Auch, dass das Geld schnell verfügbar bzw. direkt beim Empfänger landet ist ein Grund für eine positive Bewertung.

Prozent der Auskunftspersonen, die Instant Payment (sehr) gut bewerten

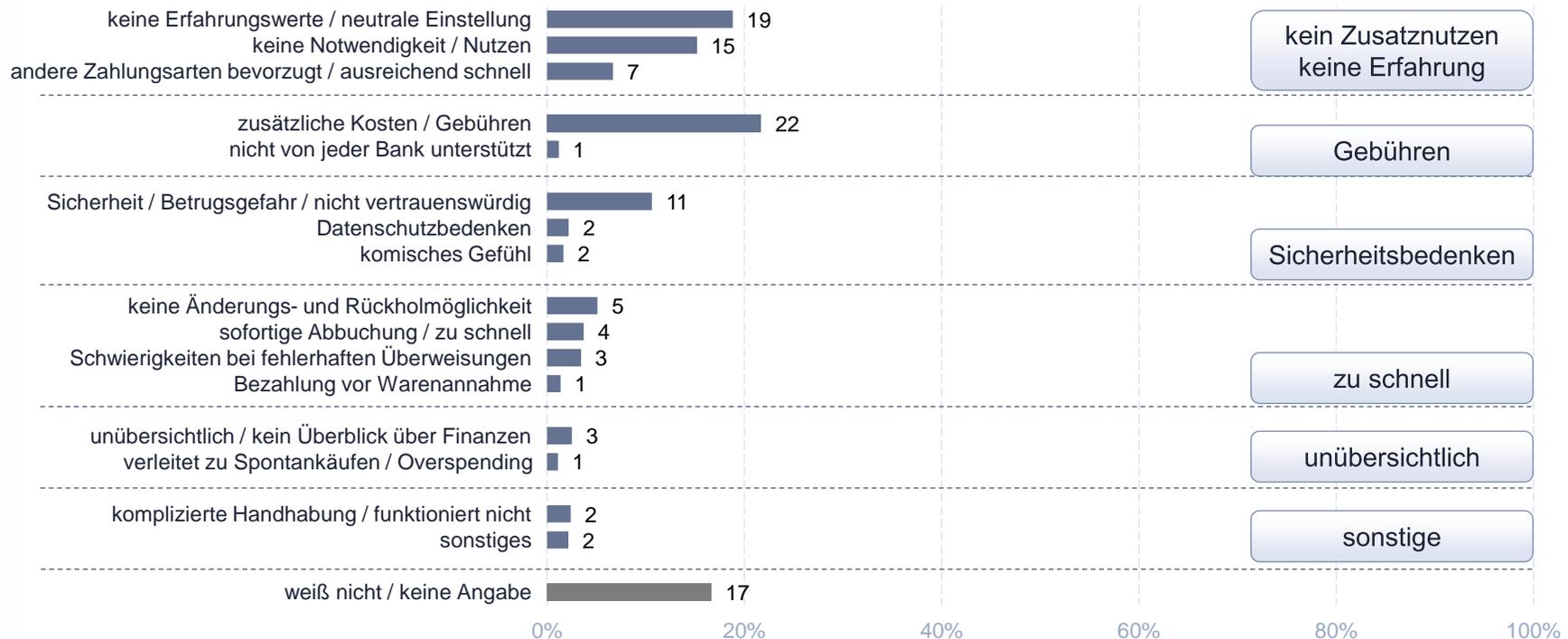


“Sie haben Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen eher gut bewertet. Worin sehen Sie die Vorteile dieser Zahlungsmethode?”



Personen, die Instant Payment eher kritischer gegenüberstehen, nennen am häufigsten die derzeitigen Zusatzgebühren als Nachteil. Insgesamt führen aber die geringen Erfahrungen und auch der nicht klar ersichtliche Nutzen von Instant Payment zu Bedenken.

Prozent der Auskunftspersonen, die Instant Payment (eher) weniger gut bewerten



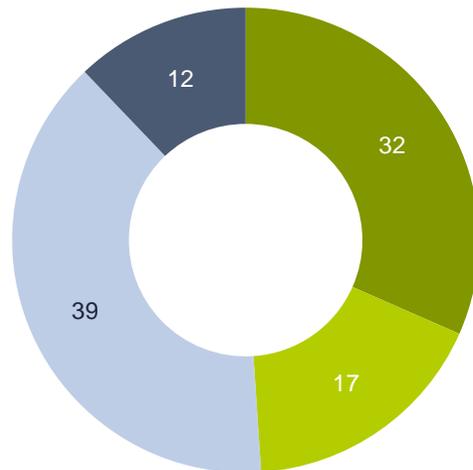
“Sie haben Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen eher weniger gut bewertet. Worin sehen Sie die Nachteile dieser Zahlungsmethode?“



**Wie groß ist das Potenzial einer
Instant Payment Nutzung?**

Instant Payment

Prozent der Auskunftspersonen



- Nutzer
- Interessenten
- geringes / kein Interesse
- Nicht-Kenner

Nutzer	haben im letzten Jahr Instant Payment genutzt
Interessenten	haben Instant Payment noch nicht genutzt, zeigen aber Interesse an einer Nutzung
geringes / kein Interesse	haben Instant Payment noch nicht genutzt, zeigen auch kein Interesse an einer Nutzung
Nicht-Kenner	ist Instant Payment nicht bekannt, auch nicht nach Vorliegen einer Erklärung*

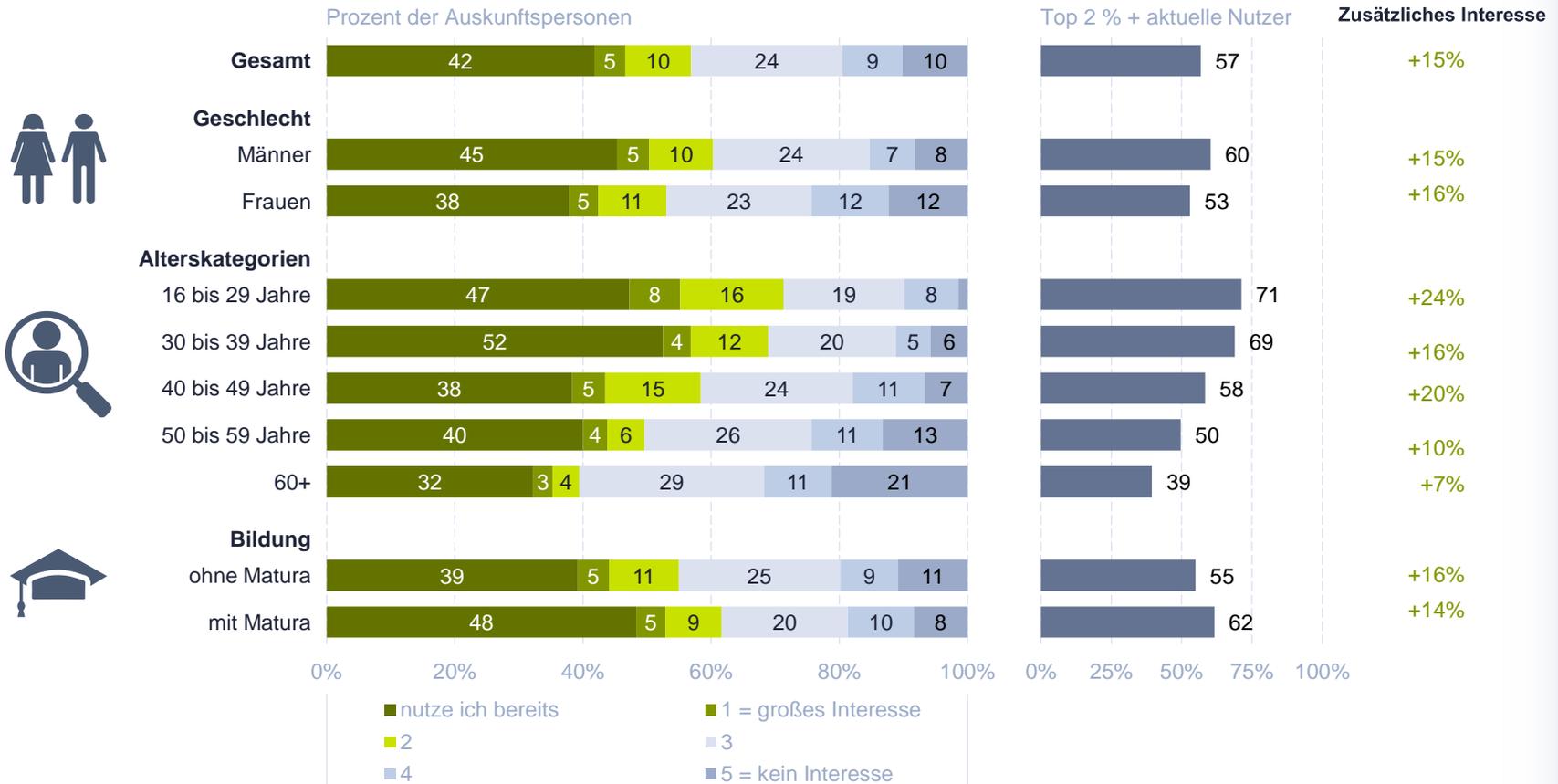
marketmind

*Erklärung im Fragebogen:
 „Bei Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen (Instant Payment) erfolgt die Zahlung innerhalb von wenigen Sekunden rund um die Uhr und an jedem Kalendertag, auch an Feiertagen und Wochenenden. Der Betrag ist unmittelbar am Empfängerkonto verfügbar.“

"Bitte geben Sie an, welche Sie persönlich kennen oder innerhalb der letzten 12 Monate genutzt haben?" / "Sie haben angegeben, dass Sie Echtzeitzahlungen (Instant Payment) aktuell noch nicht nutzen. Haben Sie grundsätzlich Interesse an dieser Zahlungsmethode?"



Unter Instant Payment Kenner ist das zukünftige Potenzial bei den unter 30jährigen am größten. Frauen zeigen dasselbe zusätzliche Interesse wie Männer.



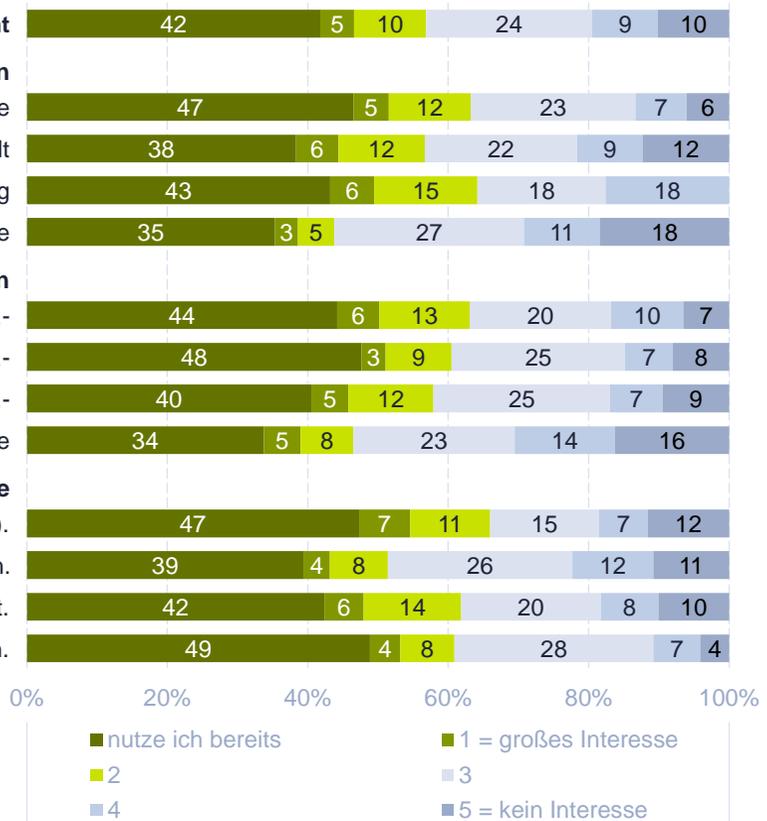
"Sie haben angegeben, dass Sie Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen (Instant Payment) aktuell noch nicht nutzen. Haben Sie grundsätzlich Interesse an dieser Zahlungsmethode?"



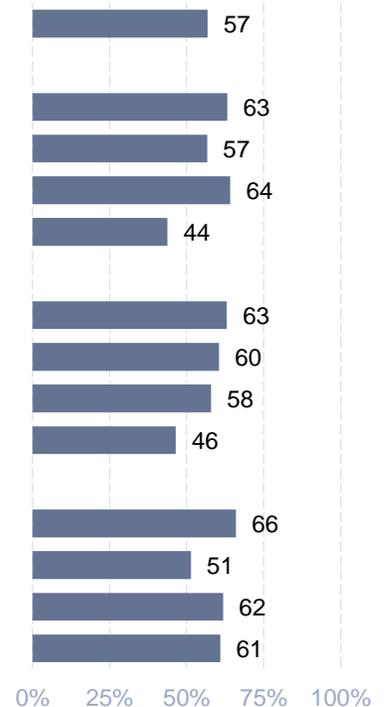
Personen in Ausbildung mit (noch) niedrigem Einkommen haben ein höheres Interesse an einer Nutzung. Personen, die finanziell eher sorgenfrei sind, haben derzeit das größte Potenzial, da 66% Instant Payment bereits nutzen bzw. Interesse daran zeigen.



Prozent der Auskunftspersonen



Top 2 % + aktuelle Nutzer



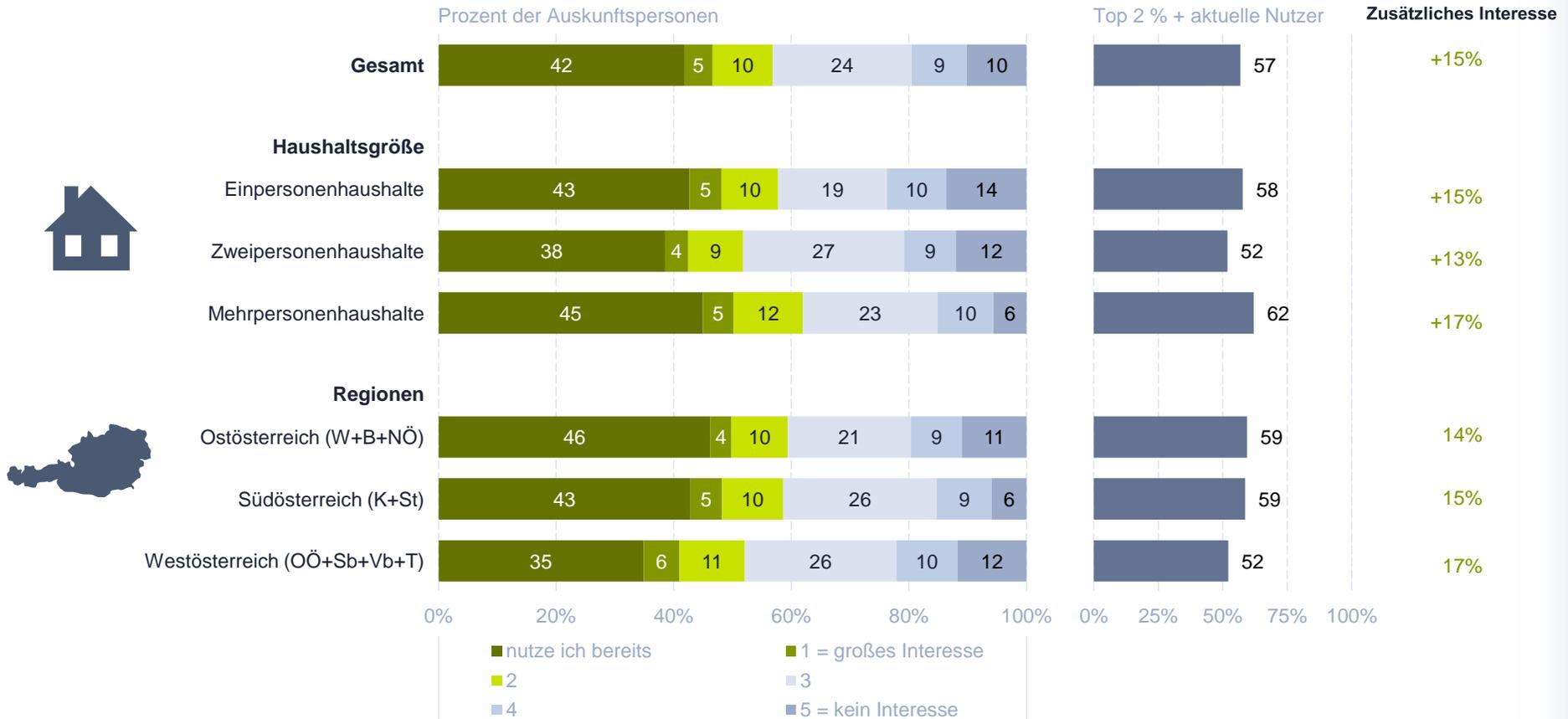
Zusätzliches Interesse

+15%
+17%
+18%
+21%
+8%
+19%
+12%
+17%
+13%
+18%
+12%
+20%
+12%

"Sie haben angegeben, dass Sie Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen (Instant Payment) aktuell noch nicht nutzen. Haben Sie grundsätzlich Interesse an dieser Zahlungsmethode?"



Nutzer gibt es vor allem in Ostösterreich. Das zusätzliche Interesse ist gleich über Österreich verteilt.



"Sie haben angegeben, dass Sie Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen (Instant Payment) aktuell noch nicht nutzen. Haben Sie grundsätzlich Interesse an dieser Zahlungsmethode?"

04

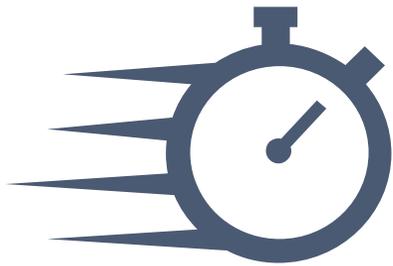
Nutzungsmotive von Zahlungsmittel





**Welche Argumente sprechen
für die einzelnen Zahlungsmittel?**

**schneller
Bezahlvorgang**



70%

(Top 2 Box)

**Nachweisbarkeit
der Bezahlung**



64%

(Top 2 Box)

**einfache Nutzung /
Bequemlichkeit**



63%

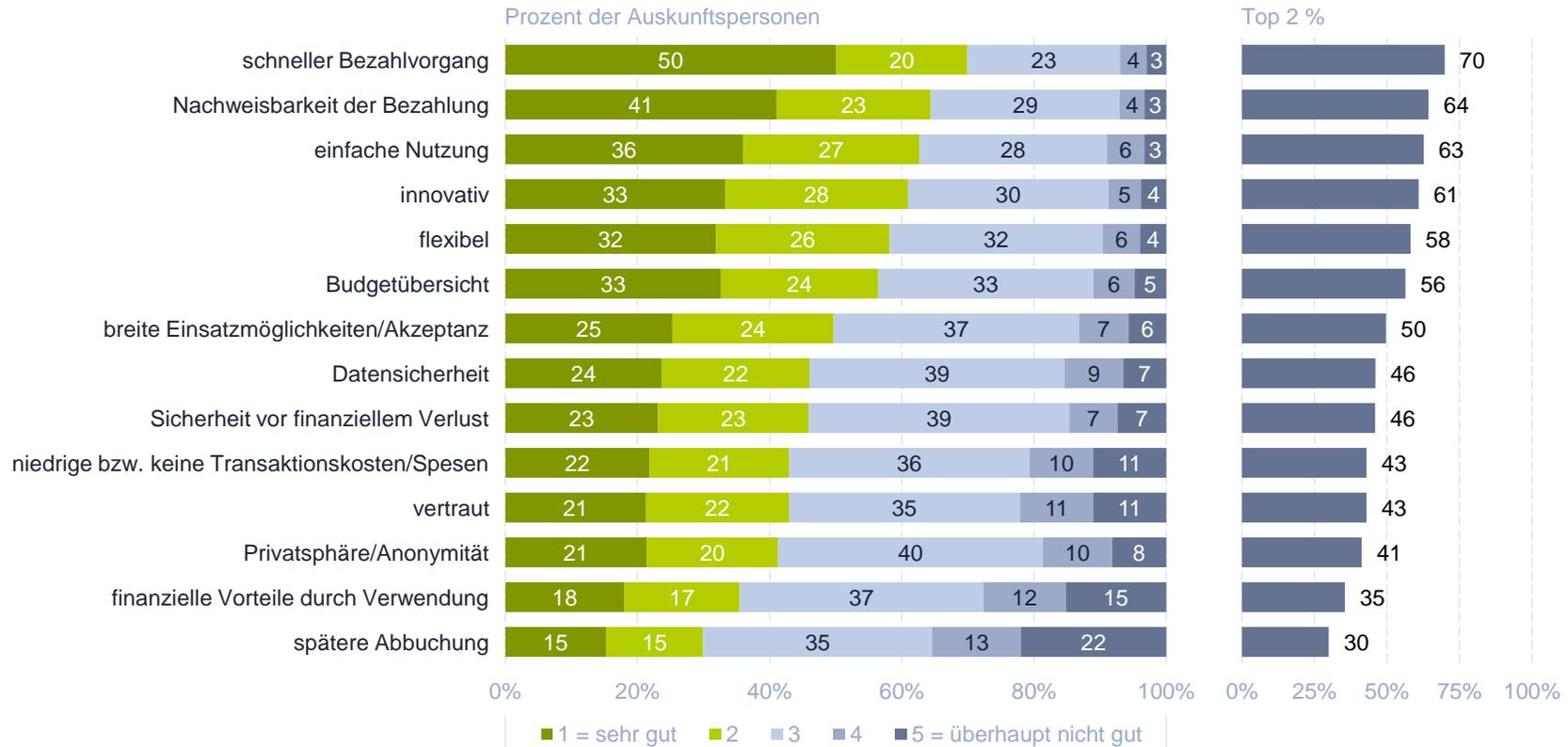
(Top 2 Box)

Anmerkung: Top 2 Box-Werte beinhalten all jene Auskunftspersonen, die auf einer Skala von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „überhaupt nicht gut“ den Wert 1 oder 2 vergeben haben.

"Wie bewerten Sie persönlich die jeweiligen Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten in Bezug auf die folgenden Eigenschaften und Aussagen?"



Schnelligkeit, Nachweisbarkeit und die einfache Nutzung sind die drei stärksten Argumente für Instant Payment. Weniger gut werden die finanziellen Vorteile als auch die spätere Abbuchung und die Privatsphäre bewertet.

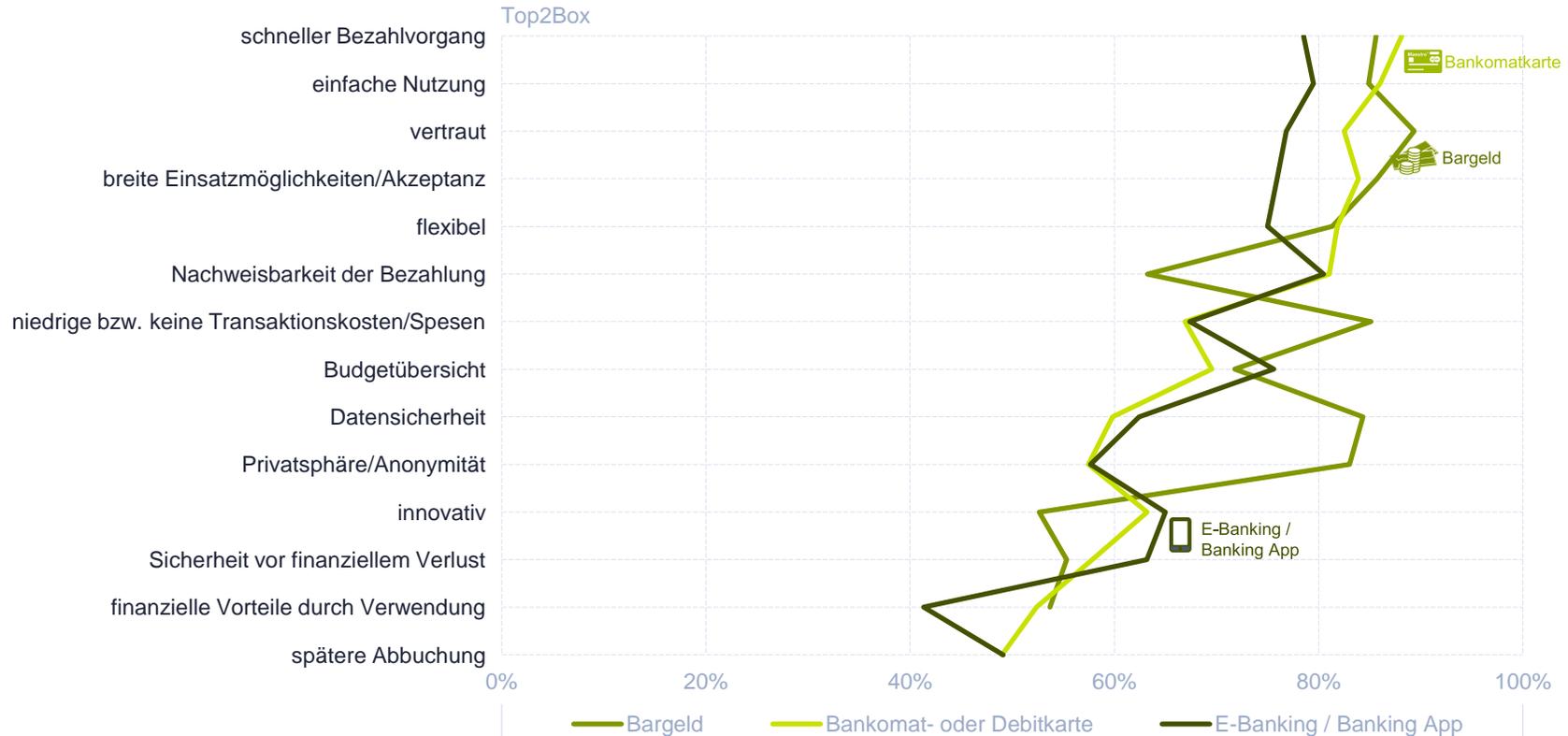


Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

"Wie bewerten Sie persönlich die jeweiligen Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten in Bezug auf die folgenden Eigenschaften und Aussagen?"



ÖsterreicherInnen schätzen an Bargeld vor allem die Vertrautheit, die niedrigen Zusatzkosten und die Privatsphäre. Für die Bankomatkarte spricht am stärksten die Schnelligkeit. Für E-Banking kommt im Vergleich die Innovation und der Schutz vor finanziellem Verlust stärker zur Geltung.



Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

“Wie bewerten Sie persönlich die jeweiligen Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten in Bezug auf die folgenden Eigenschaften und Aussagen?“



Klassische Zahlungsmittel haben mehrere Argumente für eine Nutzung. Hingegen gibt es für Instant Payment noch keine herausstechenden Argumente. Nur die Nachweisbarkeit der Bezahlung, Schnelligkeit, Budgetübersicht und der Innovationsfaktor werden vergleichsweise ebenfalls positiv bewertet.

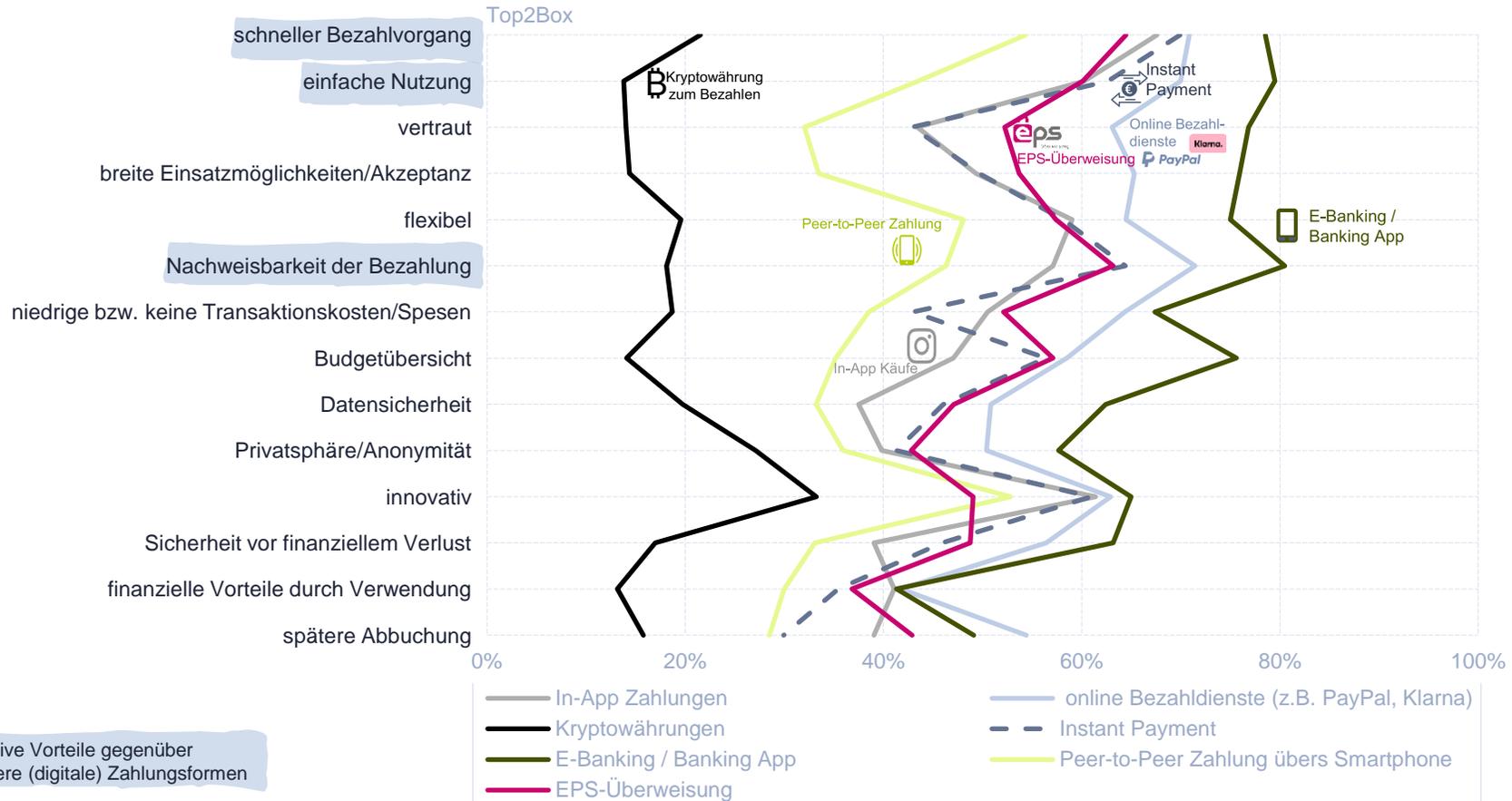


Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

“Wie bewerten Sie persönlich die jeweiligen Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten in Bezug auf die folgenden Eigenschaften und Aussagen?“



Kryptowährung liegt aktuell bei den Nutzungsmotiven weiter hinter anderen digitalen Bezahlformen. Online Bezahldienste wie PayPal oder Klarna liefern hingegen deutlichere Argumente. Echtzeitüberweisung wird vor allem schneller, einfacher und nachweisbarer als andere digitalen Zahlungsmittel gesehen.

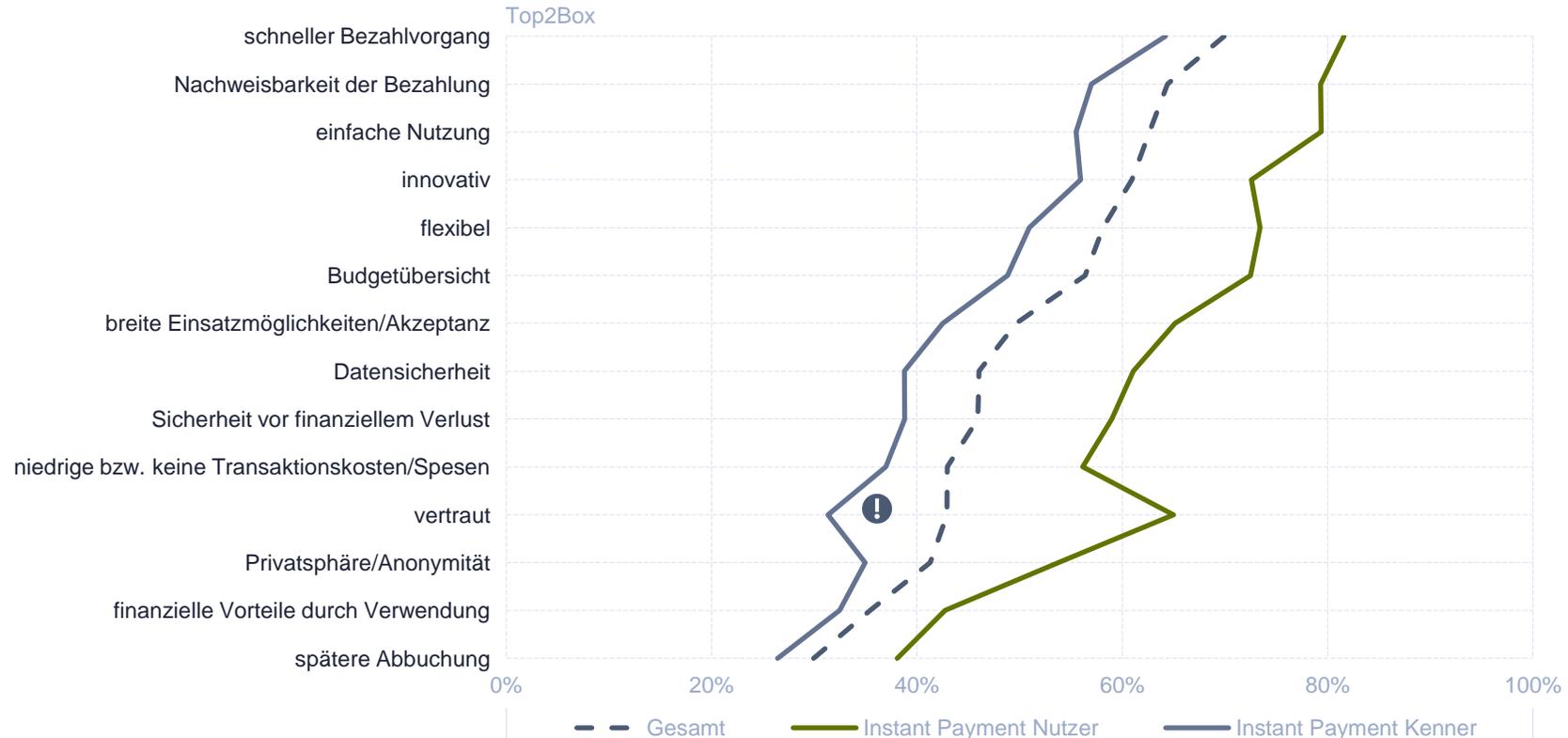


Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

“Wie bewerten Sie persönlich die jeweiligen Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten in Bezug auf die folgenden Eigenschaften und Aussagen?“



Für Nicht-Nutzer ist vor allem die Vertrautheit eine Barriere.



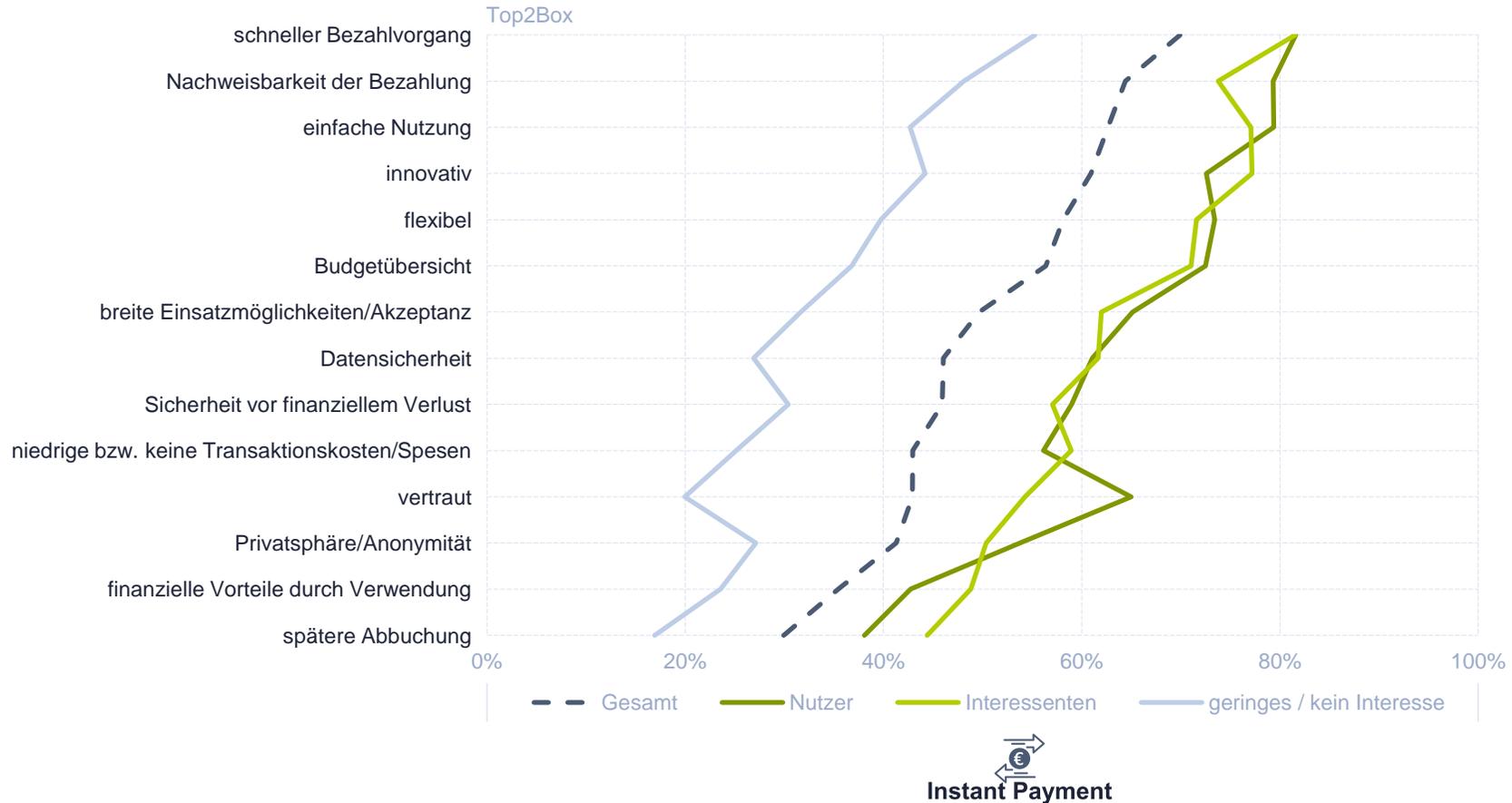
Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

"Wie bewerten Sie persönlich die jeweiligen Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten in Bezug auf die folgenden Eigenschaften und Aussagen?"

n = 1033 (407/548/78) | Zahlungsmittel-Nutzer



Nutzer sehen Instant Payment bereits als vertrautes Zahlungsmittel an. Auch die Vorteile der Nachweisbarkeit und die einfache Nutzung bieten in dieser Gruppe klare Argumente. Interessenten würden vergleichsweise die Innovationskraft und niedrige/keine Transaktionskosten als Vorteil sehen.

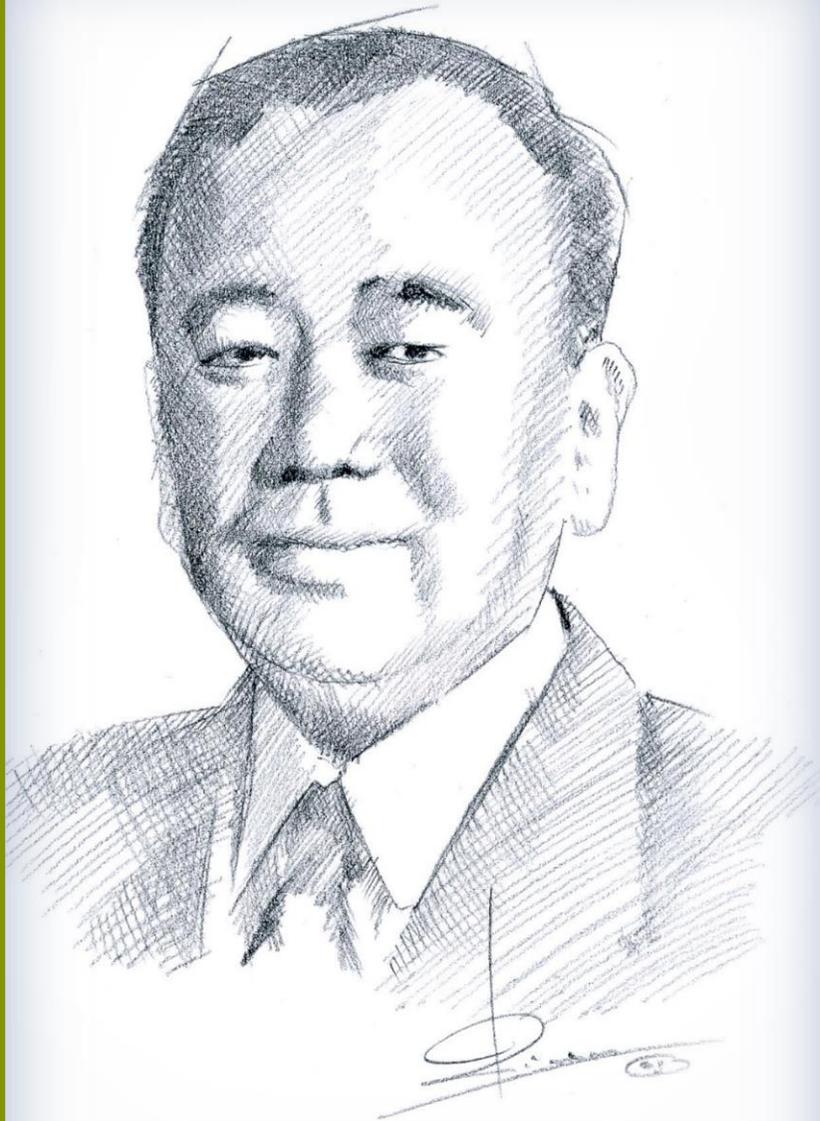


Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

"Wie bewerten Sie persönlich die jeweiligen Transaktionen und Zahlungsmöglichkeiten in Bezug auf die folgenden Eigenschaften und Aussagen?"



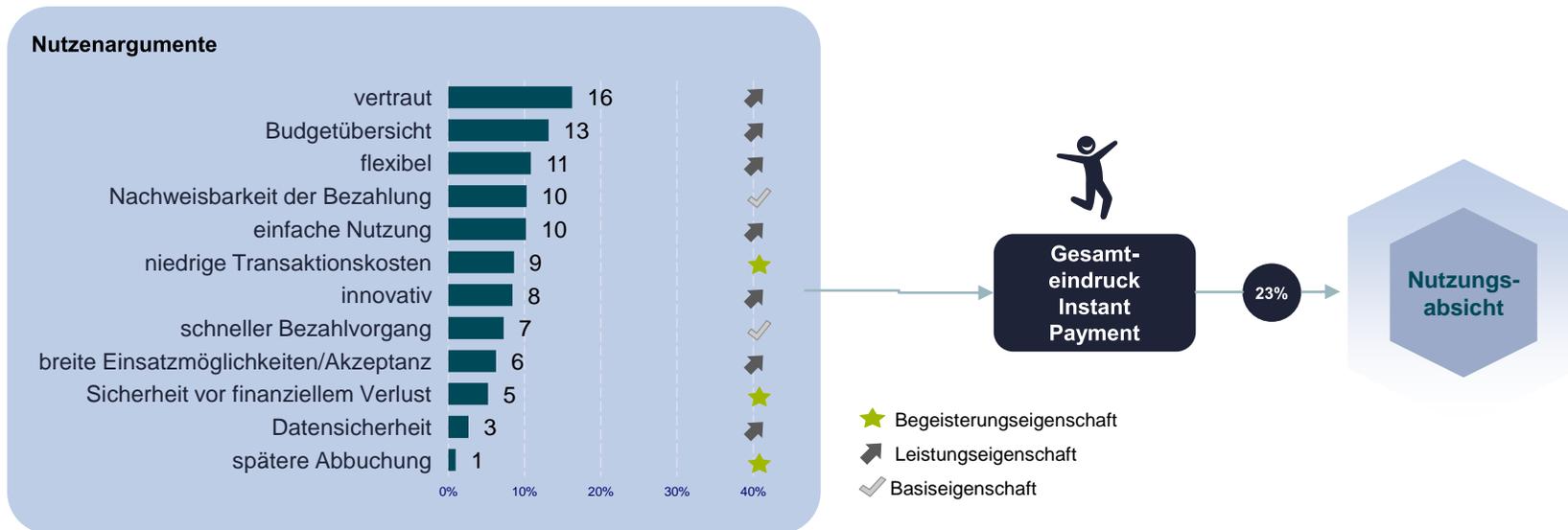
**Was begeistert an
Echtzeitüberweisungen und was
wird vorausgesetzt?**



- ▶ Noriaki Kano entwickelte ein System, das drei Arten von Eigenschaften bzw. Einflussfaktoren unterscheidet:
 - **Basiseigenschaften:** werden als Grundvoraussetzung erwartet und oft nicht artikuliert; werden sie erfüllt, steigt dadurch zwar nicht die Zufriedenheit, werden sie jedoch nicht erfüllt, führt das zu starker Unzufriedenheit.
 - **Leistungseigenschaften:** werden artikuliert, sind gut messbar. Je besser sie erfüllt werden, desto höher die Zufriedenheit. Sie können sowohl zu Zufriedenheit, als auch zu Unzufriedenheit führen.
 - **Begeisterungseigenschaften:** sind oft nicht artikulierbar, ihre Erfüllung sorgt für Begeisterung bzw. hohe Zufriedenheit.
- ▶ Die Kausalanalyse ist auf lineare Zusammenhänge (wie bei Leistungseigenschaften) beschränkt, sie trifft keine Aussage über Basis- oder Begeisterungseigenschaften.
- ▶ marketmind hat eine Methode entwickelt, durch die mittels nichtlinearer Regression und Shapley Value-Analyse eine Einteilung von Einflussfaktoren in Basis-, Leistungs- und Begeisterungseigenschaften nicht nur auf qualitativem, sondern auch auf quantitativem Niveau möglich ist.



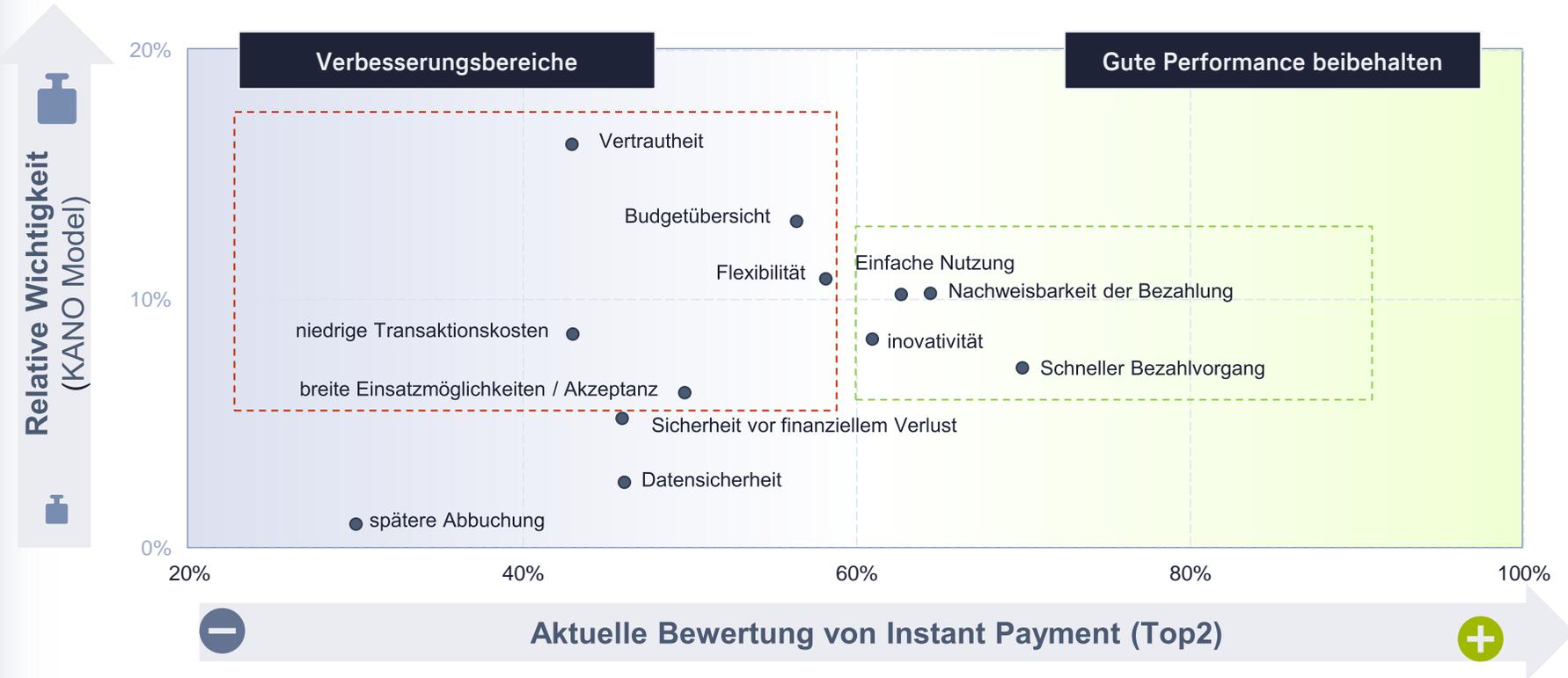
Die stärksten Vorteile von Instant Payment auf dem österreichischen Markt liegen in der Vertrautheit, gefolgt von der Budgetübersicht und der Flexibilität. Daher ist es entscheidend, die ÖsterreicherInnen zu ermutigen, Instant Payment auszuprobieren, um ein Vertrautheitsgefühl zu etablieren.



Lesehilfe: Von allen Nutzungsmotiven entfallen 16% auf die Vertrautheit mit der Zahlungsmethode, was den Gesamteindruck beeinflusst. Sicherheitsargumente hingegen beeinflussen den Gesamteindruck am wenigsten. Die Einflüsse auf den Gesamteindruck wurden auf 100% normiert, um ein klareres Bild davon zu erhalten, wie viel Einfluss jedes Nutzenargument in Bezug auf die anderen hat. Eine Steigerung des Gesamteindrucks um einen Punkt auf einer 5-Punkte-Skala führt zu einer 23%igen Steigerung der Nutzungsabsicht von Instant Payment.



Es ist vor allem entscheidend, die ÖsterreicherInnen zu ermutigen, Instant Payment auszuprobieren, um ein Vertrautheitsgefühl zu etablieren. Zudem sollte an Budgetübersicht und Flexibilität gearbeitet werden. Wichtigste Stärken: Einfachheit, Nachweisbarkeit, Innovativität und Schnelligkeit.



Das **Kano-Modell** ist ein Modell zur Analyse von Kund:innenwünschen (Erwartungen).

Die Kano-Modellierung basiert auf dem Zusammenhang von **Kund:innenzufriedenheit** und dem **Erfüllungsgrad der Kund:innenanforderungen** (=Teilaspekte).

Es unterscheidet **drei Kategorien** von Kund:innenanforderungen:

PLUS - Begeisterungsanforderungen

Sind Nutzen stiftende Merkmale, mit denen die KundInnen nicht unbedingt rechnen.

Die Erfüllung führt zu Begeisterung (= hohe KundInnenzufriedenheit) aber das Fehlen führt nicht zu Unzufriedenheit.



SOLL - Leistungsanforderungen

Sind den KundInnen bewusst.

Sie beseitigen Unzufriedenheit oder schaffen KundInnenzufriedenheit abhängig vom Ausmaß der Erfüllung.

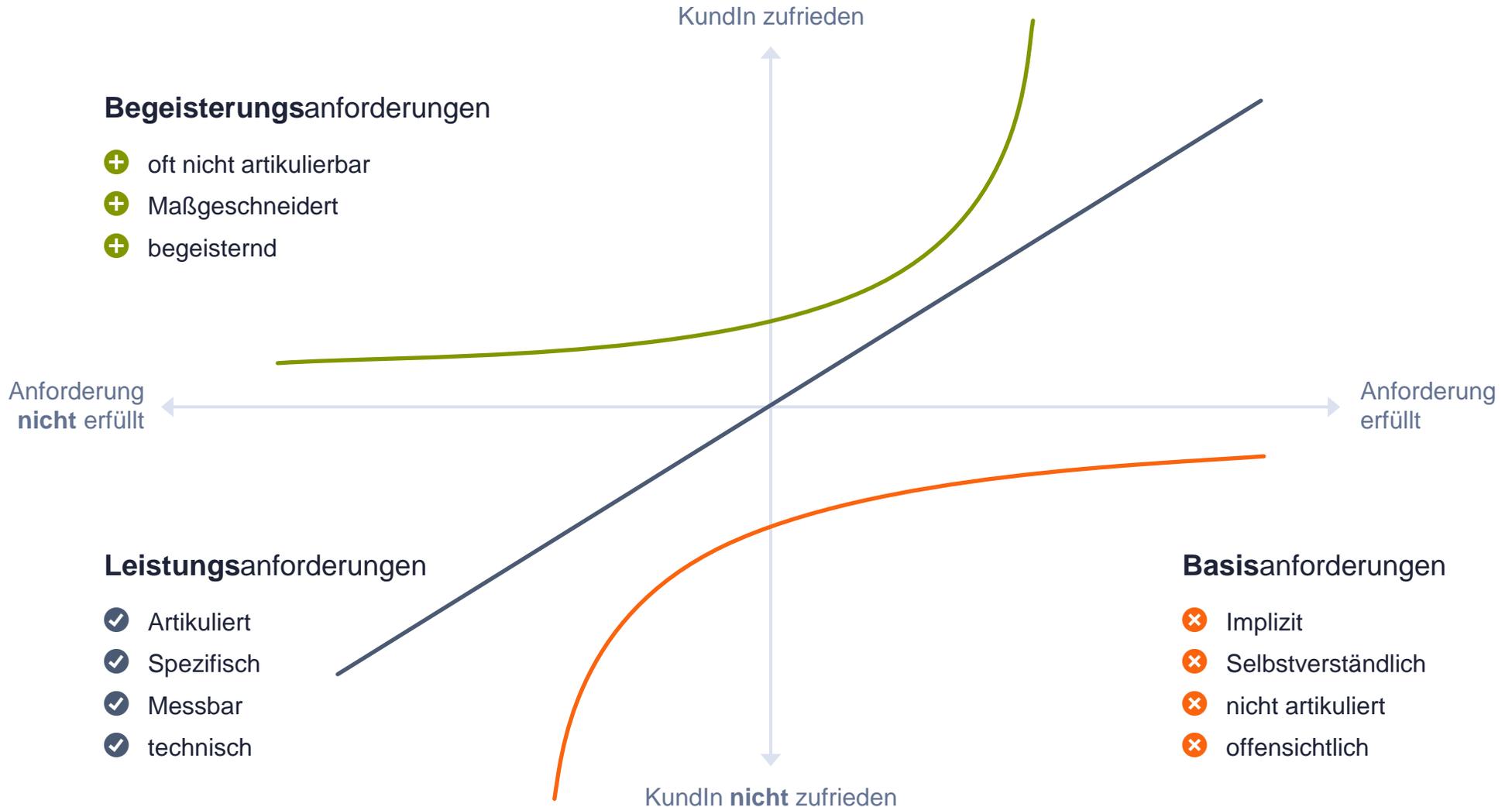


MUSS - Basisanforderungen

Sind so grundlegend und selbstverständlich, dass sie den KundInnen erst bei Nichterfüllung bewusst werden (implizite Erwartungen).

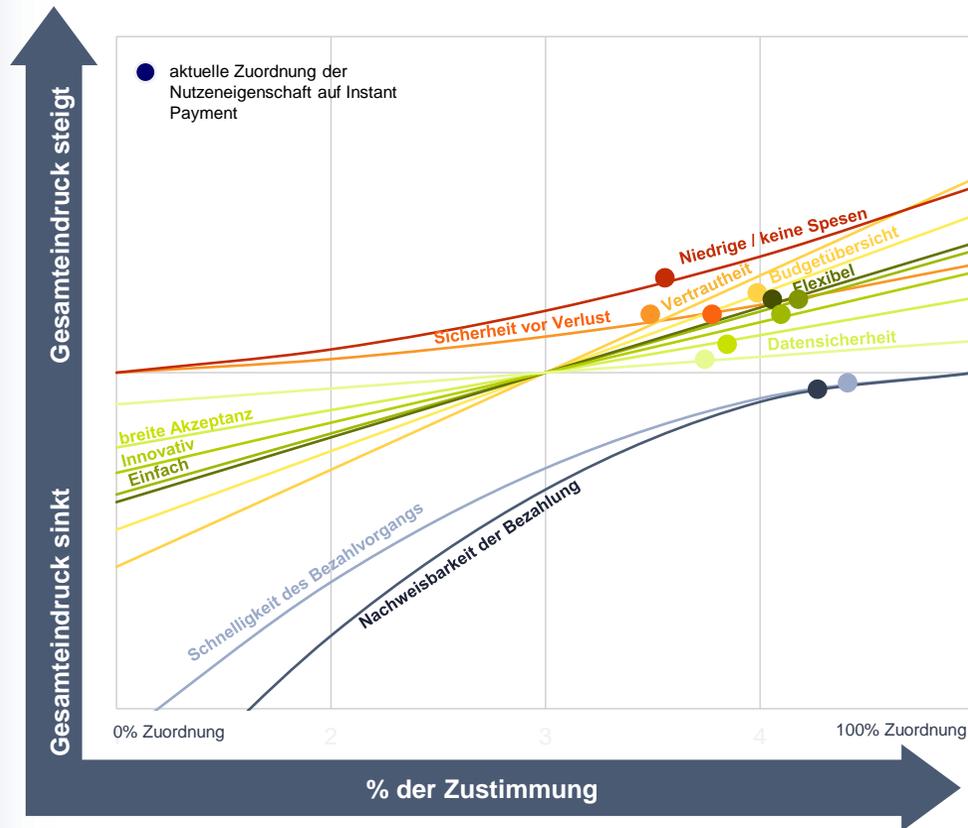
Das Fehlen dieser Anforderung führt zu Enttäuschung aber die Erfüllung nicht zu Zufriedenheit!







Begeisterung kann vor allem durch niedrige Kosten und Sicherheit geschaffen werden. Schnelligkeit hingegen wird vorausgesetzt.



Erklärung



Begeisterungspotenziale

(Größtes Potenzial, um ÖsterreicherInnen zu begeistern und Gesamteindruck zu steigern):

- ★ geringe / keine **Transaktionskosten**
- ★ **Sicherheit** vor finanziellem Verlust



Leistungsfaktoren

(Je mehr davon geboten wird, desto besser der Eindruck)

- ☑ Vertrautheit
- ☑ Budgetübersicht
- ☑ Flexibilität
- ☑ Einfachheit
- ☑ Innovativität
- ☑ breite Akzeptanz



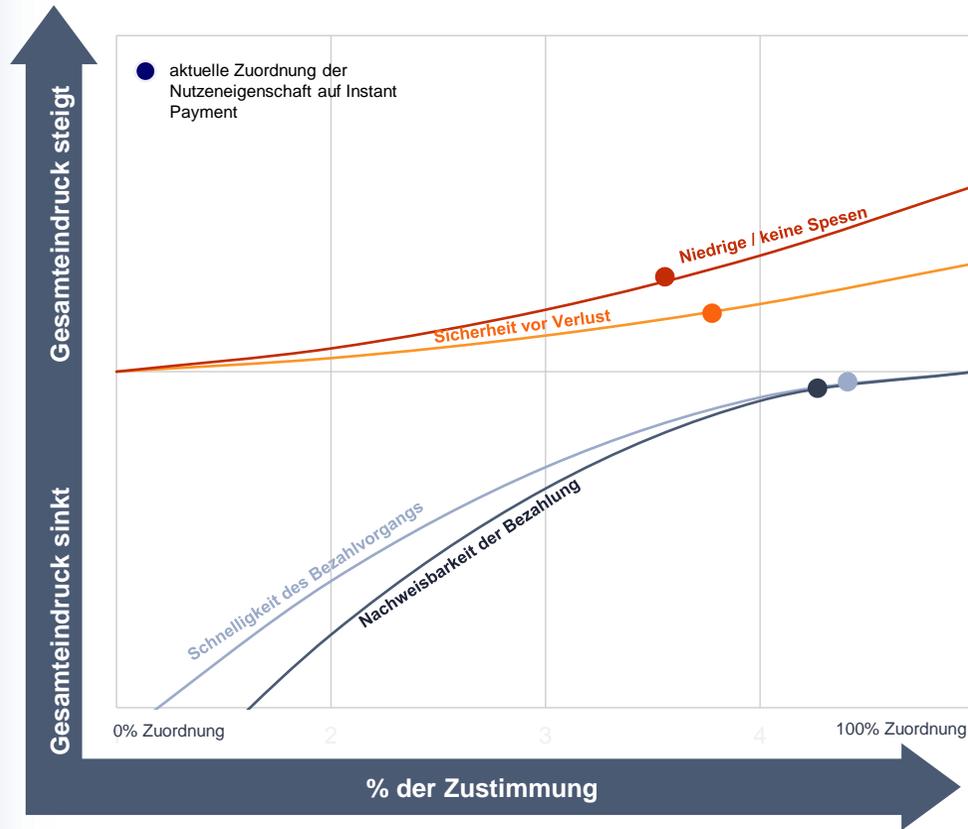
Basiseigenschaften

(Müssen erfüllt werden, ansonsten sinkt der Gesamteindruck signifikant)

- ✓ Schnelligkeit
- ✓ Nachweisbarkeit der Bezahlung



Begeisterung kann vor allem durch niedrige Kosten und Sicherheit geschaffen werden. Schnelligkeit hingegen wird vorausgesetzt.



Erklärung



Begeisterungspotenziale

Vor allem niedrige / keine Spesen hat das Potenzial ÖsterreicherInnen zu begeistern. Aktuell geht die Zielgruppe von hohen Zusatzkosten für Instant Payment aus. Kommunikation der aktuell niedrigen Gebühren würde den Gesamteindruck und die Nutzungsabsicht deutlich erhöhen.

Sicherheit vor finanziellem Verlust wirkt ebenfalls begeisternd, allerdings mit deutlich geringerem Einfluss auf die Nutzungsabsicht.



Basiseigenschaften

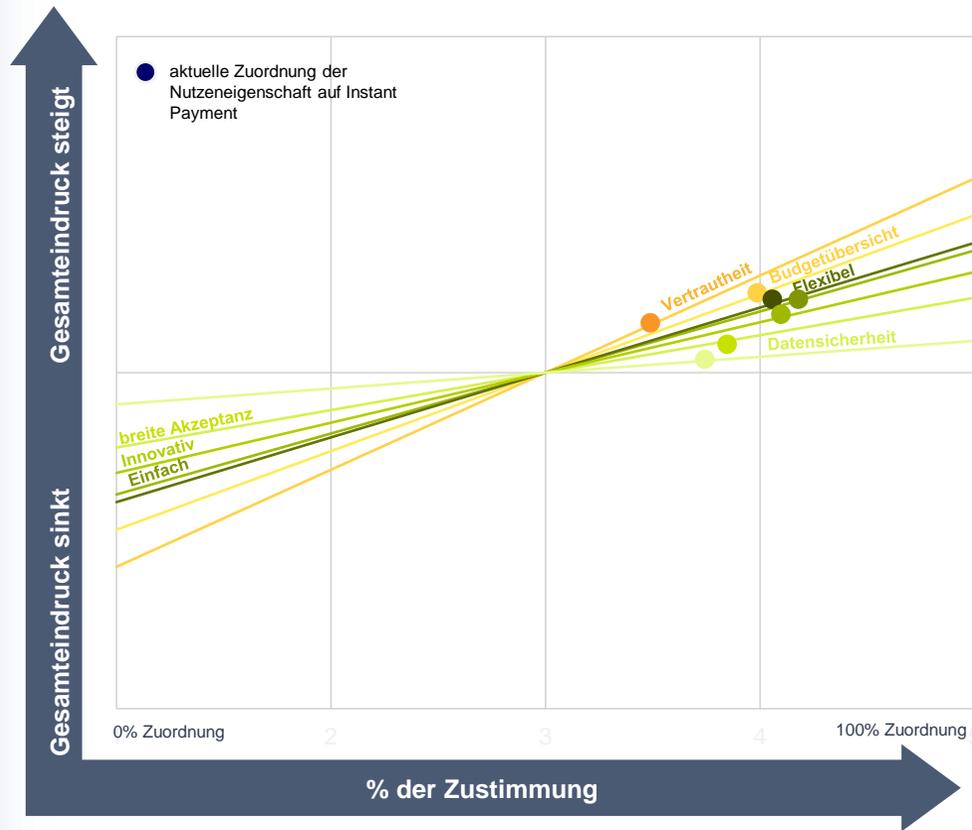
(Müssen erfüllt werden, ansonsten sinkt der Gesamteindruck signifikant)

Schnelligkeit und Nachweisbarkeit von Echtzeitüberweisungen stellen Basiseigenschaften dar. Hier ist das Wissen der ÖsterreicherInnen aber auf einem sehr guten Niveau und weitere Steigerungen der Wahrnehmung in diesen Nutzenaspekten würde keinen weiteren Einfluss auf die Nutzungswahrscheinlichkeit haben.

Leistungseigenschaften | Welche Nutzenaspekte sollen betont bzw. ausgebaut werden? marketmind



Vertrautheit, Budgetübersicht und Flexibilität haben das stärkste Potenzial die Nutzungsabsicht von Echtzeitüberweisungen zu erhöhen.



Erklärung

Leistungsfaktoren

(Je mehr davon geboten wird, desto besser der Eindruck)

Stärkster Hebel zur Steigerung des Gesamteindrucks liegt darin die **Vertrautheit** mit Echtzeitüberweisungen zu erhöhen, die aktuell noch auf geringem Niveau ist, aber große Auswirkung auf die Wahrnehmung und die Nutzungsabsicht haben. Daher ist es wichtig ÖsterreicherInnen dazu zu motivieren diese Bezahlmethode auszuprobieren.

Ebenso großes Potenzial für weitere Steigerung der Nutzungsabsicht haben verbesserte Wahrnehmung von **Budgetübersicht, Flexibilität und Einfachheit**.

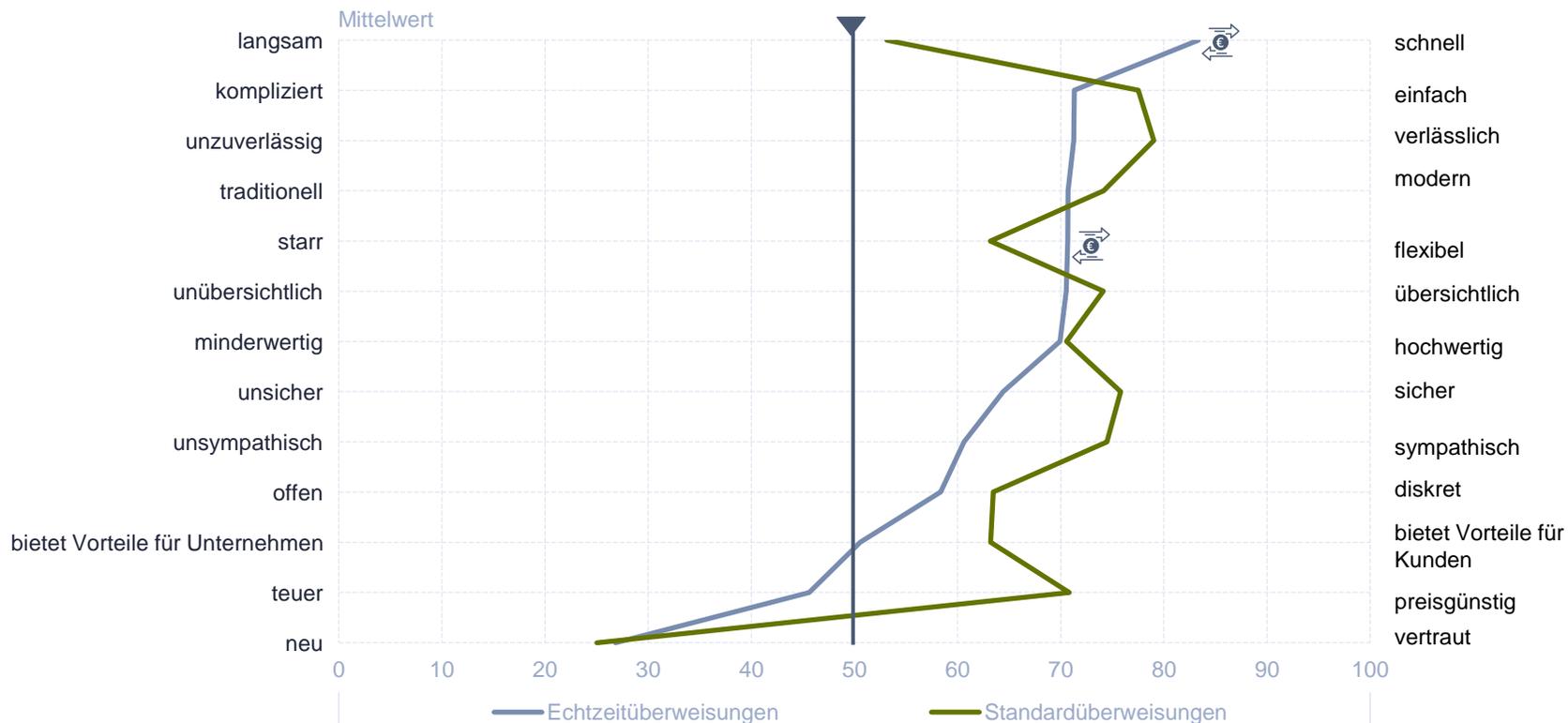
Diese Aspekte sollten in der Kommunikation und der Ausgestaltung der Produkte Vorrang haben.



**Welche Eigenschaften werden
eher mit Echtzeit-
überweisungen verbunden?**



Nur Schnelligkeit und Flexibilität wird stärker mit Instant Payment verbunden. Deutliche Image-Unterschiede mit Vorteilen für Standard-Überweisungen gibt es bei der Sympathie, Verlässlichkeit, Sicherheit und dem Preis.



“In nachfolgender Tabelle sehen Sie eine Reihe von Eigenschaften. Bitte geben Sie an inwieweit diese auf Echtzeitüberweisungen und auf herkömmlichen Überweisungen (Standard Überweisungen) zutreffen. Gehen Sie hierbei bitte nach Gefühl vor“

05

Gestaltung von Instant Payment



28%

werden von Banken ohne zusätzliche Kosten angeboten

39%

werden von Banken mit Zusatzkosten angeboten

4%

werden derzeit nicht angeboten

29%

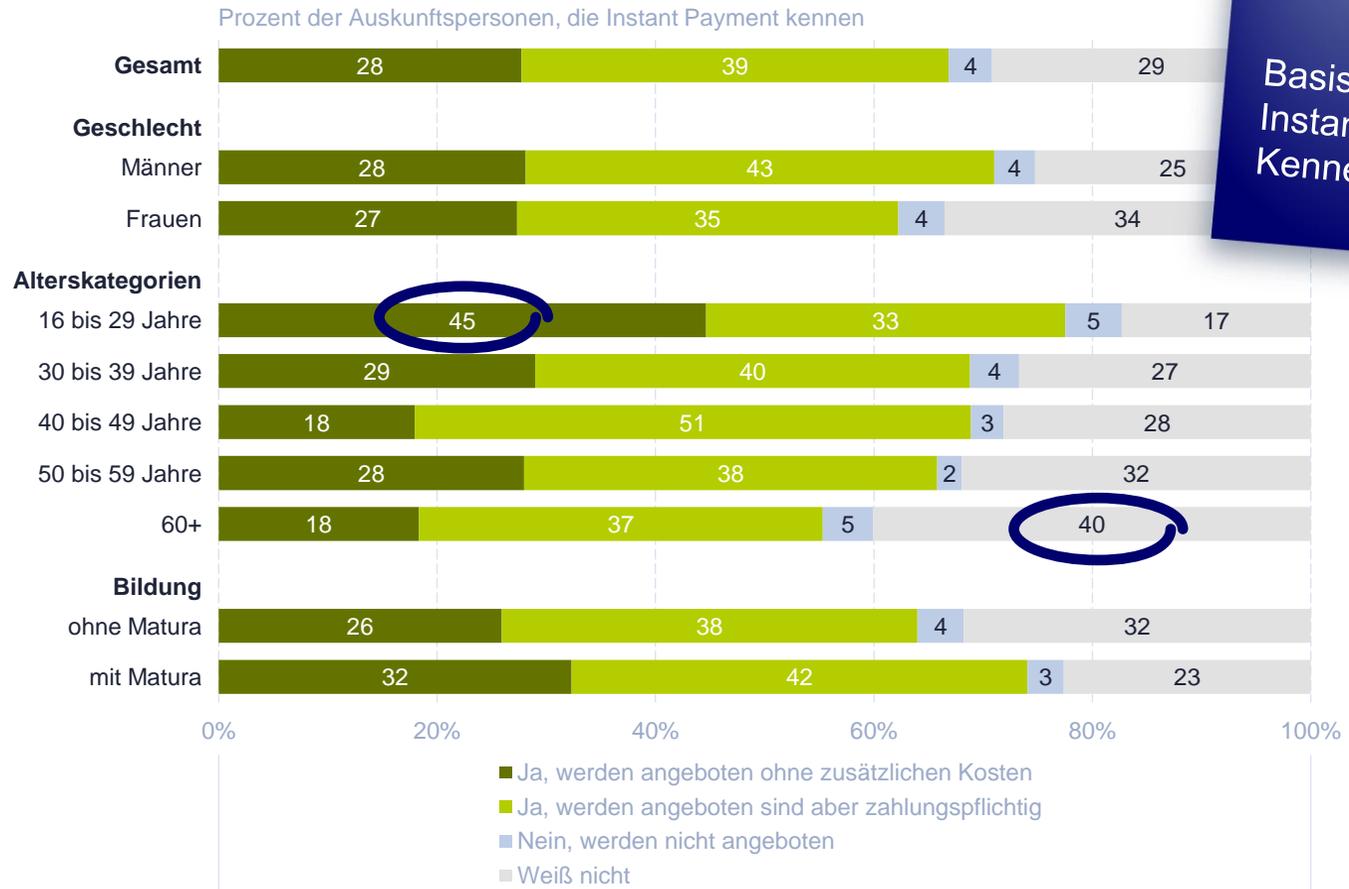
wissen nicht, ob Instant Payment angeboten wird

3 von 10 Kenner wissen nicht ob Ihre Bank Instant Payment anbietet

"Werden Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen bei Ihrer Bank angeboten?"



Unter 30-Jährige sind am häufigsten bei einer Bank, die Instant Payment kostenlos anbietet. Über 60-Jährige sind sich häufiger nicht ganz im klaren, ob die Bezahlform überhaupt angeboten wird.

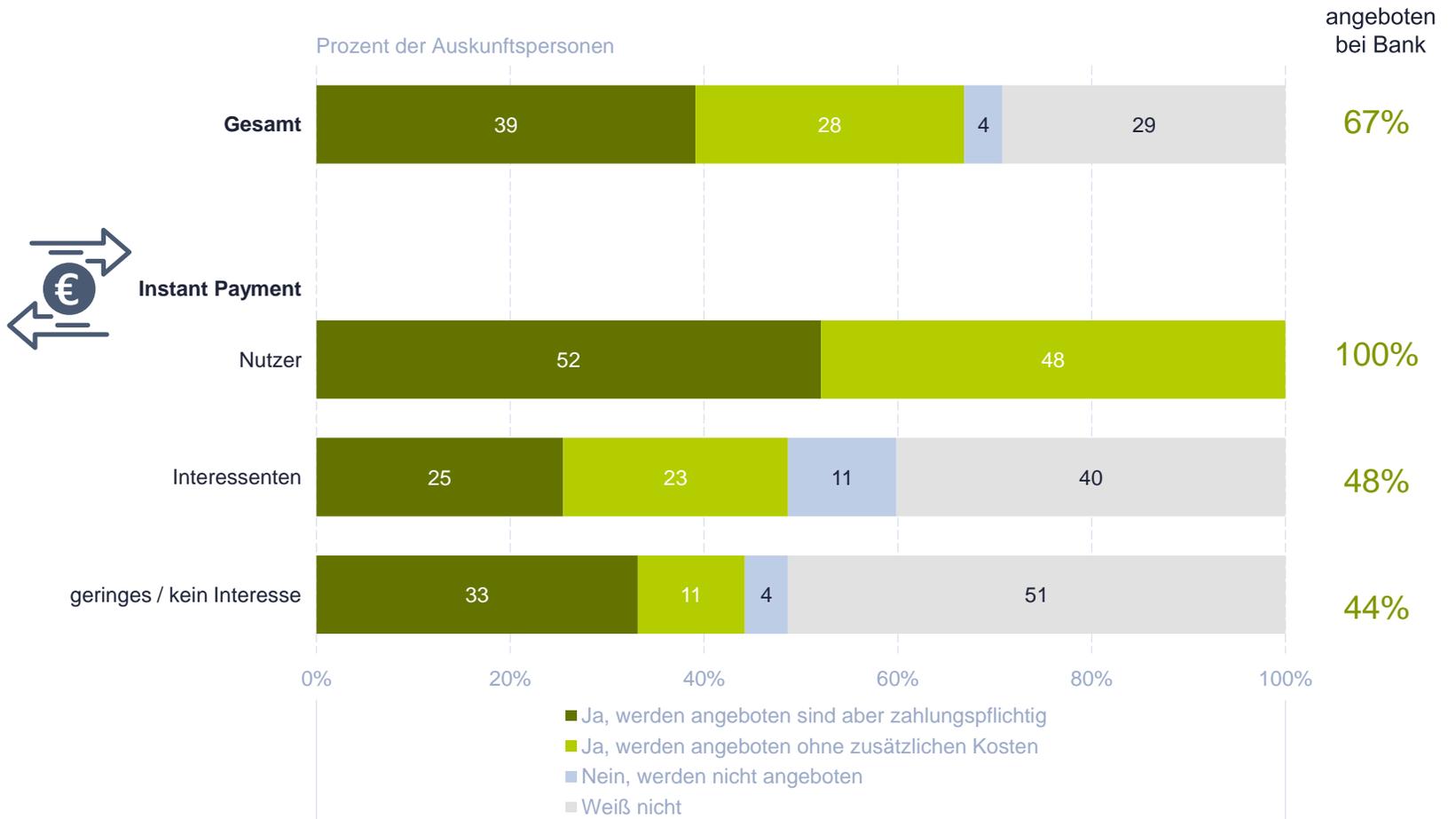


Basis:
Instant Payment
Kenner

"Werden Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen bei Ihrer Bank angeboten?"



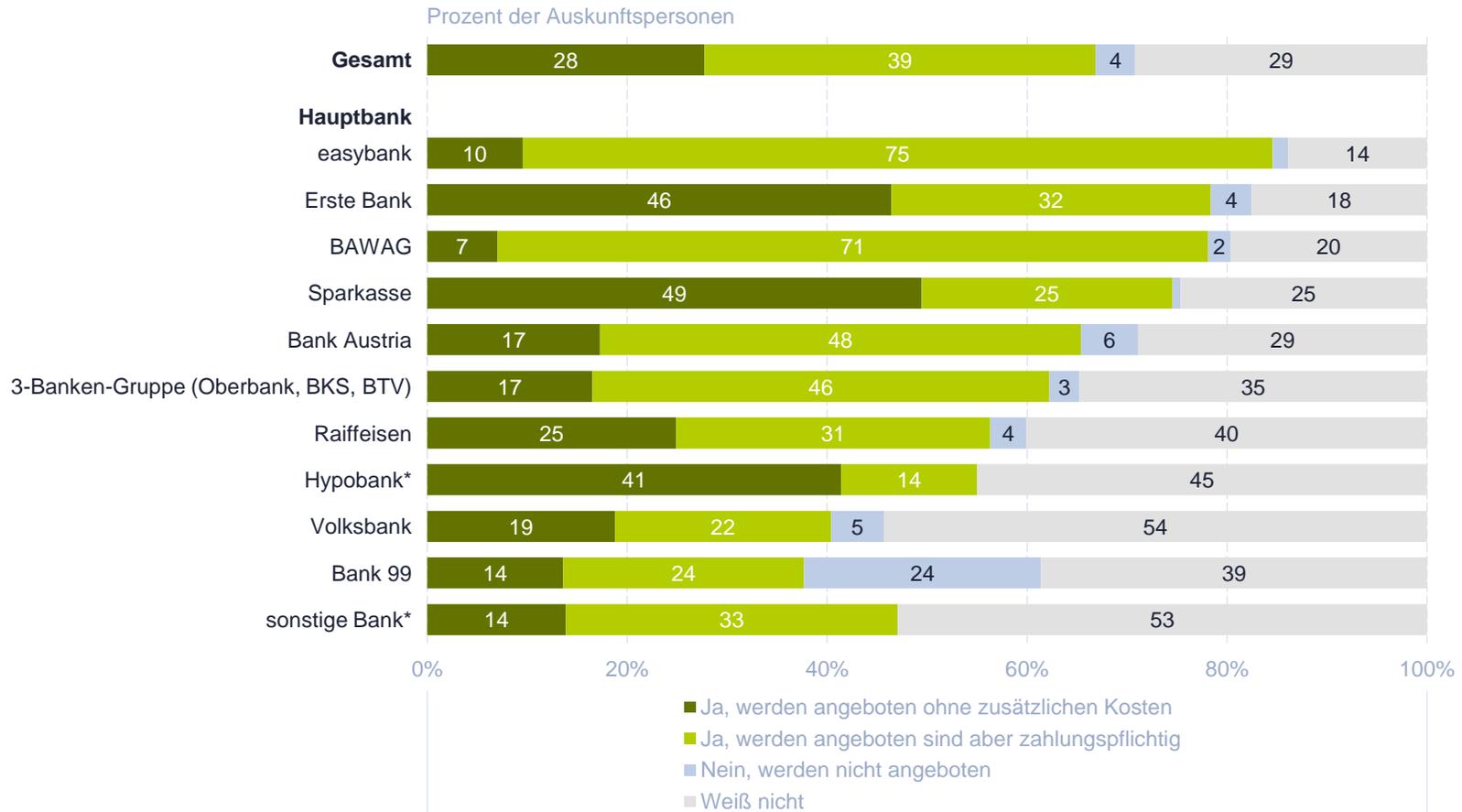
Bei 50% der Nutzer wird Instant Payment gratis bei der Bank angeboten. Unter Interessenten wird zurzeit im selben Ausmaß kostenpflichtig bzw. gratis angeboten, während 4 von 10 noch gar nicht wissen, ob es überhaupt angeboten wird.



"Werden Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen bei Ihrer Bank angeboten?"



Derzeit bieten die Erste Bank / Sparkasse und die Hypobank am häufigsten kostenlose Echtzeitüberweisungen. Volksbanken KundInnen sind sich am unsichersten über das Instant Payment Angebot.



Anmerkung: Banken mit n < 10 wurden ausgeblendet.

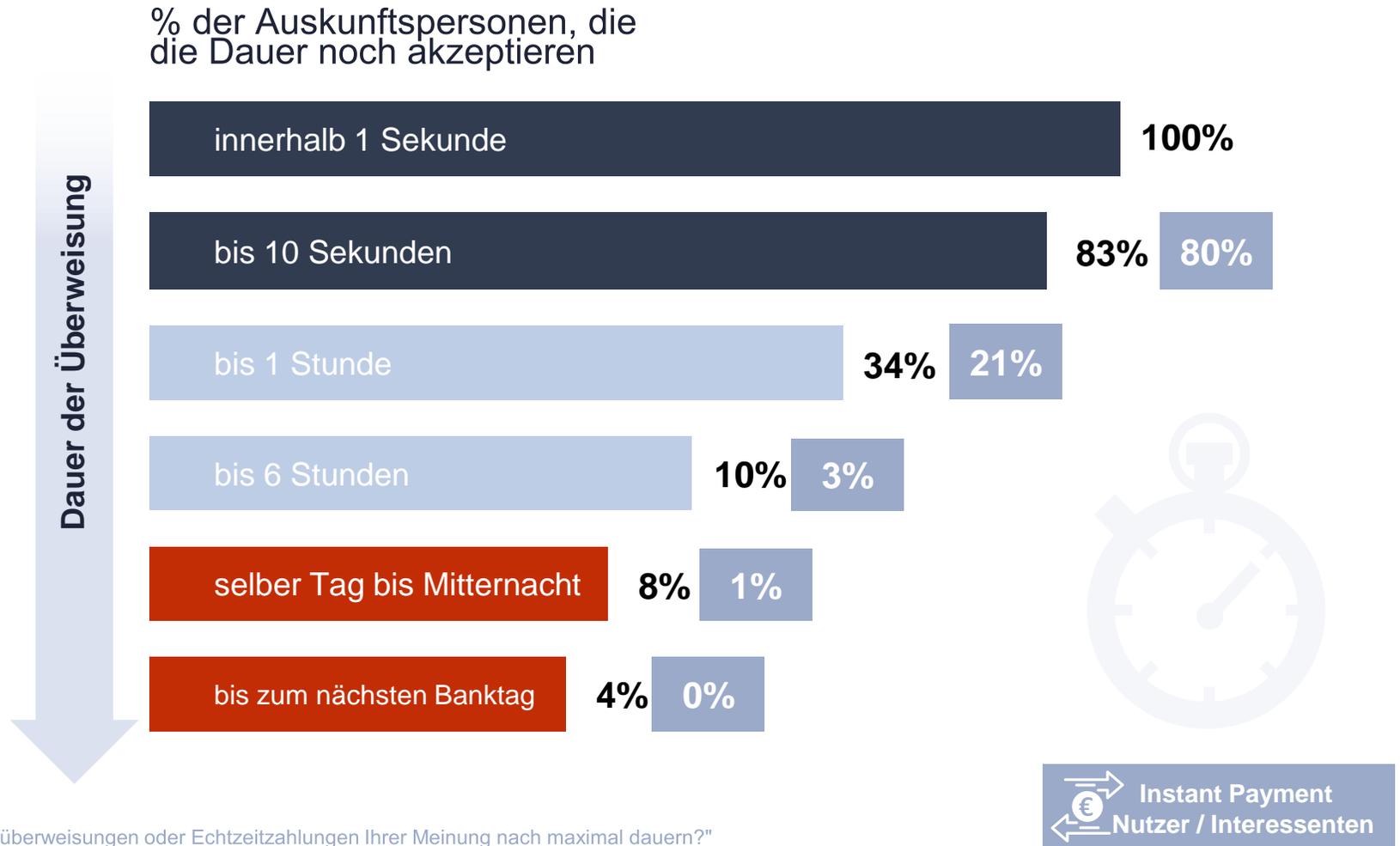
"Werden Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen bei Ihrer Bank angeboten?"

n = 1033 (68/134/108/164/113/34/250/23/45/37/19) | Instant Payment

Kenner | *kleine Stichprobe



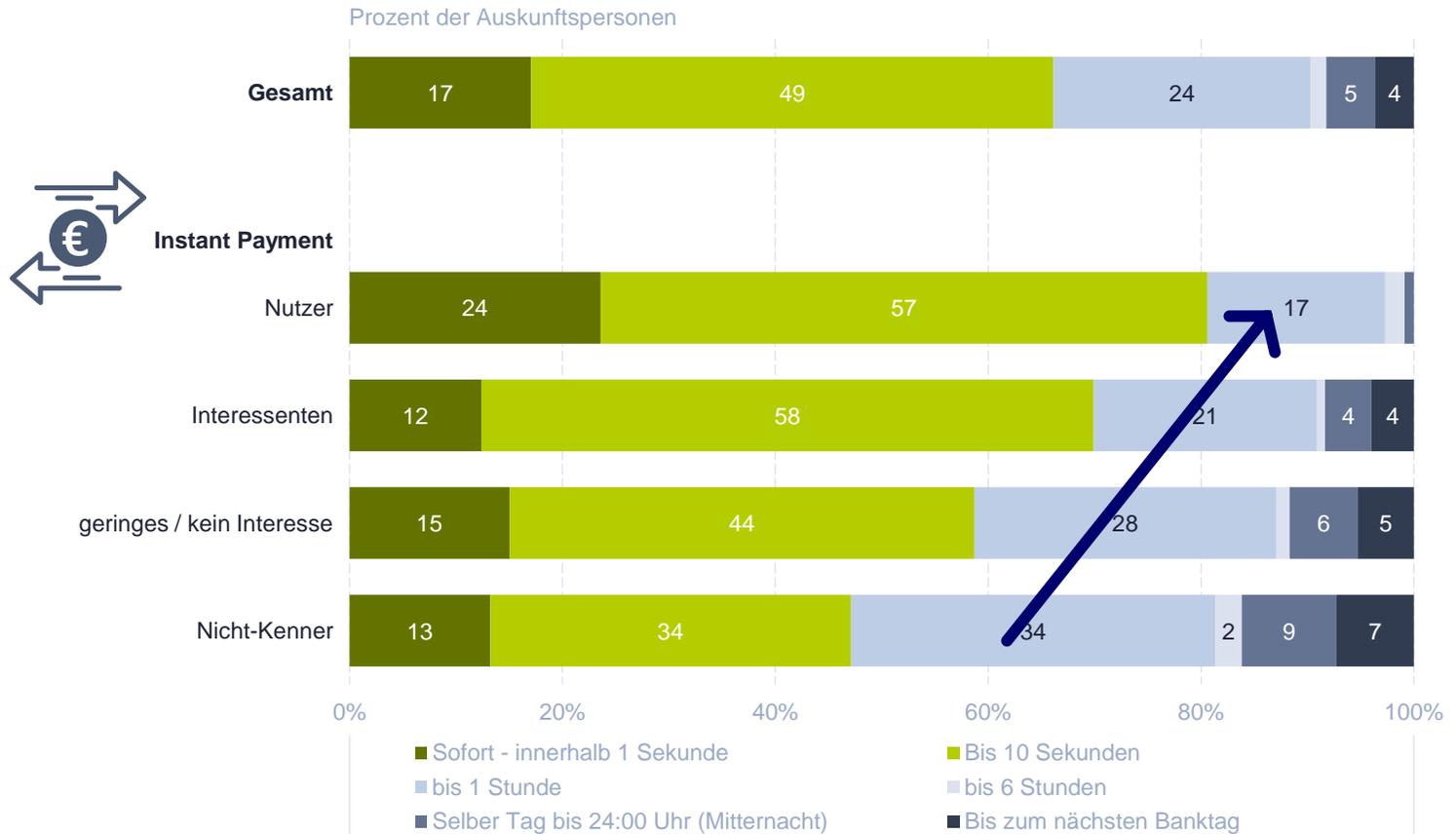
Falls die Überweisungsdauer länger als 10 Sekunden beträgt, wäre das bereits für ca. 65% der Auskunftspersonen zu lange. Für rund 8 von 10 läge somit die ideale Mindestdauer bei 10 Sekunden. Die Akzeptanz von Instant Payment Nutzern bzw. Interessenten variiert nur minimal von der Gesamtstichprobe.



"Wie lange soll eine Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen Ihrer Meinung nach maximal dauern?"



Je stärker man sich mit Instant Payment befasst, desto kürzer ist die erwünschte Überweisungsdauer.

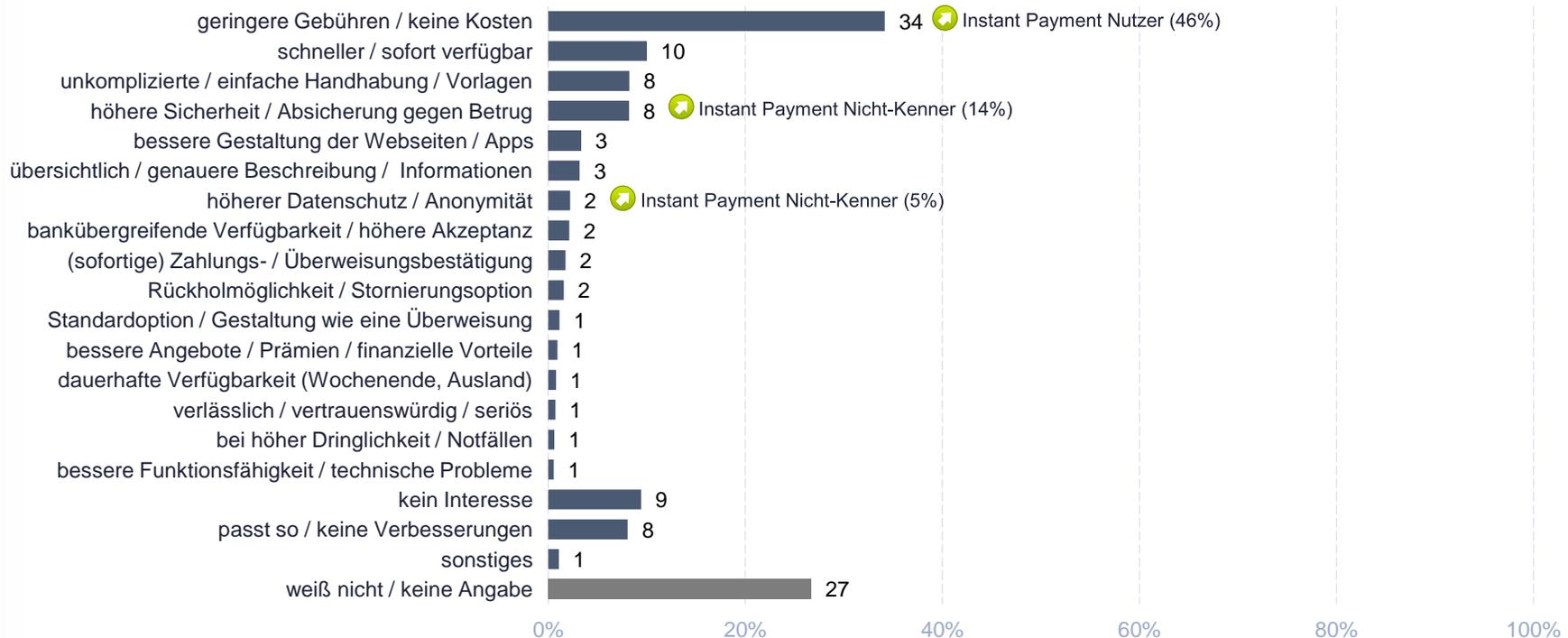


"Wie lange soll eine Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen Ihrer Meinung nach maximal dauern?"



Die derzeitigen Zusatzgebühren für Echtzeitüberweisungen sollten wegfallen, um eine Nutzung zu erhöhen / anzutreiben. Außerdem könnte eine Kommunikation von Schnelligkeit, Sicherheit und Einfachheit helfen die Nutzung voranzutreiben.

Prozent der Auskunftspersonen



“Wie sollten Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen, Ihrer Meinung nach, ausgestaltet sein? Was müsste angeboten werden, damit die Nutzung für Sie in Frage kommt?“

Gesamt

Nutzer / Interessenten

58%

finanzielle Unterstützung von Familien oder Freunden



73%

finanzielle Unterstützung von Familien oder Freunden



69%

dringende finanziellen Bedürfnisse / Notfälle / Spenden



69%

Zahlungen im Internet, um die Abwicklung / Versand zu beschleunigen



54%

Zahlungen an Wochenenden oder Feiertagen



54%

dringende finanziellen Bedürfnisse / Notfälle / Spenden



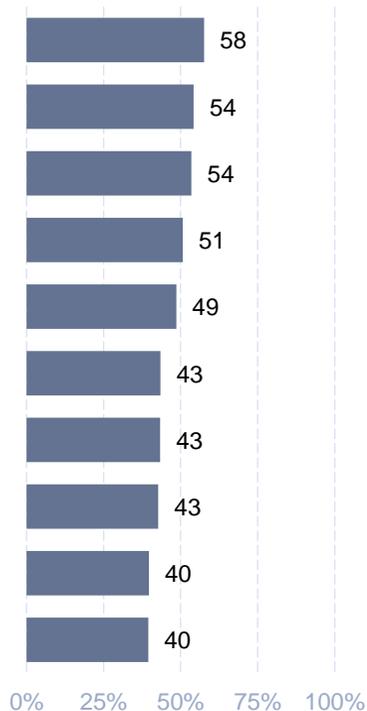


ÖsterreicherInnen können sich am ehesten eine Instant Payment Nutzung zur Unterstützung der Familie / Freunde, in Notlagen und für Wochenend/Feiertags-Zahlungen vorstellen. Hingegen ist die Zahlungsform eher weniger vorstellbar, um laufende Rechnungen zu begleichen od. int. Überweisungen zu tätigen.

Prozent der Auskunftspersonen



Top 2 %



! Weitere Infos

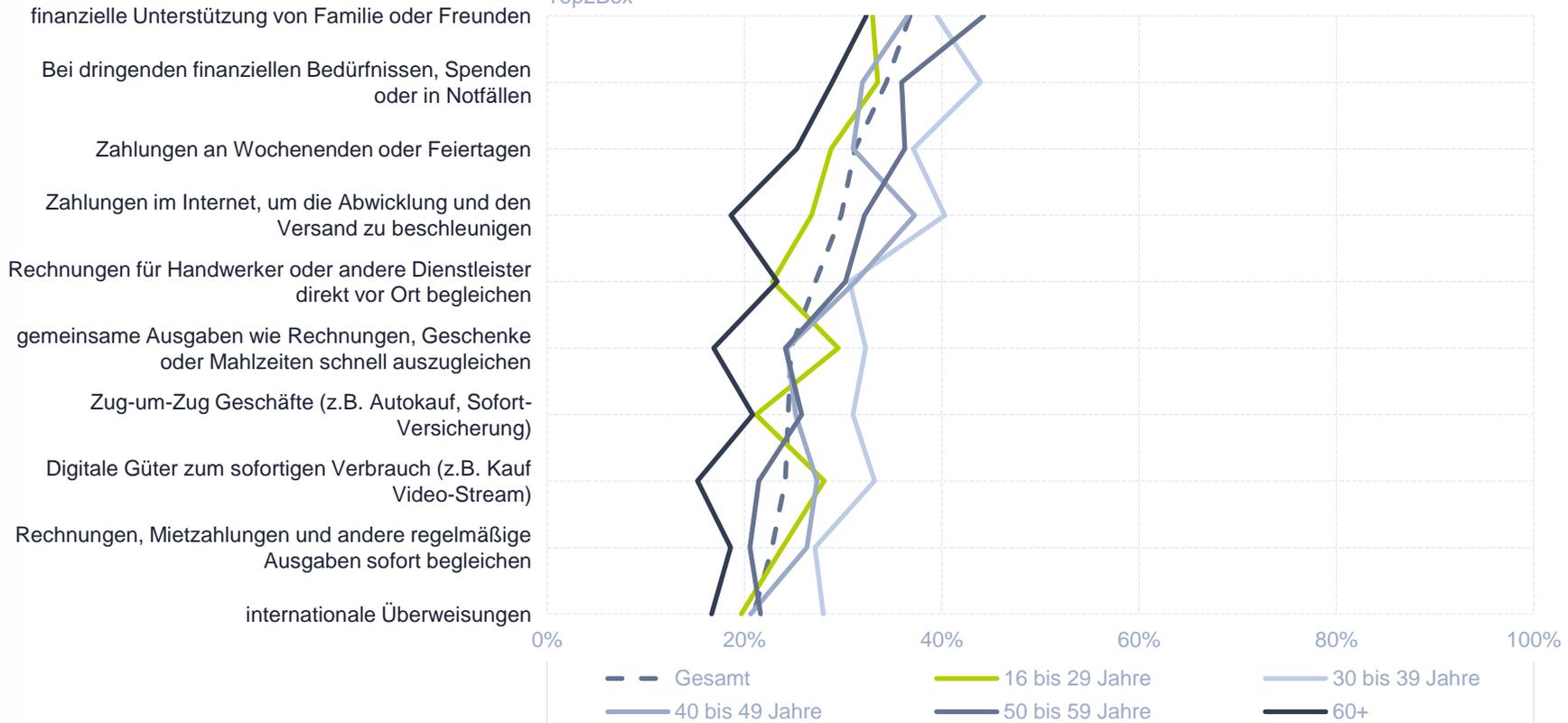
▶ Männer sehen grundsätzlich mehr Anwendungsfälle als Frauen.

"Bei welchen der folgenden Situationen nutzen Sie Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen bzw. können Sie eine Nutzung vorstellen?"



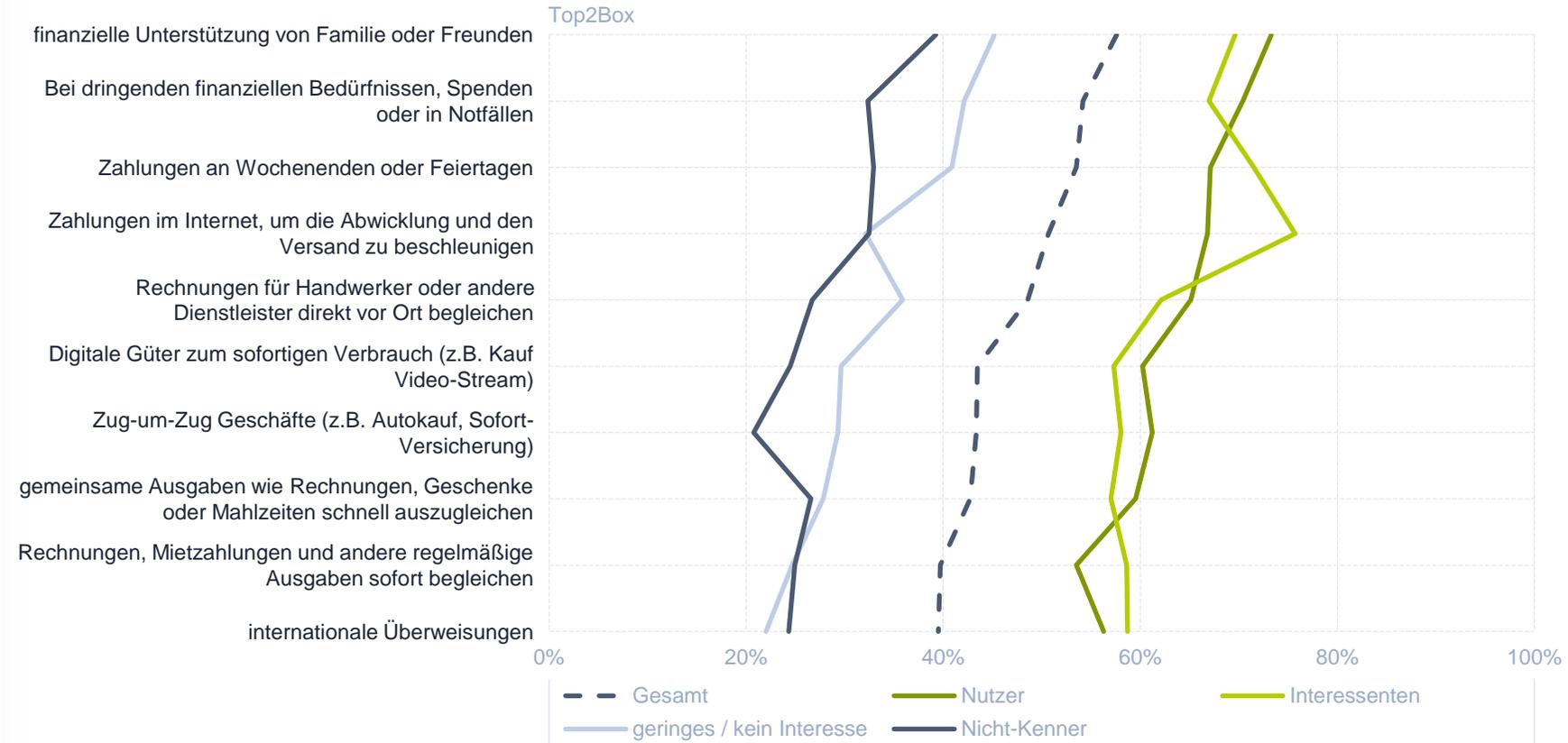
Jüngere können sich Instant Payment vor allem um gemeinsame Rechnungen / Geschenke oder Mahlzeiten zu splitten gut vorstellen. Generell sehen die 30- bis 39-Jährigen die meisten Anwendungsfälle.

Top2Box



"Bei welchen der folgenden Situationen nutzen Sie Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen bzw. können Sie eine Nutzung vorstellen?"

! Interessenten finden vor allem Instant Payment bei Internet-Zahlungen spannend.



"Bei welchen der folgenden Situationen nutzen Sie Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen bzw. können Sie eine Nutzung vorstellen?"

Zahlungen mit Fristen

(n = 57)

hat man eine Zahlung **übersehen**, kann man sie ohne weitere Verzögerung vornehmen

bei dringenden Überweisungen mit klar **definiertem Zahlungsziel**

wenn die Zeit drängt

bei **Mahnungen bzw. Rechnungen**, die man sofort begleichen muss

wenn man **spät dran** ist die **Miete** zu überweisen

Zahlungsverzug auszuschließen

Überweisungen an Familie / Freunde / Kinder

(n = 46)

für die **Kinder**, wenn sie dringend Geld brauchen

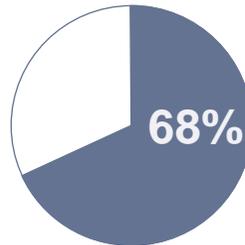
am ehesten noch in der Familie, z.B. bei **Taschengeld**

Schulden bei Freunden begleichen

Aushilfszahlungen an Bekannte, Kinder, persönliche Freunde in Not

Wenn jemand von der **Familie** ganz dringend Geld braucht. Aufgrund eines Unfalles, Krankheit, unvorhergesehener Vorfall,..

Wenn **ich Geld brauche**, kann mir jemand sofort Geld überweisen



können sich keine **zusätzlichen** Anwendungsfälle vorstellen

Hilfe / Notfälle / Geldnot

(n = 55)

Wenn man **selbst** oder jemand anderes **dringend Geld** braucht

Wenn jemand **Geld vergessen** hat oder das **Konto leer** ist

wenn ich sofort etwas überweisen muss in einer **Notsituation**

Humanitäre und medizinische Notfälle

Wenn **diverse Notfälle** eintreten z.B. Autounfall usw .

Privatverkäufe / Second-Hand

(n = 33)

Bei z.B. **Willhaben**. Damit **sichergestellt** werden kann, dass man das Geld als VerkäuferIn auch **tatsächlich erhält**

wenn man **privat etwas verkauft**, ist das Geld dann schnell da

Privatkauf wie Willhaben sowohl online als auch in direkten Kauf

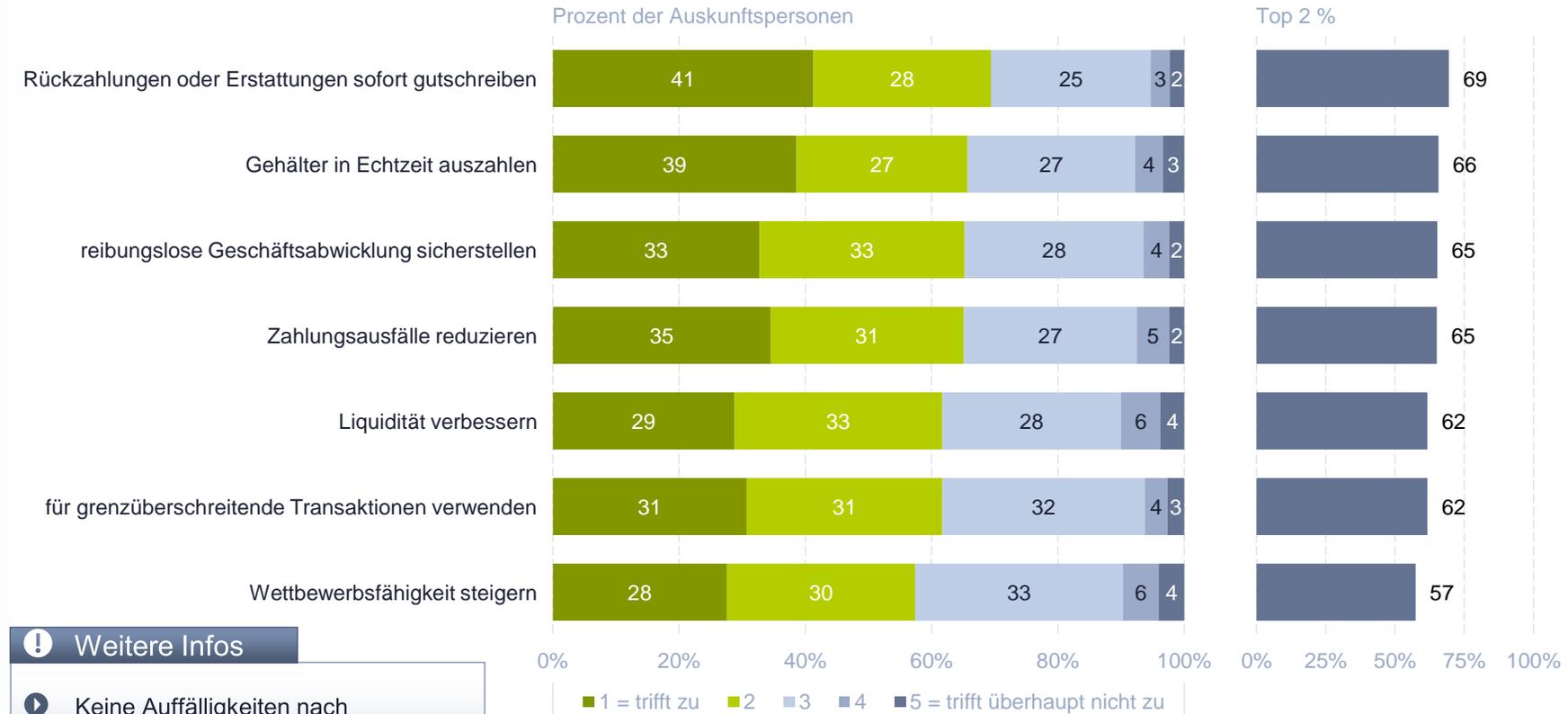
“Gibt es weitere Situationen oder Anwendungsfälle bei denen Sie sich vorstellen können, dass Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen vorteilhaft sein könnten?“



**Welche möglichen
Erwartungen bzw. Bedenken
gibt es bei Instant Payment?**



Insgesamt sehen etwa zwei Drittel große Vorteile für Unternehmen. Alle genannten Vorteile erreichen eine ähnliche Zustimmung. Am stärksten ist die sofortige Rückzahlung / Rückerstattungsmöglichkeit zutreffend.



! Weitere Infos

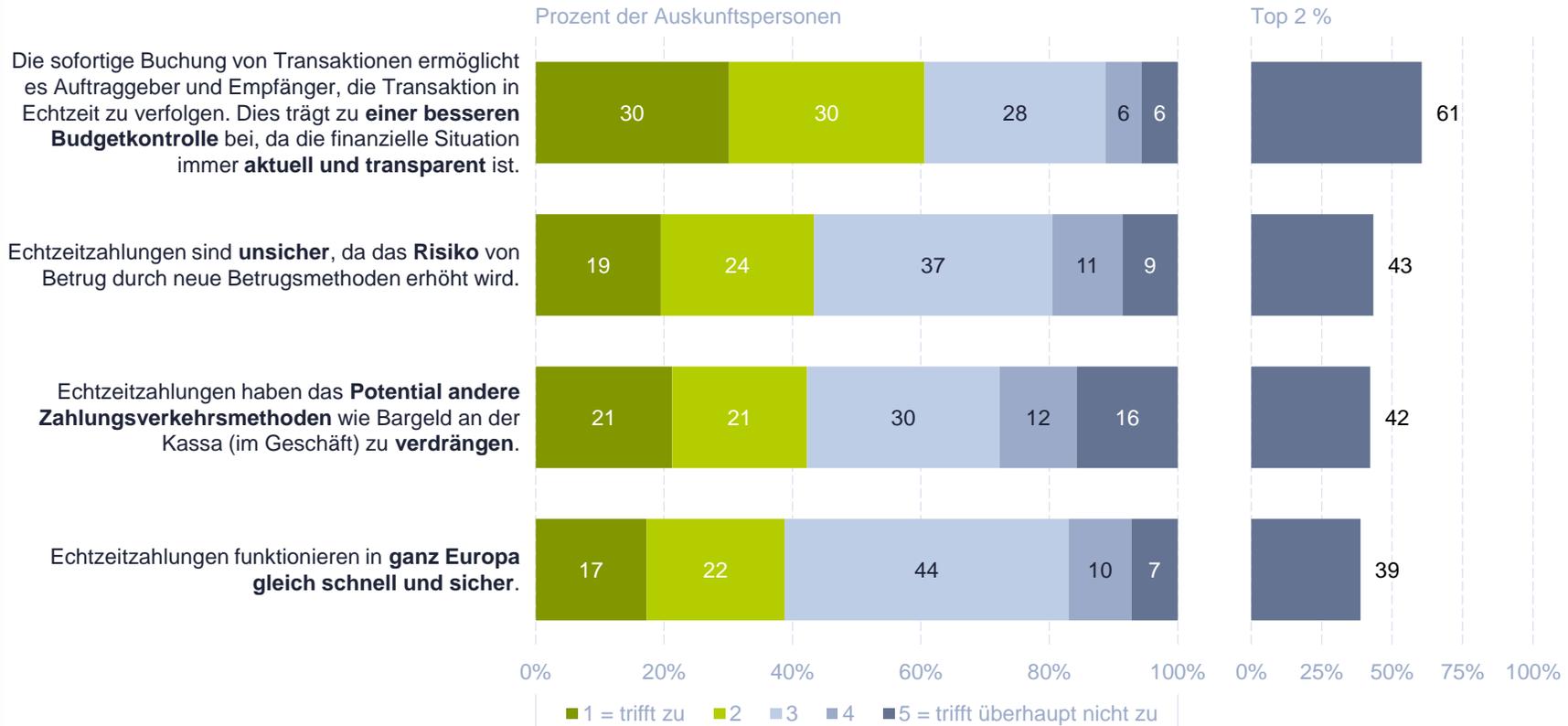
▶ Keine Auffälligkeiten nach Berufstätigkeit.

Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

"Der Einsatz von Echtzeitzahlungen hat auch auf Unternehmen unterschiedliche Auswirkungen. Sie sehen hier einige Aussagen dazu. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen!"



ÖsterreicherInnen sind sich recht einig, dass eine sofortige Abbuchung zu einer besser Budgetkontrolle führt. Rund 4 von 10 haben jedoch Risiko-Bedenken hinsichtlich der Nutzung von Echtzeitüberweisungen.



"Sie sehen hier einige Aussagen rund um das Thema Echtzeitüberweisung. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen!"



Unter 40-Jährige empfinden das Verdrängungs-Potenzial stärker und sehen Instant Payment auch als sichere Zahlungsform in ganz Europa.

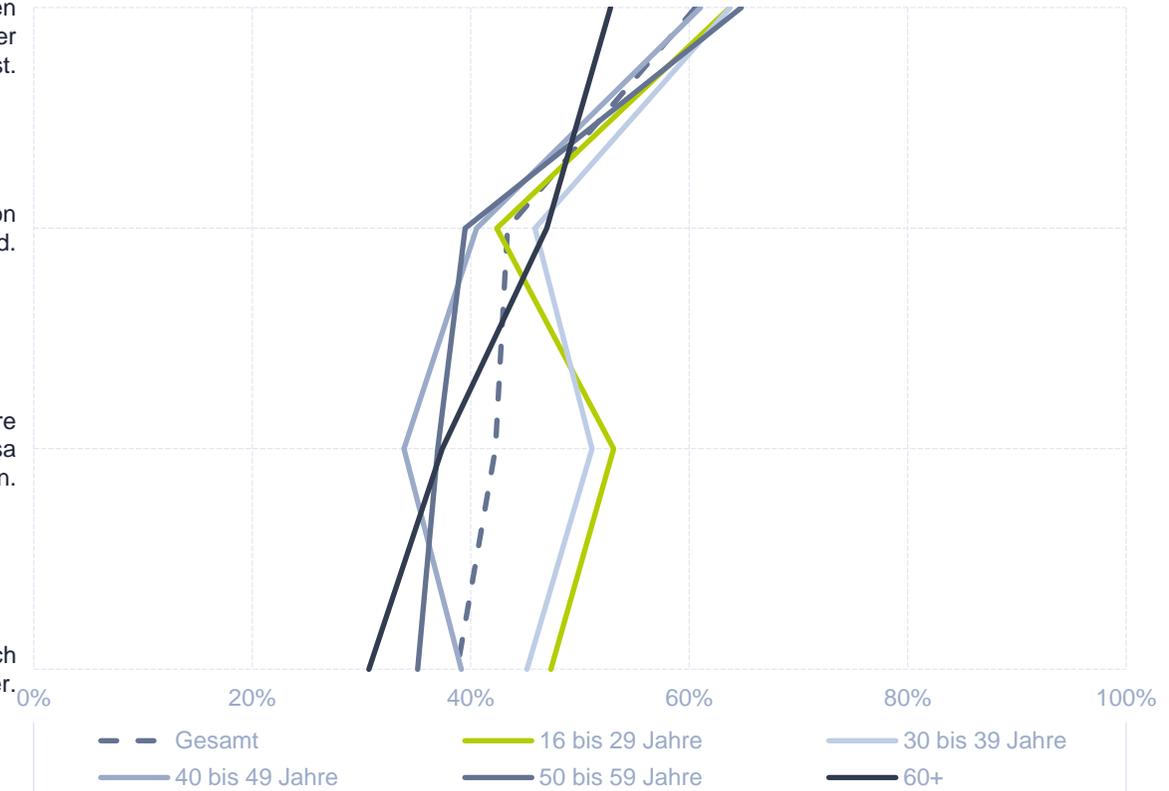
Die sofortige Buchung von Transaktionen ermöglicht es Auftraggeber und Empfänger, die Transaktion in Echtzeit zu verfolgen. Dies trägt zu einer besseren Budgetkontrolle bei, da die finanzielle Situation immer aktuell und transparent ist.

Top2Box

Echtzeitzahlungen sind unsicher, da das Risiko von Betrug durch neue Betrugsmethoden erhöht wird.

Echtzeitzahlungen haben das Potential andere Zahlungsverkehrsmethoden wie Bargeld an der Kassa (im Geschäft) zu verdrängen.

Echtzeitzahlungen funktionieren in ganz Europa gleich schnell und sicher.



"Sie sehen hier einige Aussagen rund um das Thema Echtzeitüberweisung. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen!"

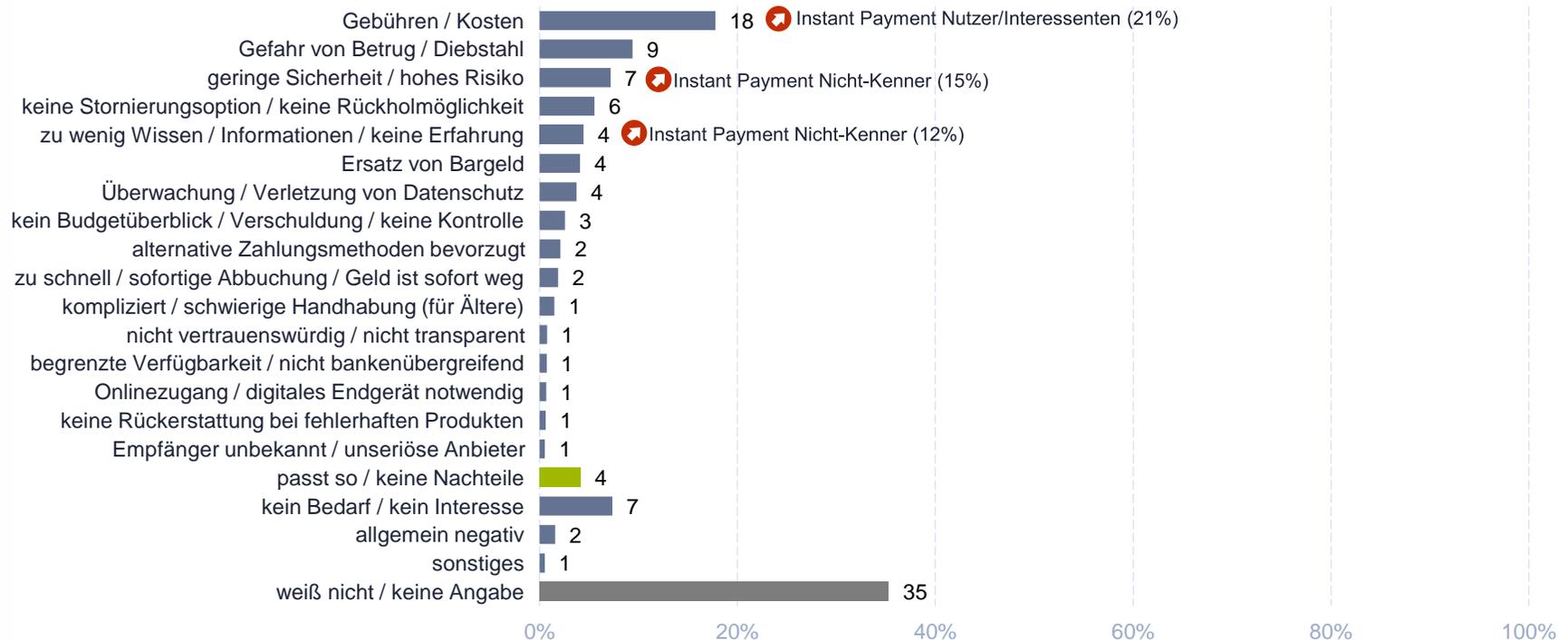
- **Gebühren / Kosten**
- **Gefahr von Betrug / Sicherheitsbedenken**
- **geringe Sicherheit / hohes Risiko**
- **keine Stornierungsoption / keine Rückholmöglichkeit bei Falschüberweisungen**
- **zu wenig Wissen / Informationen / keine Erfahrung**
- **Ersatz von Bargeld**
- **Überwachung / Verletzung von Datenschutz**





Für Nichtkenner ist eine größere Barriere die geringe Sicherheit bzw. die geringen Informationskenntnisse zu dieser neuen Art der Bezahlung. Die Zusatzkosten spielen dafür bei Nutzer/Interessenten eine größere Rolle.

Prozent der Auskunftspersonen



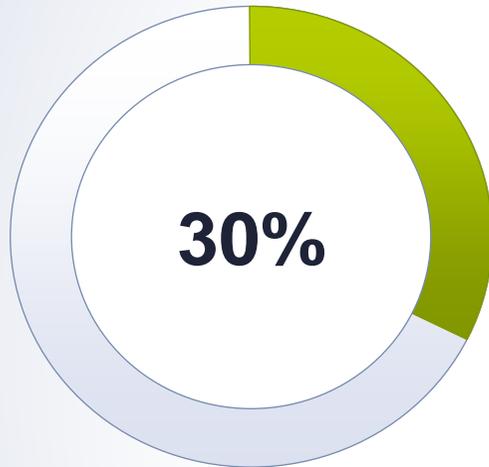
“Was spricht Ihrer Meinung nach gegen die Nutzung von Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen?“

06

Ausblick



**Wie stark wird sich das
Zahlungsverhalten
in den nächsten 10 Jahren
verändern?**



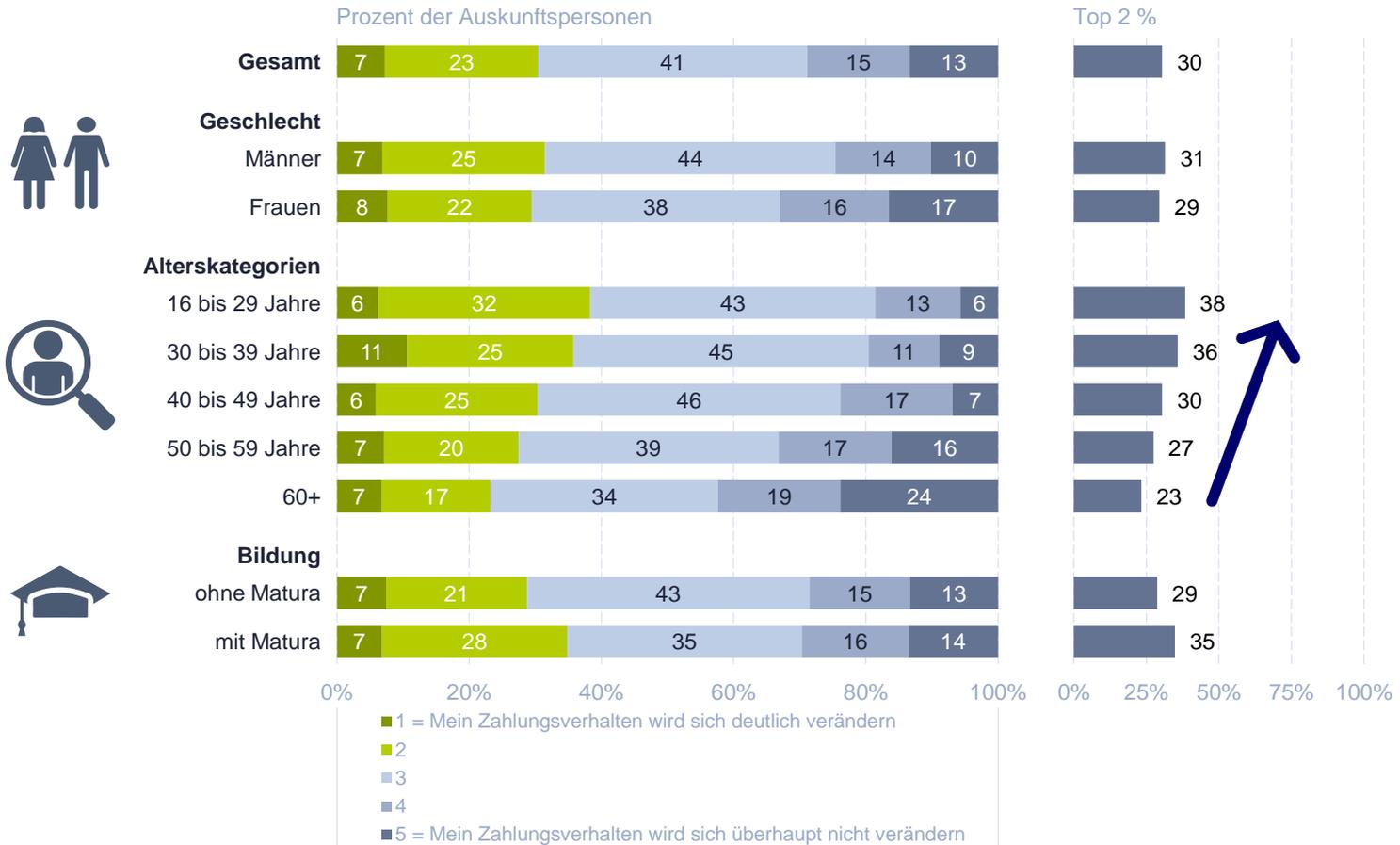
...gehen davon aus, dass sich ihr Zahlungsverhalten **in den nächsten 10 Jahren verändern** wird.

Veränderungen erwarten vor allem **junge ÖsterreicherInnen mit hoher Bildung** und Personen mit **guter finanzieller Situation**.





Je jünger die Person, desto stärker ist die Einschätzung, dass sich das Zahlungsverhalten verändern wird.



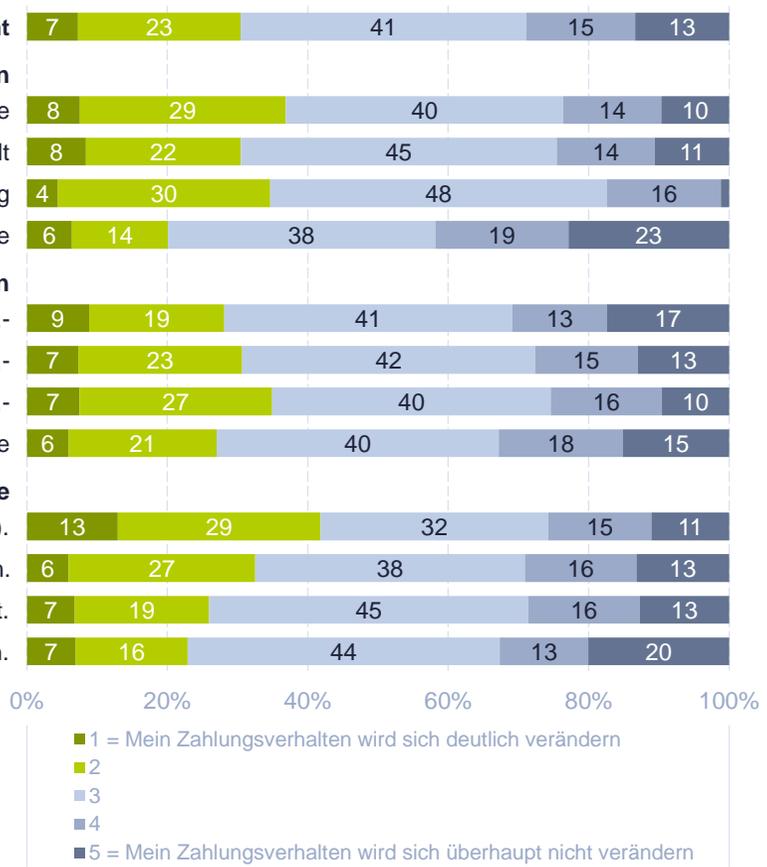
"Was erwarten Sie sich persönlich: Wird Ihr Zahlungsverhalten – also welche Zahlungsmittel Sie einsetzen oder in welchem Verhältnis Sie die Zahlungsmittel einsetzen – in 10 Jahren ein anderes sein als heute?"



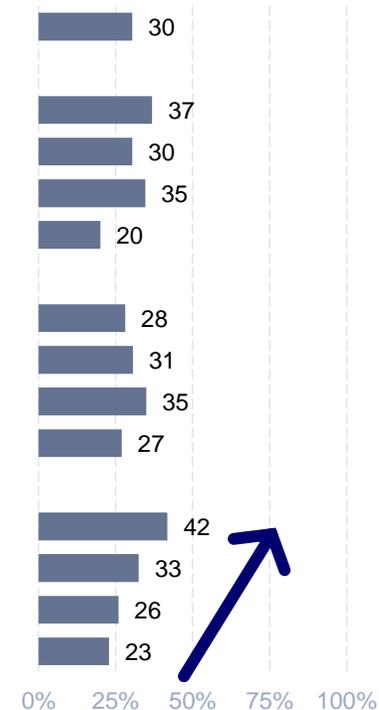
Je besser die finanzielle Situation, desto eher geht man davon aus, dass sich das Zahlungsverhalten in den nächsten 10 Jahren verändern wird.



Prozent der Auskunftspersonen



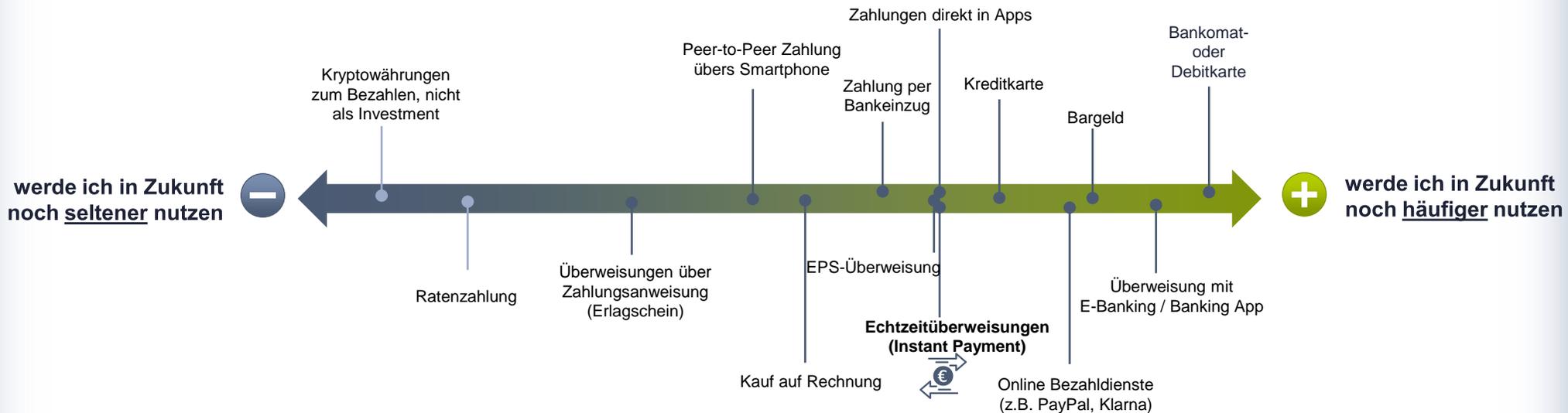
Top 2 %



"Was erwarten Sie sich persönlich: Wird Ihr Zahlungsverhalten – also welche Zahlungsmittel Sie einsetzen oder in welchem Verhältnis Sie die Zahlungsmittel einsetzen – in 10 Jahren ein anderes sein als heute?"



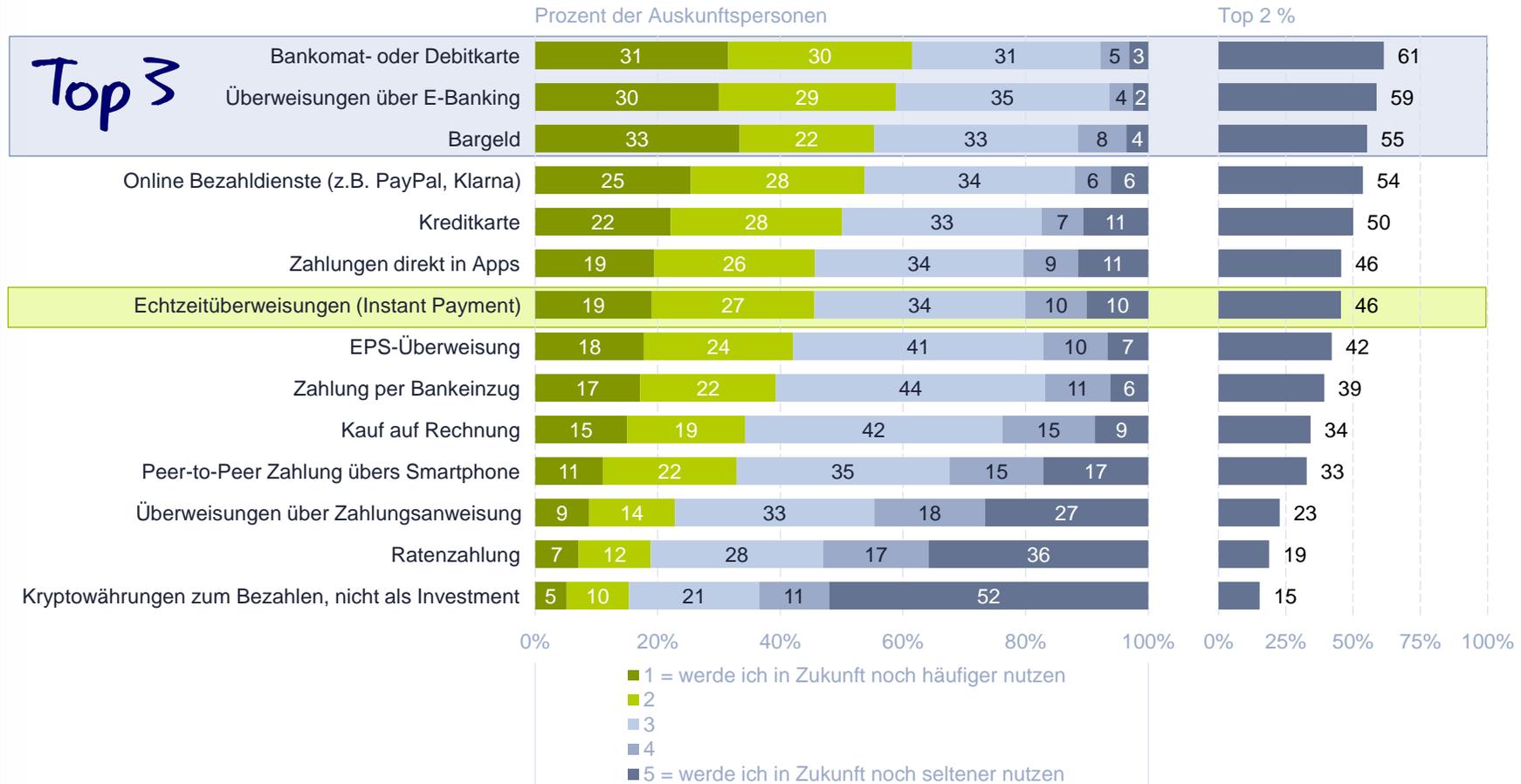
Am meisten wird die Nutzung von Bankomat-/Debitkarte, E-Banking und Bargeld zunehmen. Die Nutzung von Echtzeitüberweisungen wird eher zunehmen.



"Und wie schätzen Sie Ihre Nutzung der jeweiligen Zahlungsmethoden in Zukunft ein?"



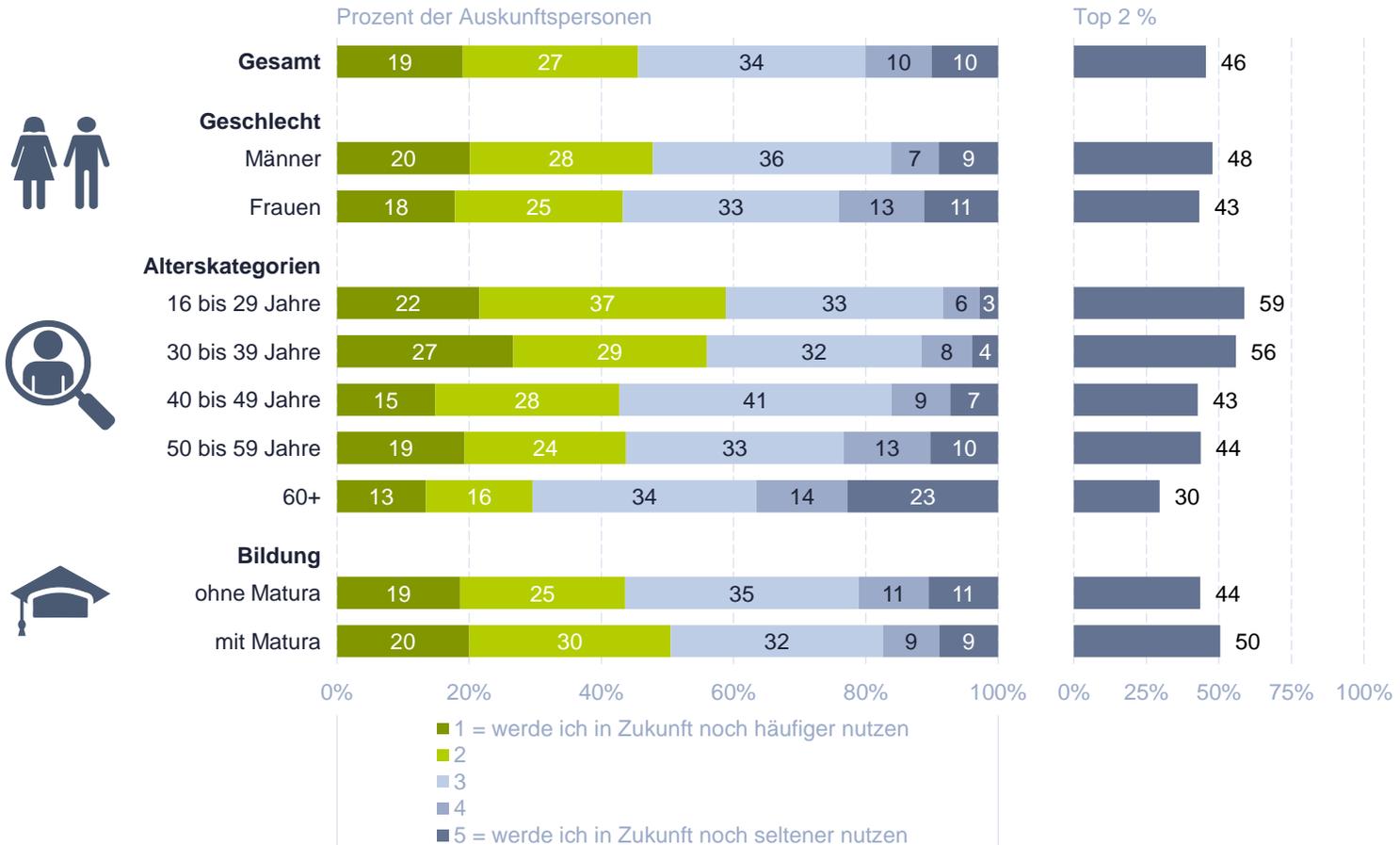
Unter Instant Payment Kenner meinen rund die Hälfte, dass sie in Zukunft vermehrt auf diese Zahlungsform zurückgreifen werden. Die bereits stark genutzten Zahlungsmittel Bankomatkarte, E-Banking und Bargeld werden auch noch in Zukunft ansteigen.



"Und wie schätzen Sie Ihre Nutzung der jeweiligen Zahlungsmethoden in Zukunft ein?"



Fast die Hälfte der Instant Payment Kenner wird in Zukunft Instant Payment stärker nutzen. Die Zunahme der zukünftigen Nutzung ist bei unter 40-Jährigen am größten.



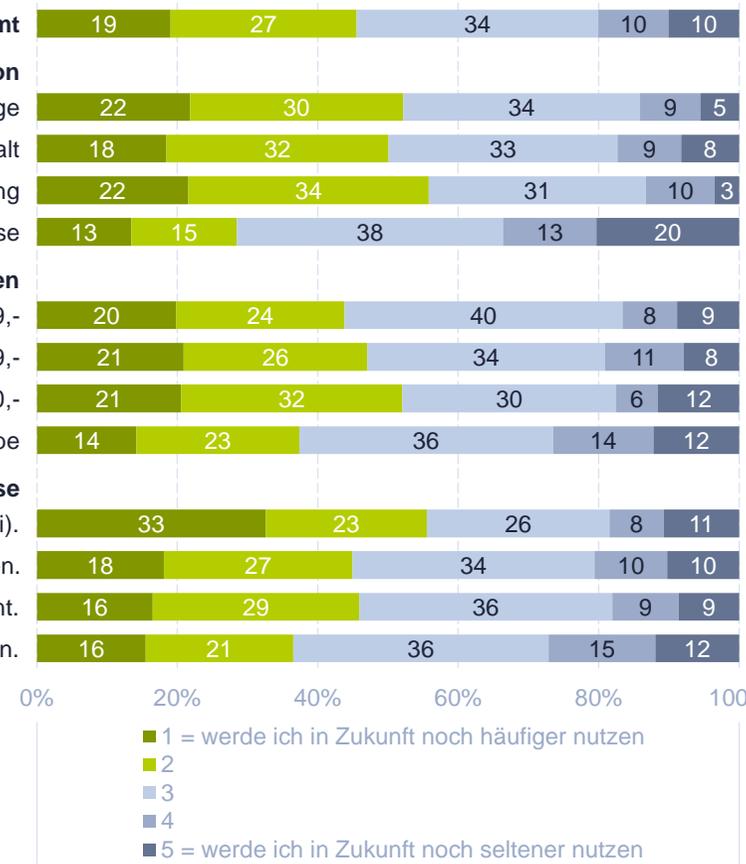
"Und wie schätzen Sie Ihre Nutzung der jeweiligen Zahlungsmethoden in Zukunft ein?"



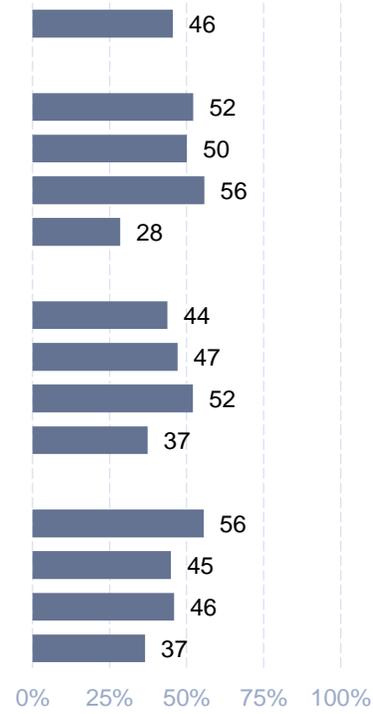
Die Zunahme der Nutzung steigt mit steigendem Einkommen. Generell gehen Personen, die finanziell sorgenfrei sind von der größten Zunahme der Nutzung in Zukunft aus.



Prozent der Auskunftspersonen



Top 2 %



"Und wie schätzen Sie Ihre Nutzung der jeweiligen Zahlungsmethoden in Zukunft ein?"

n = 1033 (472/195/63/294/163/329/296/245/113/507/303/86) | Instant Payment Kenner



**Was muss getan werden,
um die Nutzung von
Instant Payment zu erhöhen?**



1 71%

keine Zusatzkosten



2 67%

bequemer Zugang



3 63%

niedrigere Kosten als für andere Zahlungsmethoden

➤ 40–49-Jährige (71%)



4 62%

einfache Handhabung/
Benutzerfreundlichkeit

➤ Instant Payment Interessenten (81%)

50–59-Jährige (75%)
30–39-Jährige (72%)



5 62%

höchste Sicherheitsstandards, um Betrug und Datenmissbrauch zu verhindern

- 6 Vertrauen in die Sicherheit haben:
- 7 reibungsloser Ablauf bei (inter)nationalen Echtzeitzahlungen
- 8 Verfolgung in Echtzeit und detaillierte Informationen über Transaktionen:
- 9 Rechtssicherheit (gesetzliche Anforderungen und Standards):
- 10 fortschreitende technologische Innovation:

61% ➤ 40–49-Jährige (71%)

60%

59% ➤ Instant Payment Nutzer (72%)

59% ➤ 50–59-Jährige (68%), mit Matura (65%)
Instant Payment Interessenten (80%)

57% ➤ Instant Payment Interessenten (78%)

! Weitere Infos

▶ Nach Geschlecht und Bildung gibt es nur geringe Unterschiede bei den Nutzungsmotiven.

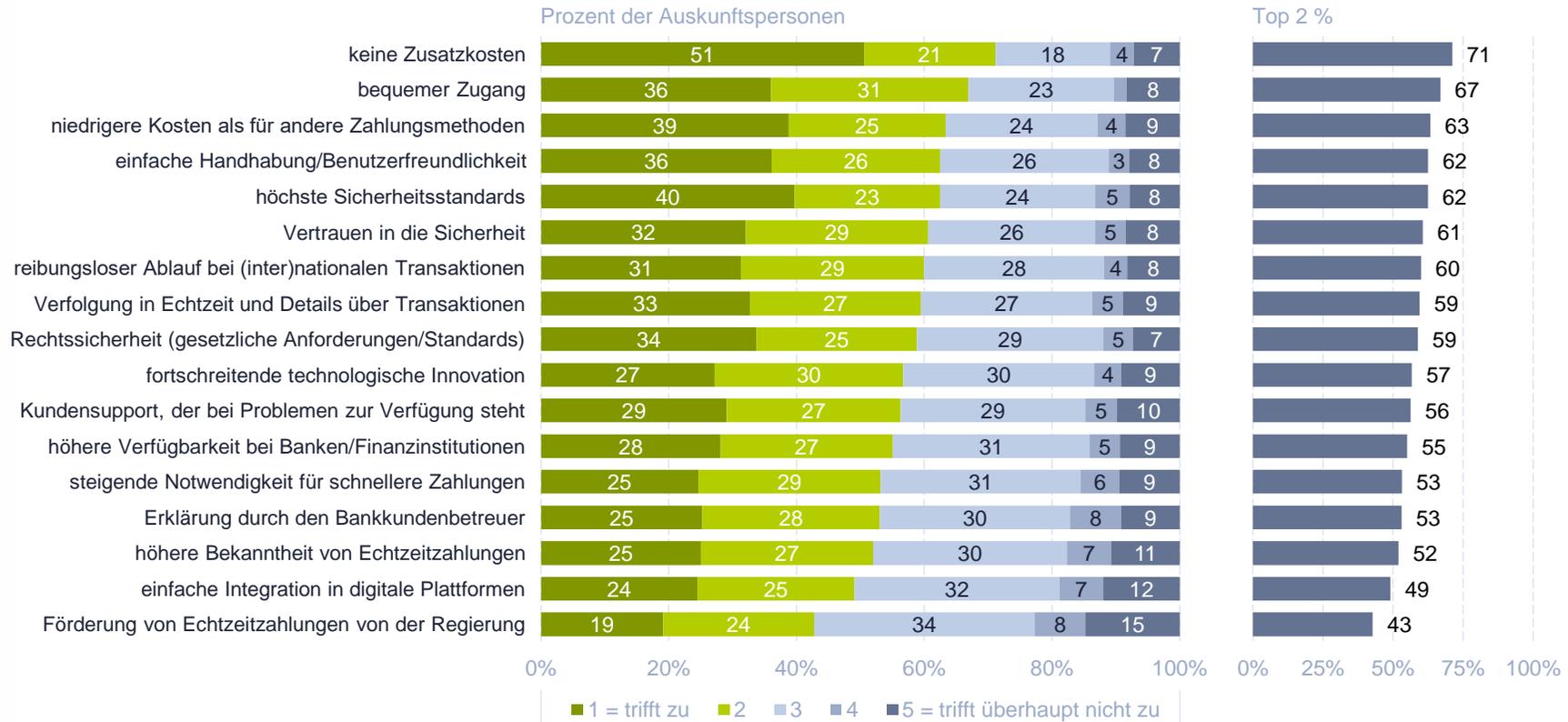
Anmerkung: Top 2 Box-Werte beinhalten all jene Auskunftspersonen, die auf einer Skala von 1 = „trifft zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“ den Wert 1 oder 2 vergeben haben.

"Welche der folgenden Aspekte würde für Sie persönlich die Nutzung von Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen erhöhen?"

n = 1165



Würden Echtzeitüberweisungen ohne Zusatzkosten angeboten werden, würde dies die Nutzung für 7 von 10 ÖsterreicherInnen erhöhen. Auch ein bequemer Zugang zu der Zahlungsart ist eine entscheidende Basis für eine Nutzung.

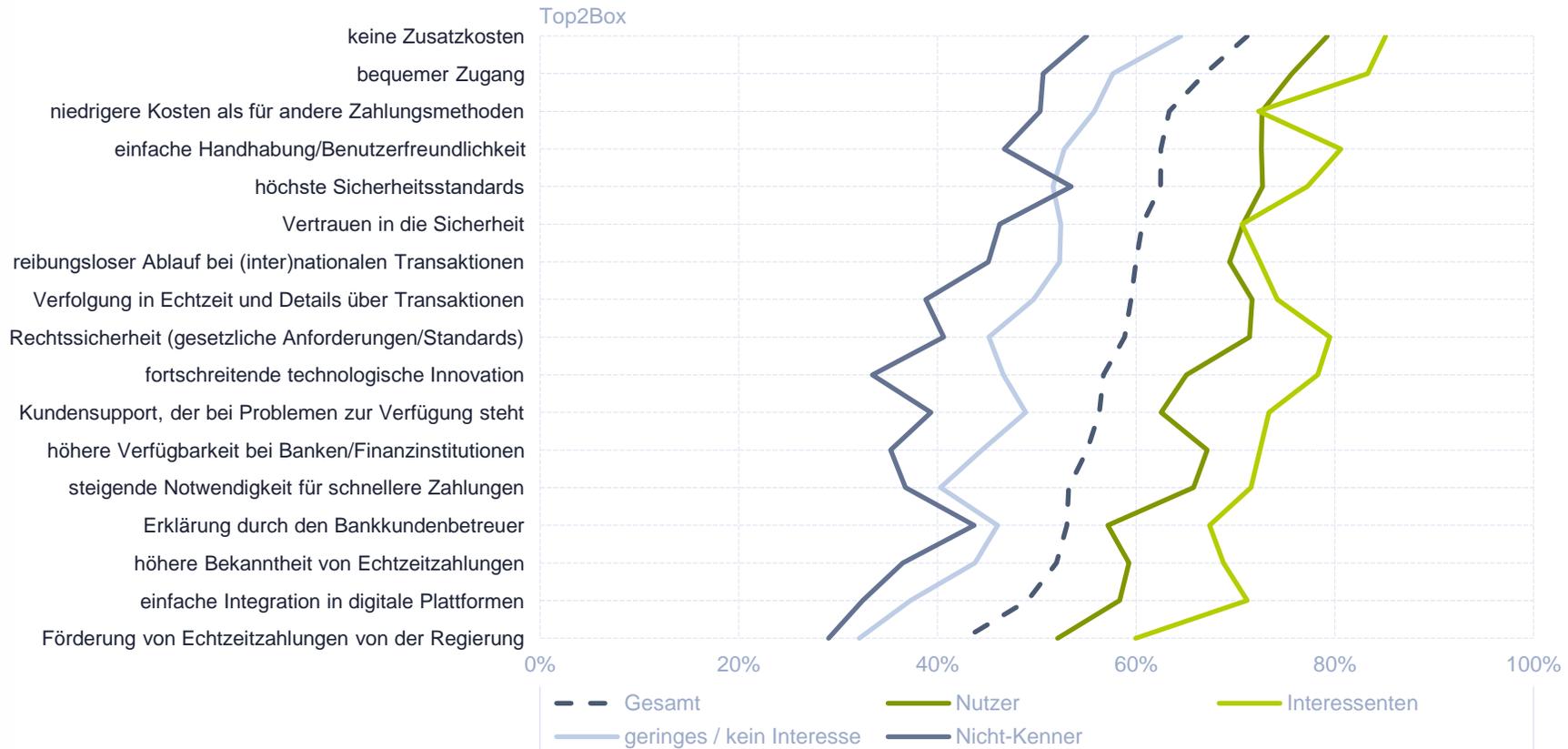


Anmerkung: Aussagen wurden gekürzt

"Welche der folgenden Aspekte würde für Sie persönlich die Nutzung von Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen erhöhen?"



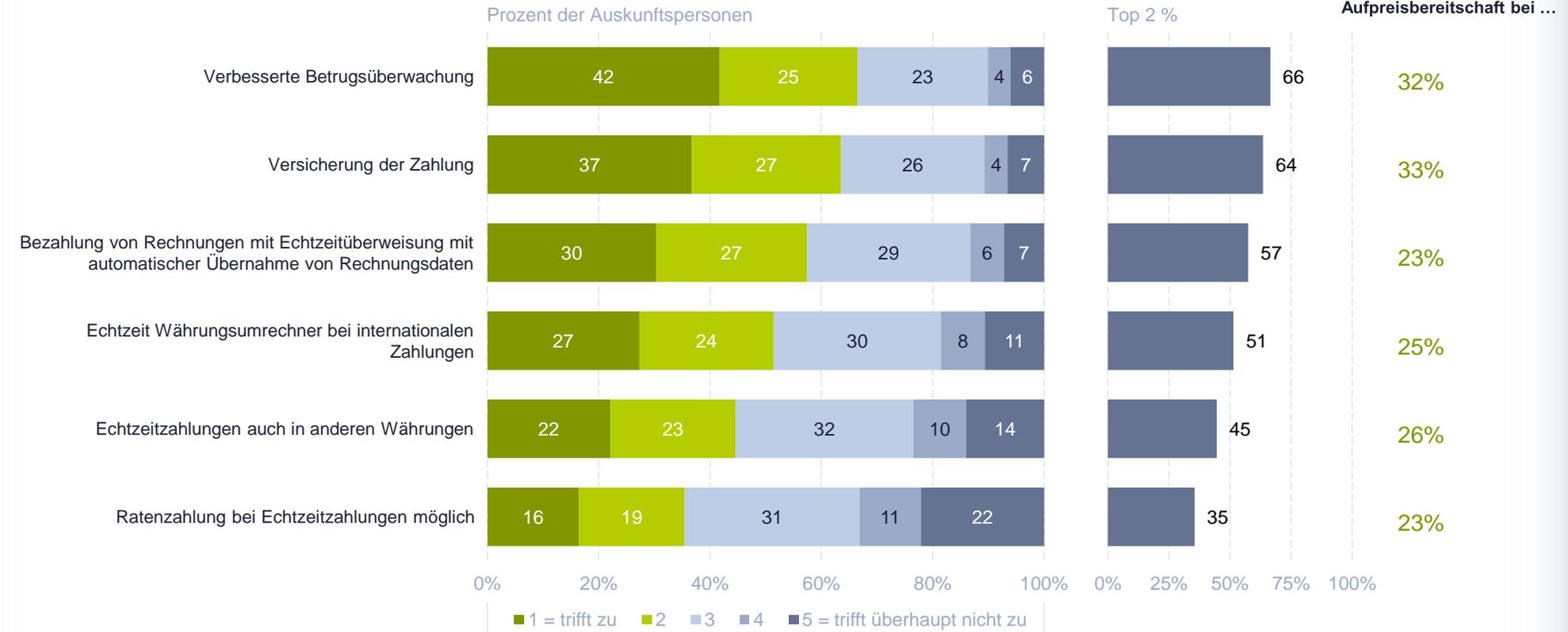
Instant Payment Interessenten sehen alle Aspekte als entscheidend für eine Nutzung (über 60% Zustimmung!). Besonders die Benutzerfreundlichkeit, die Rechtssicherheit, die fortschreitende Technologie und eine einfache Integration werden von dieser Gruppe vergleichsweise als relevanter eingestuft.



"Welche der folgenden Aspekte würde für Sie persönlich die Nutzung von Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen erhöhen?"



Als Zusatzservices würden sich ÖsterreicherInnen am meisten eine Betrugsüberwachung und eine Versicherung der Zahlung wünschen. Rund ein Drittel würde für diese Services auch mehr bezahlen.



"Welche der folgenden Zusatzservices bei Echtzeitüberweisungen oder Echtzeitzahlungen würde Ihre Nutzung dieser Zahlungsmöglichkeit erhöhen?"

Key Findings und Recommendations

1

Instant Payment wird von einem Drittel eingesetzt. Speed als Erfolgsfaktor und Begeisterung bei Männern unter 40

Instant Payment wird von rund **einem Drittel der ÖsterreicherInnen genutzt**, wobei **Männer unter 40 Jahren** die aktivsten Nutzer darstellen.

Die **Bewertung ist insgesamt positiv**, wobei die **Schnelligkeit und Verfügbarkeit des Geldes als Hauptvorteile** genannt werden. Vor allem die Altersgruppe der 30-39-Jährigen zeigt nicht nur die höchste Nutzungsfrequenz, sondern auch die besten Bewertungen.



2

Instant Payment zeigt großes Potenzial vor allem bei Jungen, finanziell sorgenfreien Menschen und in Westösterreich

Fast **die Hälfte der Instant Payment Kenner wird in Zukunft Instant Payment stärker nutzen**. Die Zunahme der zukünftigen Nutzung ist bei unter 40-Jährigen am größten.

Zudem ist die aktuelle Nutzung in Ostösterreich höher als im Westen, daher bietet eine **gezielte Ausdehnung des Angebots und eine stärkere Kommunikation, um Bekanntheit aufzubauen im Westen** Potenzial.

Eine klare Fokussierung auf junge **Männer, Personen unter 40 Jahren und finanziell gut situierten Personen** ist ratsam, da diese Gruppen das größte Interesse und Potenzial zeigen.



3

Barrieren bei Instant Payment: Von Unsicherheiten bis Informationsmangel

Hauptbarriere für Instant Payment ist die **Unsicherheit bezüglich der Zusatzkosten**. Auch die **geringen Erfahrungen** und der **nicht klar ersichtliche Nutzen** schaffen Bedenken. Bei Nichtkennern ist vor allem die **mangelnde Sicherheit und Informationskenntnisse** eine Hürde. Um diese Barrieren zu überwinden, ist eine **klare Kommunikation über Gebühren, Sicherheit und Nutzensvorteile** notwendig.



4

Hebel für die Erhöhung der Nutzungsabsicht sind vor allem Vertrautheit, Budgetübersicht und Flexibilität. Niedrige Kosten begeistern!

Nutzer schätzen insbesondere die **Schnelligkeit und Nachweisbarkeit** von Instant Payment. Allerdings sind dies grundlegende **Voraussetzungen**, die nicht zwangsläufig zu einer verstärkten Nutzung führen. Die **entscheidenden Hebel liegen stattdessen in der Schaffung von mehr Vertrautheit, einer verbesserten Budgetübersicht, höherer Flexibilität und Einfachheit**. Daher sollten diese Schlüsselemente in der Kommunikation betont werden, um die Österreicher*innen dazu zu ermutigen, Instant Payment auszuprobieren und somit ein Gefühl der Vertrautheit zu entwickeln. Zusätzlich wäre es wichtig, die Österreicher*innen über die **niedrigen Kosten** bei vielen Instituten aufzuklären, da hier ein erhebliches Potenzial zur Begeisterung besteht.



5

Gestaltungsempfehlungen für mehr Instant Payment Nutzungsfrequenz: Klare Pricing-Strategien, effektive Marketingkampagnen und Partnerschaften als Schlüssel zum Erfolg

Um die Nutzungsfrequenz von Instant Payments zu steigern, sollten **zusätzliche Services wie Betrugsüberwachung und Zahlungsvericherung** angeboten werden. Zudem ist eine **klare Pricing-Strategie entscheidend**, wobei kostenlose Angebote bevorzugt werden. Die **Kommunikation sollte den Fokus auf Sicherheit und Benutzerfreundlichkeit** legen, um die Vorteile von Instant Payment hervorzuheben. Hierbei sind gezielte Marketingkampagnen sowie **Partnerschaften mit Banken und Unternehmen** zielführend.



1

Klare Kommunikation der Vorteile: Betonen Sie in Marketingkampagnen neben der unschlagbaren Schnelligkeit von Instant Payment auch verbesserten Budgetübersicht, höherer Flexibilität, Einfachheit und gute Konditionen. Ein Fokus auf diese Aspekte wird die Attraktivität für breitere Zielgruppen steigern.

Gezielte Marketingstrategien, um die Bekanntheit aufzubauen: Da erst von einem Drittel Instant Payment genutzt wird, sind gezielte Marketingkampagnen und Partnerschaften mit Banken entscheidend. Schaffen Sie Awareness und Bewusstsein für die Vorteile von Echtzeitüberweisungen und betonen Sie, wie Instant Payment den Alltag erleichtern kann. Dies schafft wichtige Vertrautheit.

Abbau von Barrieren durch Aufklärung: Unsicherheiten, Informationsmangel und Bedenken bezüglich Zusatzkosten sind Barrieren, die es zu überwinden gilt. Durch gezielte Aufklärungskampagnen und transparente Kommunikation können diese Bedenken adressiert und das Vertrauen der Verbraucher gestärkt werden.

Hervorhebung der Motive für Instant Payment: Fokussieren Sie sich in der Kommunikation auf die entscheidenden Motive der Nutzer, die Einfluss auf die Nutzungsabsicht haben – Budgetübersicht, Vertrauen, Einfachheit, Flexibilität, Preis-Leistung. Betonen Sie, warum Instant Payment eine zeitgemäße und effiziente Alternative zu traditionellen Zahlungsmethoden ist.

2

Einfache Integration in Alltagssituationen: Forcieren Sie in Marketingkampagnen, wie mühelos Instant Payment in alltäglichen Situationen genutzt werden kann – sei es beim Teilen von Rechnungen, gemeinsamen Geschenken oder beim spontanen Einkaufsbummel.

Innovative Partnerschaften eingehen und Erweiterungen des Akzeptanznetzwerks: Kooperationen mit beliebten Apps, Online-Plattformen oder Einzelhändlern können die Nutzung von Instant Payment fördern. Durch Integration in bereits genutzte Dienste wird die Hemmschwelle für Verbraucher gesenkt. Stellen Sie sicher, dass Instant Payment flächendeckend akzeptiert wird. Dies könnte durch Partnerschaften mit Einzelhändlern, Restaurants und Online-Plattformen erreicht werden.

Personalisierte Marketingansätze: Segmentieren Sie die Zielgruppen präziser, um personalisierte Marketingbotschaften zu entwickeln. Frauen, ältere Generationen und bisherige Nichtnutzer könnten durch individualisierte Ansprachen besser erreicht werden.



Marketing Evolution

fresh thinking for powerful marketing

Wir machen das Marketing durchschlagskräftiger und erhöhen den Markenwert unserer Kunden. Dazu kombinieren wir Marketing Research und Consulting zu einer maßgeschneiderten Lösung.