

Kartenforum, 7. Februar 2018

Ergebnisse einer vergleichenden empirischen Studie zum Zahlungsverhalten in China und Deutschland

Jan Lukas Korella, Deutsche Bundesbank*

** WICHTIG: Der Vortrag stellt die persönliche Auffassung des Referenten dar und gibt nicht notwendigerweise die Position der Deutschen Bundesbank wieder.
Bitte nicht ohne Erlaubnis der Autoren zitieren.*

Agenda

1. Einleitung

2. Daten/Methodik

3. Empirische Ergebnisse

4. Fazit

5. Ausblick

Einleitung

Forschungsfragen und Hintergrund der Studie

Fokus der Studie

- **Vergleichende empirische Analyse der Nutzung von Bezahlverfahren** in China und Deutschland
- Empirischer Vergleich auf Basis eigener Befragung in China sowie bestehender Studien
- Unterschiede zwischen den Ländern? Mögliche Ursachen hierfür? Können Schlüsse für die Zukunft gezogen werden?
- Erfolgsfaktoren und Hindernisse für Innovationen in „zweiseitigen“ Zahlungsverkehrsmärkten



Hintergrund

- Thema der chinesischen G-20-Präsidentschaft 2015/2016: „*Towards the Innovative, Invigorated, Interconnected and Inclusive World Economy*“, Schwerpunkt der deutschen G-20-Präsidentschaft 2016/2017: „*Digital Finance*“
→ Anstoß für chinesisch-deutsches Forschungsprojekt zu innovativen Bezahlverfahren
- Gemeinsames Projekt der **Deutschen Bundesbank**, Academy of Internet Finance an der **Zhejiang-Universität Hangzhou**, mit Unterstützung von Goethe-Universität / Sino-German Center und GIZ
- Ergebnisse erstmals präsentiert auf der „**Payments Conference**“ der **EZB** im Dezember 2017 in Rom



Daten/Methodik

Datenquellen in China und Deutschland

Deutschland: Befragung des EHI Retail Institute

- Etablierte, jährliche Studie
- 493 Unternehmen mit ca. 80 000 Einzelhändlern (durchschn. Umsatz von 2,97 Mio €)
- Ländliche Räume sowie Ballungszentren (57,6 % des gesamten deutschen Einzelhandels)
- Zahlungsmethoden: Barzahlung, Debitkarte, Kreditkarte, Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV), Kundenkarte mit Bezahlungsfunktion, Sonstige

China: Eigene Feldstudie

- Kleine Stichprobe mit 160 Einzelhändlern
- Sowohl internationale Ketten als auch lokale Einzelhändler (durchschn. Umsatz von 28,6 Mio ¥ bzw. 3,9 Mio €)
- 3 Ballungszentren (Shanghai, Peking, Hangzhou)
- Zahlungsmethoden: Barzahlung, Debitkarte, Kreditkarte, Alipay, WeChat Pay, Union Quick, Prepaid-Karten, Sonstige
- Daten basieren zum Teil auf Schätzungen der Händler (z. B. Anteile der Zahlungsmethoden)

Weitere Quellen

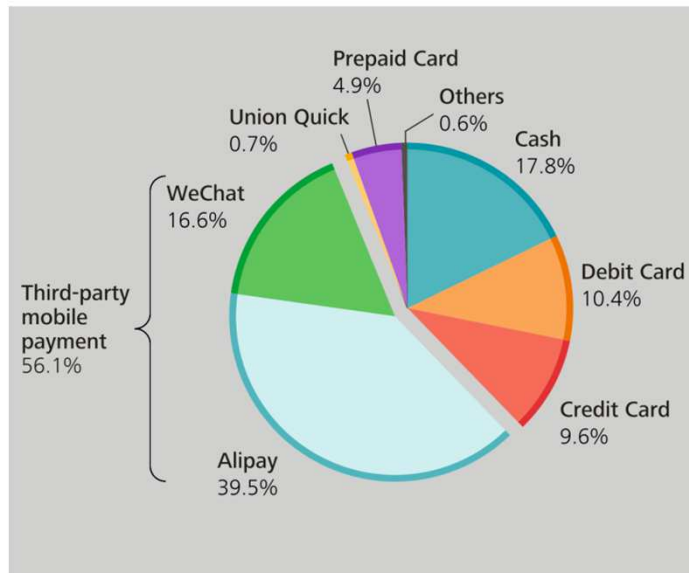
- Zusätzliche bereits veröffentlichte Studien*
- Expertenmeinungen/-schätzungen

* z. B. Deutsche Bundesbank (2015): Zahlungsverhalten in Deutschland, EHI (2017): Online-Payment 2017 und weitere

Empirische Ergebnisse

Unterschiede im Zahlungsverhalten am POS

China: Anteile der Bezahlverfahren laut chinesischer Händlerbefragung*

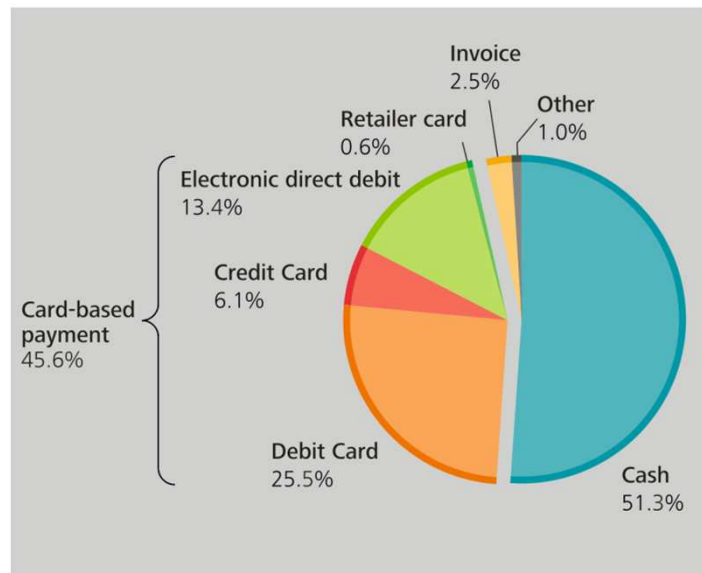


* Transaction value shares are partly based on Chinese merchant's estimates.

Deutsche Bundesbank

Z1PR0004.Chart

Deutschland: Anteile der Bezahlverfahren gemäß EHI



Source: EHI 2017a.

Deutsche Bundesbank

Z1PR0005.Chart

- In chinesischen Metropolen starke Stellung von Nichtbanken/Drittanbietern und deren mobiler Lösungen am POS
- In DE Präferenz für Bar- und Kartenzahlungen und (noch) keine Verbreitung von auf mobilen Endgeräten basierenden Verfahren

Empirische Ergebnisse

Führende Player in China: Alipay und WeChat

Alipay

- Zahlungsdienstleister mit Verbindung zur Alibaba-Gruppe
- Gegründet 2004 als Internetbezahlservice für die Onlineshopping-Website von Alibaba
- Mobile App seit 2009
- 175 Millionen Transaktionen pro Tag, 60 % über Mobiltelefon**
- Seit 2017 auch an ausgewählten deutschen POS für chinesische Kunden verfügbar

WeChat

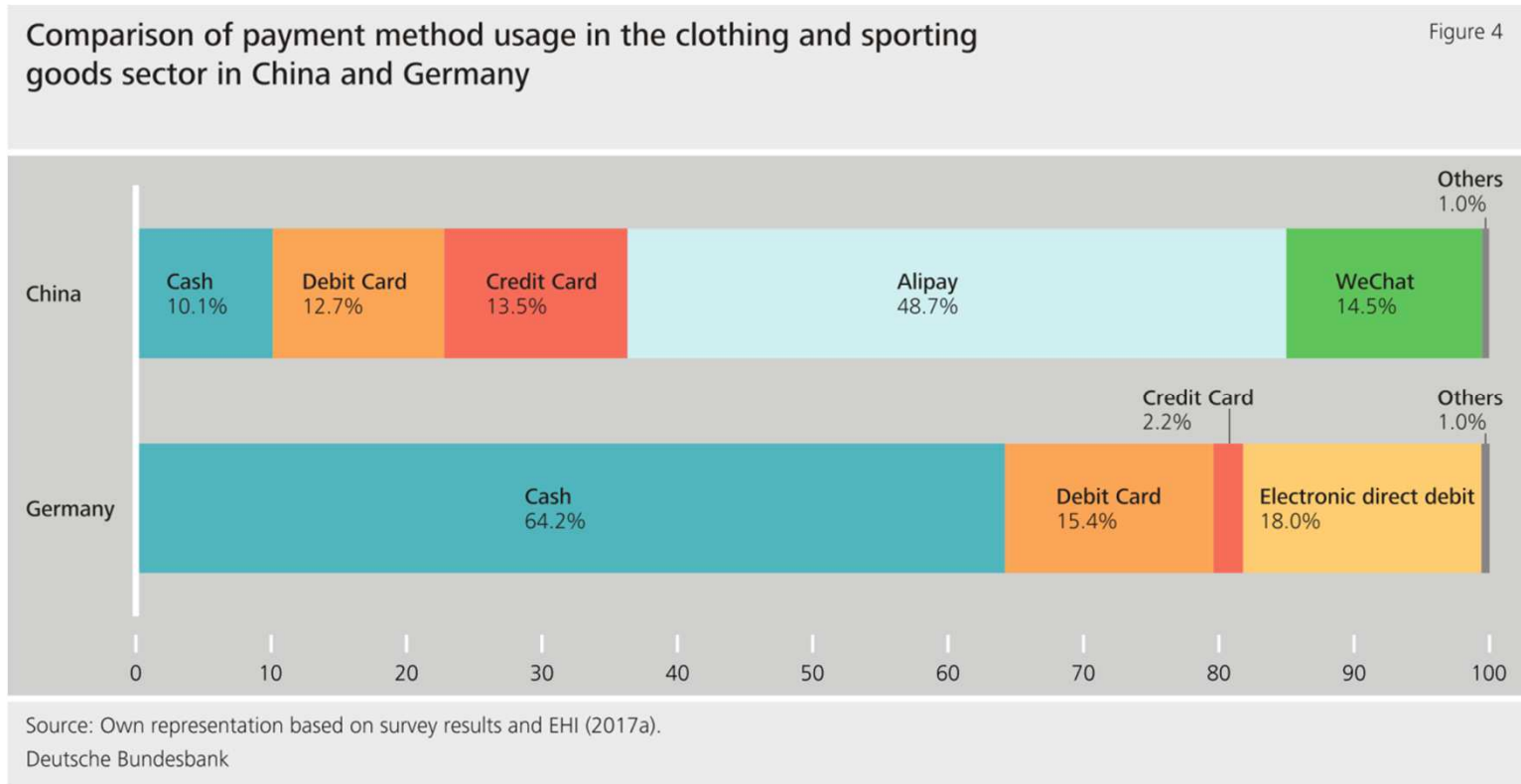
- Von Tencent betriebene soziale Plattform (806 Millionen Nutzer in 2016)***
- Plattform kombiniert verschiedene von Facebook und WhatsApp bekannte Funktionalitäten (Videotelefonie, „Moments“ usw.)
- Integrierte digitale Geldbörse WeChat Pay: Kunden können in verschiedensten Situationen, sowohl remote als auch am POS mit WeChat Pay bezahlen

Alipay und das Alibaba-Ökosystem*



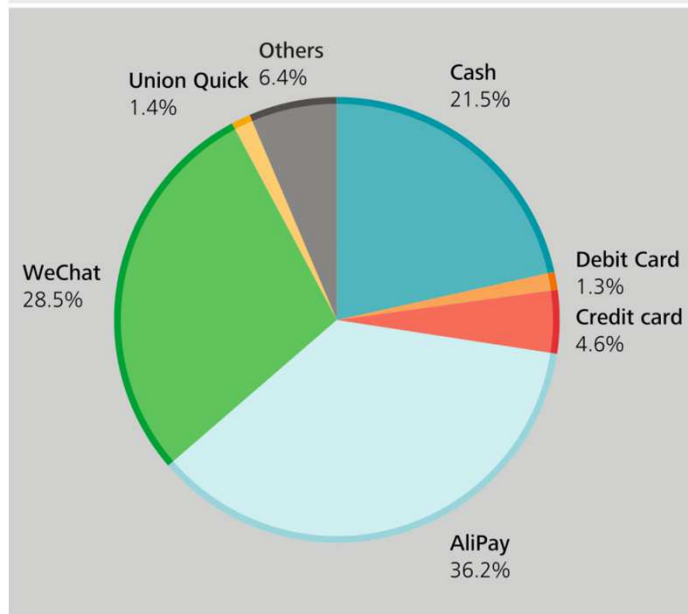
Empirische Ergebnisse

Im Fokus: Bekleidungs- und Sportartikelshops



Empirische Ergebnisse Im Fokus: Schnellrestaurants und Cafés

Payment method share in (fast-food) restaurants and cafés in the Chinese sample Figure 9



Deutsche Bundesbank

Z1PR0003.Chart

Vergleichende Studie zum Zahlungsverhalten in China und Deutschland
Kartenforum 2018







Seite 8

- **China:** Alipay und WeChat Pay dominieren in Schnellrestaurants und Cafés.
- Anteil der Barzahlungen etwas höher als im Durchschnitt der Stichprobe
- Im Vergleich dazu in Deutschland in „Cafés/Kneipen/Imbissen/Schnellrestaurants“ 93.5% bar bezahlt*

* Quelle: Deutsche Bundesbank (2015): Zahlungsverhalten in Deutschland

Empirische Ergebnisse

Überblick: Unterschiede im alltäglichen Zahlungsverhalten

	China	Deutschland
Stationärer Einzelhandel 	Alipay Barzahlung WeChat Pay	Barzahlung Debitkarte ELV
E-Commerce 	Alipay WeChat Pay	Rechnung (Überweisung) Lastschrift PayPal
Tankstellen 	Prepaid-Karte Barzahlung Alipay/Kreditkarte	Barzahlung Debitkarte Flottenkarte
Café/Schnellrestaurant 	Alipay WeChat Pay Barzahlung	Barzahlung Debitkarte Kreditkarte
Miete 	Barzahlung Alipay	Überweisung Lastschrift
P2P 	Barzahlung WeChat Pay Alipay	Barzahlung Überweisung PayPal/Apps/ etc.

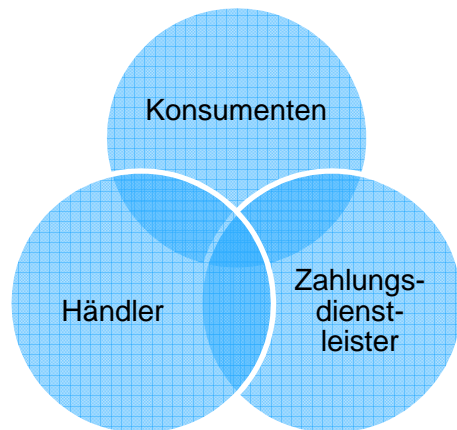
Fazit

Deutschland: Große Bedeutung der Banken im Zahlungsverkehr

Dominante Stellung bankbetriebener Zahlungssysteme

- Größter Teil der Zahlungen erfolgt mit Bargeld, Debitkarte, Überweisung und Lastschrift, wobei Banken notwendige Infrastruktur bereitstellen
- 99 % der Bevölkerung besitzen ein Bankkonto*: A2A-Zahlungen sind weit verbreitet und werden häufig z. B. für wiederkehrende Zahlungen eingesetzt

Geringe Verbreitung mobiler Bezahlverfahren



- Fehlende Nachfrage vonseiten der Verbraucher**
- Teilw. geringe Bereitschaft für Investitionen in neue/zusätzliche Bezahlverfahren
- Kritische Masse / „Henne-Ei-Problematik“
- Herausforderung Standardisierung
- Misstrauen der Verbraucher***

* Bezieht sich auf Deutsche im Alter 15+, Quelle: Findex-Datenbank der Weltbank

** Bundesbank 2015

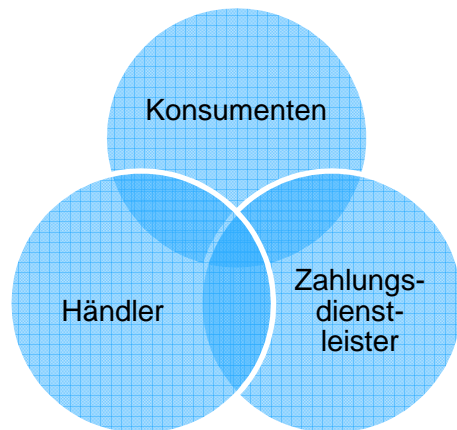
*** Siehe beispielsweise PWC 2017

Fazit zu China

Große Rolle von Nichtbanken und „Überspringen“ traditioneller Zahlverfahren

- Starke Marktpräsenz von mobilen Bezahlösungen von Nichtbanken (Alipay, WeChat)
- „**Zwei Welten**“: Weit verbreitete Nutzung innovativer mobiler Bezahlverfahren in Ballungszentren vs. hohe Bargeldnutzung vor allem in ländlichen Gebieten
- Hypothese des „Leapfrogging“

Erfolgsfaktoren von Alipay und WeChat



- Schnelles Erreichen kritischer Masse auf Kunden- und Händlerseite
- Vertrauen der Kunden
- Geringe Investitionskosten für Händler
- Banken nicht so dominierend im Zahlungsverkehr wie z. B. in Deutschland
- Mehrwert für Kunden durch **digitale Ökosysteme**, inkl. bequemem Bezahlen

Ausblick

Mögliche künftige Entwicklungen

Deutschland

- **Mobile Bezahlverfahren am POS** in Deutschland?
 - ✓ Smartphone als ständiger Begleiter des Kunden
 - ✓ Mobiles Internet nahezu flächendeckend verfügbar
 - ✓ Infrastruktur am POS (Einrichtung NFC-fähiger Terminals weit vorangeschritten)
 - *Werden Kunden angebotene Verfahren nutzen?*
- **Instant Payments** als möglicher Treiber?
- **Internetgiganten** als führende Akteure am Zahlungsverkehrsmarkt?

China

- Entwicklung hin zu Zahlungsverkehrswelt ohne **Bargeld**?
- **Verstärkte Oversight** für Nichtbank-Zahlungsdienste in China
 - Zahlungsverkehrsmärkte in China und Deutschland werden sich **ähnlicher**?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Jan Lukas Korella
Deutsche Bundesbank
jan.lukas.korella@bundesbank.de
Wilhelm-Epstein-Straße 14
60431 Frankfurt am Main
Germany