

World Payments Report 2023: Jeder zweite Firmenkunde erwartet ein Zahlungserlebnis wie im Supermarkt

Globale Non-cash Payments Volumen noch dieses Jahr auf Höchststand von 1,3 Billionen Transaktionen weltweit erwartet; bis 2027 werden neue digitale Zahlungsmethoden etwa 30 Prozent des Gesamtvolumens ausmachen, während die traditionellen Methoden auf rund 70 Prozent des gesamten bargeldlosen Transaktionsvolumens schrumpfen

Wien, 15. September 2023 - Das Volumen bargeldloser Transaktionen wird bis 2023 weltweit 1,3 Billionen erreichen, so der heute veröffentlichte [World Payments Report 2023](#) des Capgemini Research Institute. In gleichem Maße, wie Verbraucher und Unternehmen neue digitale Zahlungssysteme verwenden, wird dieses Volumen der Studie zufolge bis 2027 weltweit auf 2,3 Billionen wachsen und dabei jährlich um 15 Prozent zunehmen, in Europa um 10,7 Prozent. Eine Erkenntnis des diesjährigen Reports: Treasurer leiden unter Inflation und Geopolitik, neue Bankservices im Cash-Management für ein Erlebnis wie an der Supermarktkasse in Kombination mit AI schaffen Abhilfe.

„Generative KI wird künftig zum entscheidenden Werkzeug im Cash-Management werden. Banken müssen robuste digitale Plattformen entwickeln, um die steigenden Anforderungen an Sicherheit, Effizienz und Risikomanagement zu erfüllen. Die Zukunft des Zahlungsverkehrs liegt in innovativen Lösungen, die geopolitische Risiken, Inflation und die Erwartungen der Kunden in Einklang bringen“, erklärt Stephan Kolarik, Sector Lead für Financial Services bei Capgemini Österreich.

Dem Bericht zufolge werden bis 2027 neue Zahlungsmethoden wie Sofortzahlungen, E-Geld, digitale Geldbörsen, Konto-zu-Konto-Zahlungen und QR-Code-Zahlungen etwa 30 Prozent des Gesamtvolumens ausmachen, während traditionelle bargeldlose Zahlungen wie Lastschriften, Karten und Überweisungen auf etwa 70 Prozent des gesamten bargeldlosen Transaktionsvolumens zurückgehen werden. Die wachsende digitale Zahlungsinfrastruktur, wie Open Banking und Regulierungen verändern rapide die Art und Weise, wie Kunden und Unternehmen für Waren und Dienstleistungen bezahlen.

Corporate Treasurer unzufrieden mit Cash-Management-Dienstleistungen

Die Studie zeigt, dass mehr als die Hälfte der Corporate Treasurer der Meinung sind, dass die zunehmende Globalisierung des Handels und die anhaltenden Unterbrechungen der Lieferketten die Nachfrage nach effektiven und effizienten Cash Management Services (CMS) erhöht haben. Ein weiteres Drittel gab an, dass die steigenden Risiken in Geopolitik und Cybersicherheit CMS zu einem kritischen Faktor machen, während fast 30 Prozent die steigende Inflation als Ursache für ihren wachsenden Bedarf an besserem Cash-Management nennen. Während Unternehmen mit wirtschaftlichem Gegenwind kämpfen, sind die derzeitigen CMS-Angebote für multinationale Unternehmen weitgehend unzureichend, trotzdem sie im Schnitt mehr als 27 Bankbeziehungen unterhalten, um ihre Treasury-Anforderungen zu erfüllen. Mehr als 70 Prozent der Führungskräfte gaben an, dass sie Probleme mit der Klärung von



Streitigkeiten, einer schlechten Bewertung des Kreditrisikos und einer verzögerten oder mehrfachen Zahlungsabwicklung haben. Die Lösung liegt jedoch auf der Hand: Etwa zwei von drei (63 Prozent) Führungskräften im Zahlungsverkehr nennen infrastrukturelle Hürden aufgrund von Altsystemen als größtes Hindernis für die Bereitstellung effizienter CMS.

Firmenkunden verlangen von den Banken ein Zahlungserlebnis wie im Supermarkt

Neue Zahlungslösungen und wichtige Brancheninitiativen kurbeln das Wachstum des digitalen Zahlungsverkehrs in Unternehmen an. Auch die Erwartungen ändern sich: 63 Prozent der Firmenkunden erwarten von ihren Banken im Jahr 2023 ein Zahlungserlebnis wie im Einzelhandel. Der Zahlungsverkehr hat bei der Digitalisierung eine Vorreiterrolle eingenommen: Die Einhaltung lokaler, regionaler und internationaler Vorschriften, einschließlich ISO20022 und SWIFT-Initiativen für den globalen Zahlungsverkehr, hat jedoch ihren Preis und lässt nur begrenzten Spielraum für Investitionen in zukünftige Innovationen. Führungskräfte aus dem Bereich Zahlungsverkehr geben an, dass fast 80 Prozent der traditionellen Einnahmequellen im Zahlungsverkehr unter Druck stehen und dass die Dienstleister ihren Fokus zwischen Privat- und Geschäftszahlungen neu ausrichten müssen. Weltweit glauben mehr als 50 Prozent der Führungskräfte im Zahlungsverkehr, dass die Abwicklung von B2B-Transaktionen, also Unternehmenszahlungen, höhere Margen erzielt, als der private Zahlungsverkehr, auch Massenzahlungsverkehr genannt.

Die Pflege strategischer Unternehmensbeziehungen erfordert effiziente Cash-Management-Dienstleistungen

Die vollständige digitale Transformation im Transaction Banking beginnt im Management eines Unternehmens, wichtig ist eine kohärente Planung und ein einheitliches Ziel für strukturelle Reformen. 67 Prozent der Führungskräfte von Banken bestätigten, dass strategische Partnerschaften mit Firmenkunden die Gefahr der Disintermediation, also das Herauslösen von Zahlungsdienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette durch FinTechs und PayTechs, verringern. 57 Prozent der Führungskräfte im Zahlungsverkehr gaben an, dass strategische Bankpartner aufgrund dieser Beziehungen mehr Cross- und Up-Selling-Möglichkeiten haben. Um strategische Cash-Management-Beziehungen mit Firmenkunden zu pflegen, empfiehlt die Studie Banken und Zahlungsverkehrsdienstleistern eine dreistufige Strategie: Zunächst die Vereinfachung des Back Office, um Innovation und Agilität zu ermöglichen, im zweiten Schritt die Effizienz der Plattformen des Cash Managements zu steigern und schließlich mit Firmenkunden auf gleicher Augenhöhe wie strategische Partner zusammenzuarbeiten, statt wie mit einem Dienstleister.

Über die Studie

Der World Payments Report 2023 stützt sich auf Erkenntnisse aus zwei Primärquellen: der Global Large Businesses Survey 2023 und den Global Banking and Payments Executive Surveys and Interviews 2023. Diese primären Forschungsquellen decken Erkenntnisse aus 17 Märkten ab: Australien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Hongkong, Indien, Italien, die Niederlande, das Königreich Saudi-Arabien, Singapur, Spanien, Schweden, die Schweiz, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Großbritannien und den USA. Im Rahmen der Umfrage wurden 355 leitende Angestellte der Finanzabteilungen großer Unternehmen zu den Faktoren befragt, die den Wandel im Zahlungsverkehr vorantreiben, zu den Erwartungen an die Banken, zum Zufriedenheitsgrad, zu den Faktoren, welche die Beziehungen zu ihren Banken beeinflussen, zu den derzeit genutzten bankfremden Dienstleistungen, zu neu entstehenden Zahlungsverkehrsdienstleistungen wie Echtzeit-Zahlungen und Distributed-Ledger-Technologie sowie zu weiteren Themen. Die Teilnehmer wurden auch zu den aktuellen Herausforderungen im Bargeldmanagement und zu ihren Erwartungen an die Partnerbanken in Bezug auf Mehrwertdienste im Bargeldmanagement befragt. Der Bericht enthält Erkenntnisse aus gezielten



Interviews und Umfragen mit über 130 Führungskräften führender Banken, Finanzdienstleistungsunternehmen, Zahlungsdienstleistern, Branchenverbänden und Zentralbanken aus allen drei Regionen: Nord- und Südamerika, Europa sowie Asien-Pazifik und dem Nahen Osten.

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Partner für Unternehmen bei der Steuerung und Transformation ihres Geschäfts durch den Einsatz von Technologie. Die Gruppe ist jeden Tag durch ihren Purpose angetrieben, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste und diverse Organisation mit einem Team von rund 350.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in mehr als 50 Ländern. Eine 55-jährige Unternehmensgeschichte und tiefgehendes Branchen-Know-how sind ausschlaggebend dafür, dass Kunden Capgemini das gesamte Spektrum ihrer Geschäftsanforderungen anvertrauen – von Strategie und Design bis hin zum Geschäftsbetrieb. Dabei setzt das Unternehmen auf die sich schnell weiterentwickelnden Innovationen in den Bereichen Cloud, Data, KI, Konnektivität, Software, Digital Engineering und Plattformen. Der Umsatz der Gruppe lag im Jahr 2022 bei 22 Milliarden Euro.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/at-de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.

Besuchen Sie uns auf www.capgemini.com/de-de/insights/research/capgemini-research-institute

Abonnieren Sie unsere Studien auf www.capgemini.com/capgemini-research-institute-subscription