

Wie will die nächste Generation zahlen?

Während Millennials, also die Generation Y, noch „mobile pioneers“ waren, zählen Vertreter der Generation Z bereits eindeutig zu den „mobile natives“. Zu ihr gehören die heute Neun- bis 24-Jährigen, und sie können sich ein Leben ohne digitale Vernetzung nicht mehr vorstellen. Dabei stehen vor allem Zweckmäßigkeit, Schnelligkeit und eine reduzierte Aufmerksamkeitsspanne im Vordergrund. Sie wollen mit wenigen Klicks und in kurzer Zeit zu dem gewünschten Ergebnis kommen, sei es im E-Commerce, bei Überweisungen, Investments oder Kapitalanlagen.

Verhalten der Generation Z- ein paar Zahlen und Fakten

In der Studie “Lost in Transaction: Gen Z expectations at the checkout“ des Zahlungsanbieters paysafe wurden die Erwartungen der aufstrebende Generation in einem Ländervergleich abgefragt. Mehr als sieben von zehn Verbrauchern der Generation Z (72 %) kaufen regelmäßig mit dem Smartphone ein – gemessen am großen Anteil Minderjähriger in dieser Gruppe ein erstaunlicher Wert. Fast die Hälfte der Generation Z (45 %) shoppt sogar grundsätzlich lieber auf mobilen Endgeräten als auf jedem anderen Endgerät. Zum Vergleich: In der Generation X (40-54 Jahre) kaufen lediglich 21 % regelmäßig per Smartphone ein.

Es lassen sich zudem eindeutige Unterschiede zwischen den Befragten aus Deutschland, Österreich, USA, Kanada, Großbritannien und Bulgarien erkennen. 31 % der 16- bis 24-jährigen Deutschen haben bereits Online-Käufe mit einem Cash-basierten System wie PayPal oder giropay getätigt (in den Befragten Ländern liegt der Durchschnitt bei 29 %).

Der stationäre Handel ist damit keineswegs tot, wie eine

weitere Studie zum Verhalten der Gen Z zeigt: Die Unternehmensberatung PwC fragte dazu die Wünsche und Präferenzen der 18- bis 24-Jährigen ab. Es stellt sich heraus, dass sie den stationären Handel häufiger als jede andere Altersgruppe besuchen. Was sie aber wollen sind schnelle und einfache digitale Bezahlmethoden. Mehr als die Hälfte der jungen Deutschen kauft beispielsweise lieber in Orten, welche kontaktlose Zahlungsmöglichkeiten anbieten, so der PwC-Report.

Erwartungen und Wünsche erfüllen: Aber wie?

Die Ansprüche der Generation Z an Finanztransaktionen sind also deutlich geprägt vom Online-Erlebnis. Von anderen digitalen Dienstleistungen ist die Zielgruppe beispielsweise eine kurze Reaktionszeit gewohnt, etwa von Sofortlieferdiensten. Dass eine Banküberweisung mehrere Tage dauert, ist für sie schwer zu akzeptieren.

Die jüngere Generation ist zudem eher bereit, ihre Bankkonten zu verknüpfen (im Durchschnitt haben junge Erwachsene mindestens zwei Bankkonten), um Dashboards für ihre gesamten Einnahmen und Ausgaben auf dem Smartphone zu erstellen. Grund dafür sind die stetig steigenden Ausgaben bei gleichbleibendem Einkommen – die Z'ler müssen oftmals haushalten und benötigen eine anschauliche Übersicht. Außerdem erwarten sie, dass auch regelmäßige Überweisungen, etwa für Abonnements oder Carsharing, schon bei Abschluss des Vertrags mit ein paar Klicks in die Wege geleitet werden. Experten stellen außerdem fest, dass sich die meisten Nutzer ein personalisiertes Kundenerlebnis mit Produkt- und Serviceempfehlungen wünschen, die zu der jeweilig individuellen Banking-Situation passen.

Unternehmen vom E-Commerce-Anbieter bis zum Versicherer sollten sich daher Gedanken machen, wie sie diese Erwartungen erfüllen können. Hier kommt **Open Banking** ins Spiel, Die ersten wichtigen Schritte wurden durch die PSD2-Richtlinie der EU (Payment Services Directive 2) etabliert. PSD2 verpflichtet

Banken, Drittanbietern Zugang zu Kontodaten zu gewähren – natürlich nur dann, wenn die Kontoinhaber dem explizit zustimmen. Der Zugang geschieht über Schnittstellen, so genannte API's. Einige Anbieter von Open Banking, darunter etwa die britische Firma TrueLayer, können diese APIs nicht nur nutzen, um Kontodaten auszulesen, sondern auch, um Zahlungen auszulösen. Damit steht allen, und vor allem der Generation Z, eine Zahlungsmethode zur Verfügung, die ganz neue Möglichkeiten bietet.

Sie ermöglicht beispielsweise einfache und sichere Zahlungen, ohne komplizierte Kreditkartendaten eingeben zu müssen. Darüber hinaus lassen sich Überweisungen in Sekundenschnelle abwickeln (für Händler und Verbraucher) und individuelle Finanzangebote schnüren. Erlaubt ein Nutzer beispielsweise den Zugriff auf seine Kontodaten, lassen sich diese automatisiert analysieren und passende Empfehlungen ableiten: Bleibt am Ende des Monats etwa regelmäßig eine bestimmte Summe übrig, können geeignete Geldanlagen empfohlen werden, um den Aufbau von Vermögen zu ermöglichen. Fallen monatlich Beiträge für einen Mobilfunkvertrag an, könnte eine Analyse eine günstigere Variante vorschlagen. Mit wenigen Schritten ließe sich künftig sogar der Vertrag abschließen, via Open Banking könnte er bezahlt werden. Und auch die bei der Gen Z beliebten Kryptowährungen ließen sich leichter managen. Ihre Kurse schwanken stark, daher müssen Anleger schnell auf Änderungen reagieren. Mit einer Überweisung, die bis zu drei Tage dauern kann, klappt das eher weniger. Open Banking hingegen ermöglicht Instant-Payments, also die Überweisung in Sekunden. So ist das Geld sofort am gewünschten Ort. Die zahlreichen Möglichkeiten machen deutlich, warum viele Experten erwarten, dass Open Banking eine dominierende Rolle bei Finanzservices spielen wird.

Die Generation Z wird auch zukünftig der Treiber für ein offenes Zahlungs-Ökosystem sein! Ob es nun Open Banking, Mobile Payment oder ein neuer Coin ist, die junge Generation

treibt den Wandel voran und bringt Schwung in das starre Konstrukt.

Über den Autor:

Sebastian Tiesler vereint als IT Nerd Fintech-Expertise mit langjähriger Managementenerfahrung im Bereich Payment & Banking. Seit Dezember 2021 ist er Country Manager Germany von TrueLayer, eines der am schnellsten wachsenden FinTech-Unicorns in Europa, das aktuell mehr als die Hälfte des Open Banking-Zahlungsverkehrs in Großbritannien, Irland und Spanien abwickelt. Mit seiner entwicklerfreundlichen Open Banking-Plattform ist es das Ziel des Unternehmens, bessere Finanzdienstleistungen für alle zu schaffen.