

## PRESSEMITTEILUNG

### „SEPA REQUEST TO PAY“ BIRGT GROßES POTENZIAL

*Sicherheit im Onlineeinkauf weiterhin wichtig. Voraussetzungen für erfolgreiche Verbreitung von „SEPA Request to Pay“-basierten Zahlungsangeboten durch Banken gegeben. Konsument:innen sehen Vorteile direkter Zahlfunktion über Hausbank, stellen aber auch Ansprüche.*

**Köln, 19. Juni 2024** – Kundinnen und Kunden steht stationär wie online eine Fülle an Zahlungsmethoden zur Auswahl und der Markt scheint gesättigt zu sein: Rund ein Drittel der Konsument:innen gibt an, kein Interesse an einer neuen Zahlungsmethode zu haben. Dass die Zahlung über das Onlinebanking der Hausbank, möglich durch den Mechanismus „SEPA Request to Pay“ (RTP), trotzdem Potenzial hat, zeigt unser aktuelles „ECC Payment Update 2024“. Die Voraussetzungen für eine weite Verbreitung eines entsprechenden Zahlungsservices sind gegeben, denn die große Mehrheit der Befragten nutzt bereits das Onlinebanking ihrer Hausbank (87 %).

*„Die Bezahlfunktion über die App der Hausbank, möglich durch „SEPA Request to Pay“, könnte mit gezielter Aufklärung der Konsument:innen und ein gutes Marketing durch die Banken eine echte Konkurrenz für bereits etablierte Zahlungsoptionen werden, wenn entsprechende Services von den Banken schnell und konsequent umgesetzt werden“, so Cassandra Bolz, Projektmanagerin am ECC KÖLN.*

#### **Ansprüche an Zahlungsservices**

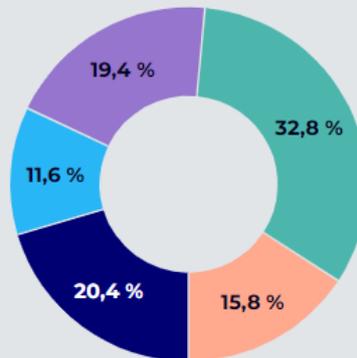
Ein Großteil der Befragten sieht in der Zahlung über die App ihrer Hausbank eine schnelle und sichere Bezahlmethode (74 %), bei der weniger Übertragungsfehler passieren (65 %) und die Fehlerquote reduziert ist (62 %) – beispielsweise, weil Bankdaten nicht händisch eingetragen werden müssen. Damit Kund:innen auf diese Zahlungsangebote zurückgreifen können, müssen Banken die Anforderungen und Ansprüche erfüllen: Rund die Hälfte der Befragten will nicht nur in der Handy-App, sondern auch am Desktop (51 %) oder im stationären Handel (46 %) mit der Funktion zahlen können. Rund dreißig Prozent erwarten außerdem Optionen wie Zahlungsverzögerungen (32 %) oder Ratenkauf (31 %).

#### **Onlinesicherheit weiterhin wichtiges Nutzungskriterium**

Auch wenn die Berichterstattung über Betrugsfälle im Internet in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat, fühlen sich die meisten Konsument:innen allgemein sicher beim Onlineshopping (78 %). Datenschutz ist dabei ein wichtiges Sicherheitskriterium, das Kund:innen bei der Wahl der Zahlungsmethode prüfen und das für die Zahlung über die Hausbank spricht: Vier von fünf Befragten befürworten, dass bei der Nutzung dieser Bezahlfunktion keine Daten an Drittanbieter gegeben werden (77 %) und geben an, dass das Zahlungsverfahren über die bekannte Hausbank ihnen ein sicheres Gefühl vermitteln würde (59 %).

*Wörter der Meldung: 370  
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2960*

## Würden Sie ein Zahlungsverfahren über die Banking-App Ihrer Hausbank nutzen?



- Ja, hin und wieder.
- Ja, sogar bevorzugt.
- Ja, aber ich würde auch noch andere Verfahren nutzen.
- Nein, ich brauche kein neues Zahlungsverfahren.
- Nein, ich mache kein Onlinebanking per Smartphone.

n= 500

Quelle: ECC Payment Update 2024, ECC KÖLN.

Die Grafiken können zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

### Über die Studie

Die Studie „ECC Payment Update 2024“ des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit VR Payment, ist ein Ableger der etablierten ECC Paymentstudie und untersucht den Status quo sowie Trendthemen im Payment-Bereich aus Konsumentensicht. Neben der Bezahloption in der App der Hausbank, möglich durch den Mechanismus „SEPA Request to Pay“, wurde auch die Einstellung der Befragten gegenüber Betrug im E-Commerce und den Auswirkungen des False Positive Phänomen beleuchtet. Für die Studie wurden im April 2024 500 Personen befragt sowie Ergebnisse aus der ECC Paymentstudie für einen Zeitvergleich von 2013 bis 2024 herangezogen.

Mehr Informationen sowie die gesamte Studie gibt es [hier](#) zum Download.

### Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händler, Hersteller und Lösungsanbieter eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategieprofis rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: [www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)