

Fraunhofer IAO

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO

Verena Pohl, Claudia Dukino, Samira Wünsch, Thomas Renner

PSD2: Chancen für Unternehmen

Potenziale der zweiten europäischen Zahlungsdiensterichtlinie

Claudia Dukino, Verena Pohl, Samira Wünsch, Thomas Renner

PSD2 – Chancen für Unternehmen

Potenziale der zweiten europäischen Zahlungsdiensterichtlinie

Inhalt

Status quo: Ziele und aktuelle Diskussion zur PSD2 . . . . . **4**

Grundlagen der PSD2 . . . . . **6**
Zentrale Begrifflichkeiten 6
Schnittstellen und Methoden 8

Die PSD2 aus Verbrauchersicht **10**

Potenziale und Nutzungsszenarien **13**
… für Banken und Finanzdienstleister 14
… für Versicherungsunternehmen 15
… für Händler und E-Commerce 16
… für Kundinnen und Kunden 17
… für neue Märkte 18

Zusammenfassung und Ausblick **19**

Status quo: Ziele und aktuelle Diskussion zur PSD2

Bei der PSD2 (Payment Services Directive 2) handelt es sich um die zweite Zahlungsdiensterichtlinie der EU, die zum 13. Januar 2018 in Deutschland in nationales Recht umgesetzt wurde. Mit der PSD2 soll die Sicherheit im Zahlungsverkehr erhöht und der Verbraucherschutz gestärkt, aber auch Innovationen gefördert sowie der Wettbewerb gesteigert werden. Die PSD2 wurde in zwei Stufen umgesetzt: Eine Verpflichtung zur starken Kundenauthentifizierung und eine Öffnung der Zahlungskonten für »Dritte« traten mit der zweiten Stufe am 14. September 2019 in Kraft.[1]

Open Banking – darauf zielt die zweite EU-Zahlungsdiensterichtlinie ab – ermöglicht bankfernen Akteuren den Marktzutritt. Nun spielen nicht mehr nur Banken in dem Geschäft um Kontodaten mit, sondern auch weitere Akteure: Finanzdienstleister, die eine Lizenz der BaFin erhalten haben, sowie Unternehmen jeglicher Art, welche Kooperationen mit diesen lizensierten Dienstleistern eingehen. Diese lizenzierten Dienstleister (Drittdiensteanbieter) können Zahlungsauslösedienste, Kontoinformationsdienste und Zahlungskarten anbieten. Durch diese neu entstandenen Möglichkeiten ist es für viele Unternehmen interessant, sich über die Potenziale der PSD2 zu informieren und sich einen Marktüberblick über Dienstleister mit PSD2-Lizenz zu verschaffen.

Dass die PSD2 und die damit einhergehende Marktöffnung mit weitreichenden Folgen für die Zahlungsbranche verbunden ist, erkennen die betroffenen Finanzinstitute selbst: In einer Studie des Fintechs Tink zu Open Banking Investments und Anwendungsfällen sagen 83 Prozent der befragten Finanzmanagerinnen und -manager aus, dass Open Banking eine Revolution für ihre Branche darstelle. Allein um konforme PSD2-APIs bereitzustellen, waren von Seiten der Finanzinstitute erhebliche zusätzliche Investitionen vonnöten.[2]

»Viele Deutsche waren bislang eher skeptisch gegenüber neuen digitalen Technologien. Das Inkrafttreten der PSD2, aber vor allem die Corona-Pandemie, haben die Digitalisierung jedoch stark vorangetrieben. Neben Onlineshopping und Streamingdiensten hat auch die Nutzung von Online-Banking und auf Open Banking basierenden Services zugenommen. Verbraucher erkennen langsam, welche nützlichen Services ihnen dank Open Banking zur Verfügung stehen und nutzen diese immer häufiger.«

Dr. Florian Haagen, CEO und Co-Founder bei finAPI

Für die Drittdiensteanbieter stellt die PSD2 auf den ersten Blick eine beachtliche Chance dar. Doch um Zahlungsauslöse- und Kontoinformationsdienste unter Nutzung der PSD2-Schnittstellen anbieten zu können, müssen Drittdiensteanbieter zunächst einen aufwändigen Zulassungsprozess bei der BaFin durchlaufen. Ein Verfahren, das von vielen Dienstleistern als langwierig und ressourcenintensiv wahrgenommen wird.

Aus Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher bringt die PSD2 sowohl Vorteile als auch Risiken mit sich. Dies führt der Bundesverband der Verbraucherzentrale in seinem Gutachten zur PSD2-Umsetzung in Deutschland aus. Als Mehrwerte der PSD2 für Verbraucherinnen und Verbraucher identifiziert das Gutachten Benutzerfreundlichkeit, Marktöffnung und Wettbewerb sowie Sicherheit und Vertrauen. Demgegenüber stehen Risiken für die Verbraucherinnen und Verbraucher wie Benutzerunfreundlichkeit der Kundenauthentifizierung, unzureichender Schutz der Privatsphäre sowie Widersprüche zwischen dem Geschäftsmodell der Anbieter und den Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher.[3]

1 PSD2, Deutsche Bundesbank: https://www.bundesbank.de/de/aufgaben/unbarer-zahlungsverkehr/psd2/psd2-775434

2 Following the Money, Tink, 2021

3 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., Gutachten zur PSD2-Umsetzung in Deutschland, 2021: https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/04/01/vzbv_psd2_gutachten_conpolicy.pdf

Das Fraunhofer IAO hat die hier vorliegende Kurzstudie erstellt, um für Unternehmen die Möglichkeiten zu untersuchen und darzustellen, welche die PSD2 bietet – insbesondere im Hinblick auf den Abruf von Kontodaten und die Kooperation mit entsprechenden Drittdiensteanbietern. Dazu hat das Fraunhofer IAO auch Experteninterviews mit neun Drittdiensteanbietern geführt, welche ihre Services auf dem deutschen Markt anbieten (im Zeitraum zwischen April 2021 und März 2022). Die Erkenntnisse aus diesen Interviews sind in die Studie miteingeflossen. Ergänzend wurden Elemente der angebotenen Services der befragten Drittdiensteanbieter in Form von Steckbriefen erfasst. Die Steckbriefe zu den PSD2-Services finden sich in einem separaten Studienteil https://s.fhg.de/PSD2-ChancenFuerUnternehmen.

Die Studie gibt einen Überblick zu zentralen Begrifflichkeiten und Grundlagen zur PSD2, wie beteiligten Akteuren, eingesetzte Schnittstellen und Methoden (Kapitel zu den Grundlagen). Das dritte Kapitel setzt sich mit der Sicht von Verbraucherinnen und Verbraucher auf die PSD2 auseinander. In einem weiteren Kapitel werden Potenziale und beispielhafte Nutzungsszenarien vorgestellt, welche sich für Unternehmen unterschiedlichster Branchen sowie deren Kundinnen und Kunden ergeben. Im letzten Kapitel werden schließlich die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst sowie ein Ausblick vorgenommen.

Aktuell befindet sich die PSD2 in einem Reviewprozess, der durch die Europäische Kommission eingeleitet wurde. Die Anwendung und Auswirkungen der PSD2 sollen umfassend begutachtet werden. Zentrale Elemente der PSD2 stehen auf dem Prüfstand. So soll von der Europäischen Bankenaufsichtsbehörde (EBA) unter anderem untersucht werden, ob die Notwendigkeit besteht, die aufsichtsrechtlichen Anforderungen unter der PSD2 zu ändern, und ob bestimmte Geschäftsmodelle oder Dienstleistungen, die derzeit nicht im Geltungsbereich der Richtlinie liegen, aufgenommen werden sollten.[4]

4 Call for advice to the European Banking Authority (EBA) regarding the review of Directive (EU) 2015/2366 (PSD2): https://ec.europa.eu/info/publications/211018-payment-services-calls-advice-eba_en https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/business_economy_euro/banking_and_finance/documents/211018-payment-services-calls-advice-eba_en.pdf

Grundlagen der PSD2

Zentrale Begrifflichkeiten

Die PSD2 ist als überarbeitete Richtlinie über Zahlungsdienste der Europäischen Union am 13. Januar 2018 EU-weit in Kraft getreten. Sie bündelt Regelungen wie den Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher durch eine starke Kundenauthentifizierung, der sogenannten Zwei-Faktor-Authentifizierung. Dabei regelt sie den Wettbewerb der europäischen Banken untereinander und bietet zudem auch die Möglichkeit, neue Akteure wie FinTechs in den Zahlungsverkehr mit einzubinden – mit der Folge, dass diese Zahlungsauslöse- und Kundeninformationsdienste anbieten können.[5]

Kontoinformationsdienst

Dabei handelt es sich um einen Online-Zahlungsdienst nach den Richtlinien der PSD2. Dieser kann Auskunft über die finanzielle Lage eines Kunden oder einer Kundin geben. Beispielsweise besteht im Privatkundenbereich die Relevanz alle seine Konten im Überblick zu halten, wofür ein sogenanntes Haushaltsbuch genutzt werden kann, welches alle Konten z. B. im Konto der Hausbank zusammenführt und analysiert. Oder es wird ein Kredit benötigt, wofür im Normalfall sehr viele Dokumente bereitgestellt werden müssen. Mit Hilfe des Kontoinformationsdienstes kann dies durch den Echtzeitzugriff auf das Zahlungskonto direkt bei der Anfrage erfolgen. Dafür ist lediglich die Zustimmung des Kontoinhabenden notwendig und einzuholen.[6]

Zahlungsauslösedienst

Dieser Dienst kann zum Einsatz kommen, wenn z. B. Zahlungen im Onlinehandel per Rechnung getätigt werden sollen, um die Liquidität der kaufenden Person zu prüfen. Das heißt mittels eines Zahlungsauslösedienstleisters kann der Zugang zu einem online geführten Zahlungskonto zur Überprüfung erfolgen.[2]

Starke Kundenauthentifizierung

Hierbei handelt es sich um eine Zwei- oder Mehr-Faktor-Authentifizierung, welche für weniger Betrug und mehr Sicherheit im Zahlungsverkehr sorgen soll. Dazu müssen sich Nutzende über diverse Merkmale verifizieren:

- Wissen z. B. PIN, Passwort, Code
- Besitz z. B. Token, Smartphone, Zertifikat
- Inhärenz z. B. Fingerabdruck, Stimmerkennung

Diese neue Anforderung trat am 14. September 2019 in Kraft.

5 Fragen und Antworten, Europäische Kommission: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_19_5555

6 Glossar PSD2, Deutsche Bundesbank: https://www.bundesbank.de/de/aufgaben/unbarer-zahlungsverkehr/psd2/glossar-psd2-775462

Neue Akteure und FinTechs

Um als Drittdiensteanbieter Zahlungsdienste im Rahmen der PSD2 ausführen zu dürfen, sind zuvor bei der BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht) Erlaubnis- bzw. Registrierungsverfahren durchzuführen. Sollen ausschließlich Kontoinformationsdienste angeboten werden, ist lediglich ein Registrierungsverfahren notwendig. Besteht das Ziel, auch Zahlungsauslösedienste anzubieten, ist ein sehr regulatorisches und kostenaufwendiges Erlaubnisverfahren vonnöten.[7] Die dafür zu berücksichtigenden Regulatorien sind im »Gesetz über die Beaufsichtigung von Zahlungsdiensten« beschrieben. Darin wird beispielsweise vorgeschrieben, dass neue Dienstleistende eine Absicherung vor Haftungsausfall abschließen sowie eine Auskunft über ihre Eigenmittel bereitstellen müssen.[8]

Wie der Prozessablauf zwischen der Kundschaft, der Bank und den Drittdiensteanbieter abläuft, kann in Abbildung 1 nachvollzogen werden. Die Abbildung zeigt, dass der Drittdiensteanbieter zwischen die Kundinnen und Kunden und der Bank geschaltet ist und dabei Mehrwertinformationen an den Kunden bzw. die Bank weitergibt.

Im Rahmen der Studienerstellung wurden durch das Fraunhofer IAO Experteninterviews mit neun Unternehmen zu ihren Diensten geführt. Diese können unter: https://s.fhg.de/PSD2-ChancenFuerUnternehmen eingesehen werden.

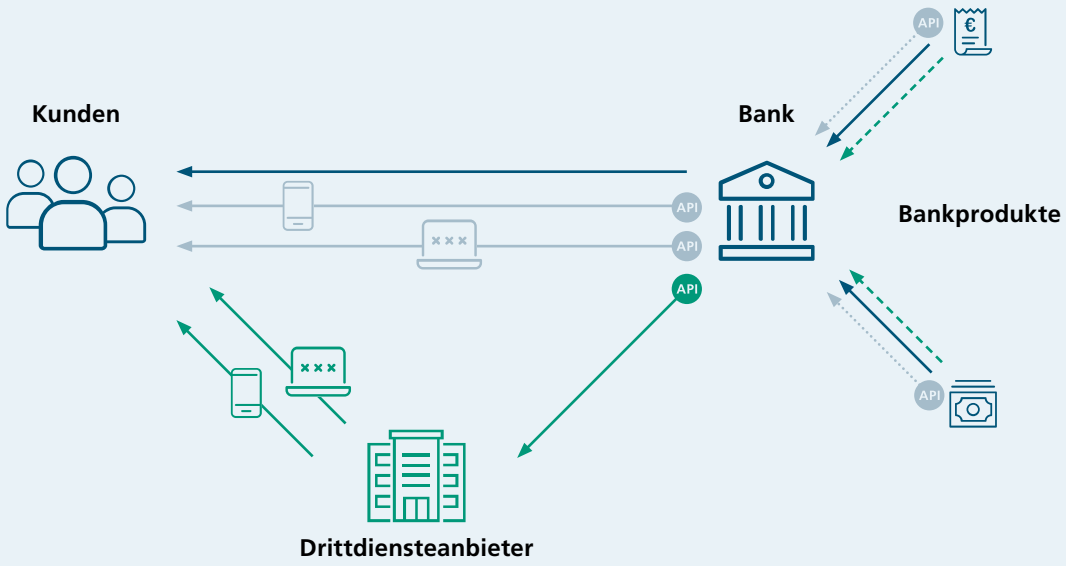


Abbildung 1: Prozesse zwischen den beteiligten Akteuren im Rahmen der PSD2 (XS2A API) (Quelle: https://www.msgforbanking.de/banking-vision/blog-item/psd2-und-open-banking)

7 Zahlungsdienste und PSD2, BaFin, 2019: https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/ZahlungsdienstePSD2/ZahlungsdienstePSD2_node.html

8 Gesetz über die Beaufsichtigung von Zahlungsdiensten: https://www.gesetze-im-internet.de/zag_2018/

Schnittstellen und Methoden

Zum Sammeln der Kontoinformationsdaten bzw. zum Auslösen von Zahlungen sind Schnittstellen zwischen Drittdiensteanbieter und Bank notwendig (»API« in Abbildung 1). Die XS2A-Schnittstelle (Access-to-Account-Schnittstelle), welche mit der Einführung der PSD2 definiert wurde, beschreibt eine Möglichkeit, Informationen abzurufen. Es gibt jedoch noch weitere Schnittstellen bzw. Methoden, welche zum Einsatz kommen können, wie Screen Scraping oder FinTS. Diese ermöglichen es, Daten von anderen Konten als Zahlungskonten zu erhalten, bspw. Depos, Tagesgeldkonten, Anlagekonten. Nachfolgend werden die Schnittstellen kurz erläutert.

Access-to-Account-Schnittstelle (XS2A)

Dies bezeichnet die Schnittstelle, welche zum Datenaustausch von der Bank für den Drittdiensteanbietenden bereitgestellt werden soll. Dafür wurde von einer europäischen Standardisierungsinitiative, der »Berlin Group«, ein Open Banking Framework mit Datenmodell entwickelt, das »Berlin Group NextGenPSD2-Framework«.[9] Dieses beschreibt die XS2A-Schnittstelle auf konzeptioneller, logischer und physischer Datenebene und unterstützt das zugehörige Messaging. Es wurde in allen EU-Ländern, vorrangig auf nationaler Ebene, umgesetzt. Im nicht europäischen Ausland sowie nicht EU-Ländern kommt er dann zum Einsatz, wenn eine Erreichbarkeit und Kompatibilität mit dem europäischen Markt gewünscht sind. Mehr als 75 Prozent der europäischen Banken und hunderte von Drittdiensteanbietenden haben das Framework implementiert.

Seit dem 1. Januar 2021 wurde das NextGenPSD2-Framework integrierter Bestandteil des Open Finance Frameworks der Berlin Group. Der Vorteil soll sein, das NextGenPSD2-Framework sowie die bestehende Infrastruktur mit standardisierten Open Finance-Erweiterungen noch über den regulatorischen PSD2-Bereich hinaus zu nutzen. Bankkunden sollen kommerzielle Premiumdienste direkt oder über einen Drittdiensteanbieter einfach und unkompliziert nutzen können. Beispielsweise ist es möglich, alle Zahlungskonten miteinander zu verbinden und in einem Haushaltsbuch oder einer Banking-App anzuzeigen.

Das NextGenPSD2-Framework selbst besteht aus vier Artefakten:

1. Einführungspapier
2. Betriebsregeldokument: Dies enthält die Servicebeschreibung, das abstrakte (logische) Datenmodell und eine detaillierte Prozessablaufbeschreibung in einem B2B-Interface.
3. Implementierungsrichtlinien: Diese spezifiziert die XS2A-Schnittstelle im technischen Detail, inklusive XML/JSON-Schemata. Zusätzlich enthält sie einen Anhang mit Definitionen für Inlandszahlungen.
4. OpenAPI-Datei: Soll die Entwickelnden bei der Implementierung unterstützen.

Als Unterstützung bei der Entwicklung der Schnittstelle kann das NextGenPSD2 Implementierungssupportprogramm helfen: https://nisp.online/. Hier können sich Entwickelnde austauschen und weiterführende Informationen finden.

Screen Scraping

Screen Scraping wird verwendet, um visuelle Informationen, welche auf dem Desktop, in einer Anwendung oder Webseite angezeigt werden, als Rohtext aus Bildschirmelementen wie Bild oder Text, durch Kopieren einzusammeln. Dies kann manuell oder mit Hilfe von spezieller Software erfolgen.[10]

Die Einsatzgebiete von Screen Scraping sind divers. Im Bereich der Banken wird es häufig zum Zusammenführen mehrerer Konten verwendet, um eine Übersicht über jegliche Art von Bankgeschäften, auch Anlagen- und Spekulationsgeschäften zu haben. Dies ist beispielsweise für Kreditgeber nützlich, um die Kreditwürdigkeit eines potenziell neuen Kunden zu bewerten. Dies ist mit dem Einsatz der XS2A-Schnittstelle allein nicht in diesem Umfang möglich. Wichtig ist auch hier, dass die Kontoinhabenden ihre Einwilligung zur Verarbeitung ihrer Daten geben müssen.

9 PSD2 Access to Bank Accounts: https://www.berlin-group.org/psd2-access-to-bank-accounts

10 Definition von Screen Scraping: https://www.techtarget.com/searchdatacenter/definition/screen-scraping

FinTS

FinTS bezeichnet einen Standard, welcher eine Schnittstelle zwischen Bankkundschaft und Bank definiert mit dem Ziel, Multibanking zu gewährleisten. Dabei setzt der Standard auf grundlegend definierte Übertragungsprotokolle (130 spezifizierte Geschäftsvorfälle sind verfügbar) und das bewährte HBCI-Verfahren (Home Banking Computer Interface) im Bereich der Sicherheitstechnik. Die Nutzenden müssen sich per Banken-Signaturkarte bzw. mit TAN-basierten Verfahren wie chipTAN oder mobileTAN verifizieren, um Aufträge abzuwickeln und Anfragen von Dritten zu erlauben.

Derzeit wird dieses Verfahren von ca. 2000 Kreditinstituten unterstützt.[11]

Zusammenfassend lässt feststellen, dass nach wie vor alle Schnittstellen und Methoden verwendet werden, da mit Hilfe der PDS2 nur die Kontoinformationen von Zahlungskonten abgerufen werden können.

11 Definition FinTS: https://die-dk.de/zahlungsverkehr/electronic-banking/fints/#:~:text=FinTS%20ist%20ein%20Standard%20zur,dabei%20die%20Gew%C3%A4hrleistung%20von%20Multibankf%C3%A4higkeit

Die PSD2 aus Verbrauchersicht

Wie stehen die Verbraucherinnen und Verbraucher zur PSD2? Der EY Fintech Adoption Index 2019 zeigt, dass von Verbraucherseite zunehmend die Vorteile digitaler Finanzservices gesehen werden: Bereits 64 Prozent der Befragten in Deutschland gaben an, Dienste von Fintechs zu nutzen. Als wichtigste Gründe wurden von den weltweit Befragten attraktivere Preise genannt (27 Prozent) sowie das einfachere Eröffnen von Konten (20 Prozent) und der Zugang zu innovativeren Produkten und Services (18 Prozent).[12]

Für attraktive Tarife und Gebühren würden 68 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher weltweit ein Nicht-Finanzdienstleistungsunternehmen für ihre Finanzservices in Betracht ziehen – damit sind Unternehmen gemeint, die originär keine Finanzdienstleistungen anbieten, jedoch mithilfe von Services der Drittdiensteanbieter an ihre Kundschaft herantreten könnten. 46 Prozent der Nutzenden digitaler Finanzservices wären bereit, ihre Bankdaten mit anderen Organisationen zu teilen.[13]

2018 zeigte eine Studie des Marktforschungsinstituts »Heute und Morgen« mit 1200 Personen über 18 Jahren eine große Skepsis gegenüber der Einsicht auf die eigenen Kontoinformationen. Lediglich der eigenen Bank würde die Mehrheit der Befragten (60 Prozent) Einsicht gewähren. Zumindest jeder Vierte würde aber auch seinen Versicherer auf die Kontodaten zugreifen lassen. Die Bereitschaft, Anbietern Einsicht in die eigenen Kontodaten zu gewähren, ist stark altersabhängig: Kernzielgruppe bei Zugriffen durch die eigene Bank oder den eigenen Versicherer sind Personen bis 40 Jahre. Bei FinTechs bzw. nicht-klassischen Finanzanbietern ist eine relevante Bereitschaft nur bei der ganz jungen Zielgruppe mit einem Alter bis 30 Jahre vorhanden. Nahezu die Hälfte der unter 30-Jährigen kann sich generell vorstellen, eine »Finanzplaner-App« zu installieren. Jeder Vierte (26 Prozent) mit einem Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 4000 Euro kann sich vorstellen, eine App zu installieren, welche vorhandene Versicherungen über Kontobewegungen optimiert.[14]

»Wenn es um den Umgang mit ihren Daten geht, sind die Deutschen sehr zurückhaltend. Es ist daher entscheidend, den Kunden den Mehrwert von Open-Banking Lösungen zu erklären und den Datenaustausch sicher und transparent zu gestalten. Wir erkennen zunehmend, dass Kunden diese neuen Angebote und Services sehr positiv bewerten und annehmen, wenn sie die Vorteile und den Nutzen daraus für sich erkennen.«

Verena van Engen,
Senior Marketing Communications Manager bei finAPI

12 EY Global FinTech Adoption Index, 2019; Definition eines Fintech-Anwender als jemanden, der zwei oder mehr Arten der Dienstleistungen in Anspruch genommen hat, da dies eine gewohnheitsmäßige Nutzung impliziert.

13 Ebd.

14 PSD2: Chance oder Risiko für Banken? Heute und Morgen, 2018

In einer 2019 gemeinsam von »Horváth & Partners« und »Forsa« durchgeführten Studie wünschen sich Versicherungskunden mehr auf sie persönlich zugeschnittene Angebote. Zusätzlich zu ihrem Kerngeschäft sollten Versicherer den Kunden interessante Zusatzdienstleistungen bieten. Eine spezifische Zielgruppe – männliche Großstadtbewohner zwischen 30 und 44 Jahren mit einem Monatseinkommen über 4500 Euro – äußert zudem ein Interesse, ihrem Versicherer Einblick in die eigenen Kontobewegungen zu gewähren, um individuelle Bedarfe daraus abzuleiten.[15]

Zu (ungewollter) Bekanntheit gelangte Ende 2020 das Pilotprojekt Checknow der Schufa-Tochter finAPI. Dieses richtete sich an Verbraucherinnen und Verbraucher mit einem schlechten Schufa-Scorewert. Kundinnen und Kunden sollte es möglich sein, auch bei einer ansonsten schlechten Bonität, Laufzeitverträge wie etwa einen Handyvertrag abzuschließen. Die Grundlage dafür sollte das Girokonto bilden. Von Datenschützern wurden damals unter anderem die sehr weit gefassten Verarbeitungszwecke kritisiert. Das Pilotprojekt wurde zwischenzeitlich eingestellt.[16] [17]

Dieses Beispiel veranschaulicht sehr treffend die Potenziale, aber auch die Fallstricke möglicher PSD2-Anwendungsfälle. Der Zugriff auf Kontoinformationen kann für eine schnelle Bonitätsprüfung genutzt werden, die mit einer erhöhten Convenience für Kundinnen und Kunden einhergeht. Gleichzeitig kann das Konstrukt schnell zu Ungunsten der Verbraucherinnen und Verbraucher kippen, wenn Notlagen ausgenutzt werden oder der Zugriff zu weitgehend ist.

Auch die Verbraucherzentrale Bundesverband führt einige Risiken für Verbraucherinnen und Verbraucher auf: insbesondere Widersprüche zwischen dem Geschäftsmodell der Anbieter und den Verbraucherinteressen, ein unzureichender Schutz der Privatsphäre der Verbraucher sowie eine unzureichende Benutzerfreundlichkeit der starken Kundenauthentifizierung. So könne der Fall eintreten, dass Serviceanbieter umfassendere Datenauswertungen durchführen als es für die Diensterbringung im engeren Sinne erforderlich wäre.[18]

Um eine kompetente Entscheidung darüber treffen zu können, ob Dritten ein Zugriff auf die eigenen Finanzdaten ermöglicht werden soll, ist auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher ein grundsätzliches Wissen um die Grenzen und Möglichkeiten der PSD2 notwendig. Die durch das Fraunhofer IAO befragten Drittdiensteanbieter schätzen den Wissensstand auf Seiten der B2B-Kunden recht hoch ein (siehe Abbildung 2). Bei FinTechs, die bisher keine Berührungspunkte mit den PSD2-Lizenzen hatten, wurde von den befragten Unternehmen entsprechend Aufklärungsarbeit geleistet. Diese bemerken allerdings, dass das Interesse und die Kreativität im Bereich PSD2 immer stärker wächst und neue Use Cases entwickelt werden. Dieses Aufkommen an innovativen Services sowie die Zunahme an Authentifizierungsschritten beim Online-Banking nehmen laut Einschätzungen der befragten Serviceanbieter auch die Endkunden wahr, jedoch ohne zu wissen, dass diese erst durch die neue Richtlinie ausgelöst wurden.

15 Customer Experience in der Versicherungsbranche: Kundenverhalten verstehen und Touchpoints richtig ausrichten. Horváth & Partners, 2019

16 So entscheidet die Schufa über Ihre Kreditwürdigkeit, Test: https://www.test.de/Gewusst-wie-Schufa-Daten-pruefen-4530316-0

17 Schufa stellt das Projekt Checknow mit Zugriff auf Bankkonten ein, heise online: https://www.heise.de/news/Schufa-stellt-das-Projekt-Checknow-mit-Zugriff-auf-Bankkonten-ein-5999342.html

18 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., Gutachten zur PSD2-Umsetzung in Deutschland, 2021: https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/04/01/vzbv_psd2_gutachten_conpolicy.pdf

Die aktuelle Akzeptanz der Endkunden gegenüber der Nutzung ihrer Kontoinformationen wird von den befragten Drittdiensteanbieter nichtsdestotrotz im Vergleich zum Wissensstand um die PSD2 als eher hoch bis sehr hoch eingestuft (siehe Abbildung 2). Die Akzeptanz wächst, auch da die Endkunden immer häufiger Open-Banking-Lösungen nutzen und die Vorteile wahrnehmen. Die Befragten sehen hier auch ein Muster in der Altersverteilung. Junge Erwachsene wären zwar offen, wollen aber überzeugt werden. Ältere Menschen seien im Vergleich am skeptischsten, nutzen jedoch aufgrund der Vorteile trotzdem Kontowechselservices. Dazwischen lägen die Hauptuser, die am offensten seien. Bei der Einschätzung der Akzeptanz der Endkunden zur Nutzung ihrer Kontoinformationen machen alle befragten Unternehmen die Bedeutung eines erkennbaren Mehrwerts für die Kundinnen und Kunden deutlich: Je besser diese an den Prozess herangeführt werden und hierbei die Vorteile erkennen sowie spüren, desto höher sei die Akzeptanz.

Einschätzungen der befragten Drittdiensteanbieter zu Wissensstand und Akzeptanz um die PSD2

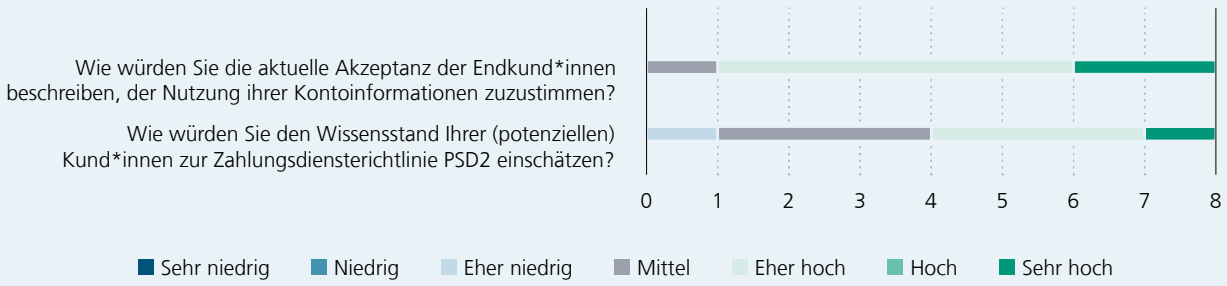


Abbildung 2: Einschätzung der befragten Drittdiensteanbieter zu Wissensstand und Akzeptanz.
n=11. N/A=3

Potenziale und Nutzungsszenarien

Ein Potenzial der PSD2 liegt in ihrem Auftrag der Marktöffnung. Damit sollen Innovationen und Wettbewerb gefördert sowie Sicherheit und Verbraucherschutz gestärkt werden. Doch wie können entsprechende Services und Funktionen aussehen?

Nach den Erkenntnissen des EY Fintech Adoption Index 2019 schätzen Kundinnen und Kunden an digitalen Finanzservices vor allem Preisvorteile, Komfort und Angebotsvielfalt.[19] Diese genannten Ziele bieten damit mögliche Ansatzpunkte für Nutzungsszenarien der PSD2. Kundinnen und Kunden können durch Open Banking entsprechend ihrer Bedürfnisse Angebote selektieren und so die günstigsten, smartesten sowie individuell am besten passenden Produkte und Services auswählen.

Für die Kundschaft bedeutet dies immer mehr Angebote wie Personal Finance Management Tools, passgenaue Versicherungsangebote oder komfortablere Online-Bezahlmethoden. Diese Mehrwerte mit hohem Innovationsgrad und permanenter Weiterentwicklung anbieten zu können, ist für Unternehmen allerdings mit erheblichem Aufwand und Kosten verbunden. Notwendig ist es daher, Kooperationen einzugehen.

Traditionell können FinTechs und Start-ups schneller neue und innovative Produkte auf den Markt bringen, während größere Banken häufig weniger agil agieren können. Um den Interessen und Wünschen der Zielgruppen gerecht zu werden, bietet es sich daher im Sinne der Open Banking-Tendenz an, die Stärken zusammenzulegen und Ökosysteme aufzubauen.

»Cooperation instead of Competition: Vernetzung von Orchestratoren (z. B. Banken, Versicherungen, Fintechs, Vermögensverwalter), Drittanbietern (Finanztechnologieanbieter) sowie Endkundinnen und -kunden ermöglichen innovative Produkte und die Digitalisierung von Prozessen. Alle drei Instanzen können von einem funktionierenden Ökosystem profitieren.«

Andreas Reuß,
Chief Commercial Officer bei finleap connect

Die Grundlage hierfür bildet die PSD2. Eine Vernetzung der Anbieterunternehmen im Markt wird einfacher und lässt neue Formen der Zusammenarbeit der Akteure entstehen. Banken, FinTechs Versicherungen, InsurTechs und andere Drittdienstleanbieter kooperieren mit Fokus auf die Kundinnen und Kunden.

Welche speziellen Potenziale und Nutzungsszenarien sich je nach Branche oder Zielgruppe bilden, ist im Folgenden beschrieben.

19 EY Global FinTech Adoption Index, 2019

… für Banken und Finanzdienstleister

Finanzinstitute haben einen besonderen Blick auf die PSD2 und ihre Auswirkungen. Sie sind der zentrale Knotenpunkt der Daten, indem sie die Schnittstellen einrichten und die Kontodaten teilen. Dadurch entsteht auf den ersten Blick für Banken und Finanzdienstleister ein Interessenskonflikt: Sie müssen die Informationen und Daten ihrer Kundschaft mit Konkurrenten teilen, die diese unter Umständen dafür verwenden, neue Umsätze zu generieren oder bessere Dienste anzubieten. Zusätzlich entstehen Mehrkosten aufgrund der Einrichtung und Pflege der API.

Infolgedessen bestand (aus Sicht der Drittdiensteanbieter) für die entsprechenden Banken und Finanzdienstleister lange Zeit keine hohe Priorität bei der Bereitstellung der PSD2-Schnittstellen. Diese bemängeln in unserer Befragung die geringe Qualität sowie kontinuierliche Nachjustierungen, die dann ebenfalls bei den bankfernen Akteuren immer wieder Ressourcen verbrauchen.

Doch Open Banking im Sinne der PSD2 lohnt sich auch für Banken und Finanzdienstleister. Sie besitzen bereits den Vorteil des Vertrauens der Kundinnen und Kunden und können die Daten nutzen, um diese besser zu verstehen und ihre eigenen Angebote und Services zu optimieren. Dies kann so weit reichen, dass Banken und Finanzdienstleister selbst Plattformen bereitstellen und dort nicht nur ihre eigenen Produkte der Kundschaft anbieten, sondern auch die ihrer Wettbewerber. Damit könnten sie sich als ersten Anlaufpunkt der Kundinnen und Kunden in Finanzangelegenheiten aufstellen. Denn das Wichtigste im Umgang mit der PSD2 ist es, die Kundinnen und Kunden sowie deren Bedürfnisse in den Vordergrund zu stellen. Und diese können eben nicht nur innovative, neue FinTechs und andere Anbieterunternehmen bedienen. Genauso wie diese Player den Bankensektor mit Open Banking erreichen, haben Banken und Finanzdienstleister die Chance, sich über Schnittstellen als »FinTech-Hub« zu positionieren.[20]

»Die technische Umsetzung einiger Schnittstellen und damit einhergehender Fragestellungen hemmen leider jedoch viele Anwendungsfälle bis heute.«

Amadeus von Kummer,
VP Banking & Finance bei FinTecSystems

Bekannte Banken können auf Whitelabel-Lösungen von Drittdiensteanbietern zurückgreifen und ihren Kundinnen und Kunden so innovative FinTech-Services bieten. Auch spezialisierte kleinere Banken können durch die Open-Banking-Strategie viel gewinnen. Ihnen wird der Zugang zu einem breiten Publikum vereinfacht, das nun Zugriff auf ihre Produkte erhält.

20 Zahlungsdiensterichtlinie PSD2. Open Banking: Geldhäuser wollen Herausforderung durch Tech-Konzerne annehmen, Handelsblatt: https://www.handelsblatt.com/finanzen/banken-versicherungen/banken/zahlungsdiensterichtlinie-psd2-open-banking-geldhaeuser-wollen-herausforderung-durch-tech-konzerne-annehmen/25293172.html

… für Versicherungsunternehmen

Die umfassende Betreuung von Versicherungskunden und eine zur jeweiligen Lebensphase und Freizeit- sowie Konsumverhalten passenden Beratung stellt das zentrale Potenzial dar, welches sich für Versicherer aus der PSD2 ergibt.

»Versicherer können die Lebenssituation ihrer Kunden ganzheitlich verstehen und Versicherungslücken erkennen.«

Thomas Hoffmann,
FinTech Executive bei Kontowechsel24.de

Die Kundinnen und Kunden zeigen sich offen für individuelle Angebote ihrer Versicherer. Essenziell ist jedoch, den konkreten Nutzen für die Kunden herauszuarbeiten. So kann beispielsweise ein Beratungsgespräch deutlich effizienter ablaufen, wenn sich die Kundenberaterin mit umfassenden Informationen, die auf den Kontodaten des Kunden basieren, vorbereitet. Oder ein Wechsel zu einer anderen Versicherung wird vereinfacht, weil relevante Informationen von der neuen Versicherung direkt aus den Kontobuchungen der Kundin übernommen werden können.

»Ausgewählte Versicherer und Finanzvertriebe nutzen bereits die Möglichkeiten der PSD2, insbesondere um Mehrwerte für Kunden zu generieren, ob für Vertriebsanlässe, oder aber der Entwicklung neuer Produkte auf Basis der Daten.«

Jan Wichmann,
Mitgründer und Geschäftsführer
bei BANKSapi Technology

Einen weiteren Anwendungsfall bilden relevante Versicherungsangebote für eine neue Lebensphase, etwa der Geburt eines Kindes, welche aus den Kontobewegungen ermittelt werden kann. Eine veränderte Risikobewertung durch ein neu aufgenommenes Hobby kann einen Anlass für ein Beratungsgespräch darstellen – hier können von Seiten einer Versicherung den Kundinnen und Kunden passgenaue Angebote unterbreitet werden. Für Versicherungsunternehmen ist es wichtig, konkrete Kundenbedürfnisse zu erkennen – dafür kommen auch zielgerichtete Anwendungen auf Basis der PSD2 in Frage.

»Mit Daten hinterlegt, kann man dem Kunden zur richtigen Zeit das richtige Angebot machen – die Akzeptanzquote steigt enorm und der Kunde fühlt sich ernst genommen und eben nicht belästigt.«

André Rabenstein, CEO bei wealthAPI

… für Händler und E-Commerce

Durch die Einführung der PSD2 ergeben sich für Händler neue Möglichkeiten. Durch die Öffnung der Kontoschnittstellen und die Kooperation mit Drittdiensteanbietern können sie ihren Kundinnen und Kunden neue Online-Bezahlmethoden anbieten. So können diese direkt auf der Website des Händlers mittels eines eingebundenen Zahlungsauslösedienstes eine Überweisung auslösen – zulasten eines Kontos, das bei einer Bank geführt wird. Allerdings bringt die damit verbundene Zwei-Faktor-Authentifizierung neue Herausforderungen in Bezug auf Userfreundlichkeit mit sich. Der Bezahlvorgang stellt einen wichtigen Aspekt im Kauferlebnis dar – ist der Bezahlvorgang zu kompliziert, droht ein Abbruch des Kaufvorgangs. Dass die User von den teilweise komplizierten Authentifizierungsprozessen abgeschreckt werden, beobachten auch die vom Fraunhofer IAO befragten Serviceanbieter. Schließlich wird dem Check-out-Prozess ein weiterer Schritt hinzugefügt – dies kann zu einem »Conversion-Killer« werden.

»Der Zugriff auf Konten wird massiv erschwert. Die Endnutzer verstehen nicht warum und schieben die Schuld auf den Diensteanbieter.«

André Rabenstein, CEO bei wealthAPI

Jedoch bietet die PSD2 auch Möglichkeiten, den Komfort für die Kundschaft zu erhöhen: Online-Shops können auf Basis aktueller Daten einer größeren Klientel den Kauf auf Rechnung anbieten. Dazu führt der Online-Shop eine digitale Bonitätsprüfung mit einer Bewertung der Kundin oder des Kunden mit deren Zustimmung in Echtzeit durch. Durch einen »digitalen Kontoblick« können Risikomerkmale sofort und unbürokratisch im Anschluss an den Check-out überprüft werden.

Eine repräsentative Umfrage der GfK im Auftrag von Mastercard, die unter Verbraucherinnen und Verbrauchern kurz vor Einführung der PSD2 durchgeführt wurde, zeigte, dass die Zwei-Faktor-Authentifizierung an Akzeptanz gewinnt. 49 Prozent gaben an, dass ihre Online-Zahlungen durch die Zwei-Faktor-Authentifizierung sicherer werden. Besonders die Jüngeren (18- bis 29-Jährigen) brachten mit 62 Prozent der starken Authentifizierung viel Vertrauen in Bezug auf Sicherheit entgegen. Gleichzeitig sank die Anzahl der Personen, welche die Regelung negativ bewerten, um acht Prozentpunkte auf 25 Prozent.[21]

21 Bezahlen als Teil des Einkaufserlebnisses: GfK eBUS® 2020 31, 2020: https://newsroom.mastercard.com/eu/files/2020/10/GfK_MSL_Bezahlen-als-Teil-des-Einkaufserlebnisses_SCA.pdf

… für Kundinnen und Kunden

»Das größte Potenzial liegt definitiv in der sicheren Verarbeitung, Aufbereitung und Interpretation der Kontodaten. Dabei bleibt die Datenhoheit beim Kunden, der den Kontozugriff jederzeit entziehen kann.«

Michael Riederer, Director of Sales Fintech bei fino run

Kundinnen und Kunden kommen mit der PSD2 zumeist das erste Mal in Kontakt, wenn bei der Nutzung einer Anwendung eine Zwei-Faktor-Authentifizierung von ihnen gefordert wird. So kann der Eindruck einer Regulatorik entstehen, die mit Zusatzaufwand verbunden ist. Dabei gerät unter Umständen die eigentliche Zielsetzung aus dem Blick: die EU verfolgt mit der PSD2 die Erhöhung der Sicherheit im Zahlungsverkehr sowie die Stärkung des Verbraucherschutzes. Durch die PSD2 ist klar geregelt, dass die Hoheit über die eigenen Daten bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern liegt: Ohne ihre Zustimmung geht nichts.

»In Deutschland gab es vor PSD2 bereits die Möglichkeit, Kontoinformationen über HBCI/FinTS oder Screen Scraping zu beziehen. Die Umstellung auf das Zwei-Faktor-Authentifizierungsverfahren der PSD2-Schnittstelle war daher zu Beginn für Kunden teilweise irritierend. Durch die flächendeckende Anpassung der Login-Prozesse haben sich die Kunden allerdings schnell daran gewöhnt.«

Thomas Hoffmann,
FinTech Executive bei Kontowechsel24.de

Stimmt eine Kundin oder ein Kunde zu und willigt ein, dass ein Serviceanbieter auf das Konto zugreifen darf, so können sie von erhöhtem Komfort und attraktiven Angeboten profitieren. Ein Beispiel sind Konto- und Depotwechselservices, die den Wechsel für Kunden sehr komfortabel ermöglichen – zeitsparend und digital. Durch die Marktöffnung für Dritte ist zudem ein weiterer Zuwachs von Anbietern zu erwarten. Der Bundesverband der Verbraucherzentrale sieht hier das Potenzial für zusätzliche Auswahlmöglichkeiten und neue, vorteilhafte Anwendungen für Verbraucher.[22]

»KYC – Know Your Customer – führt auch zu einer größeren Kundenzufriedenheit. Das ist der Vorteil von PSD2 – der Kunde hat die Hoheit über seine Daten.«

André Rabenstein, CEO bei wealthAPI

22 Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., Gutachten zur PSD2-Umsetzung in Deutschland, 2021: https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/04/01/vzbv_psd2_gutachten_conpolicy.pdf

… für neue Märkte

Durch die Beschäftigung mit unterschiedlichen Zielgruppen und Nutzungsszenarien wird deutlich, dass es eine Vielzahl an Möglichkeiten gibt, Mehrwerte mithilfe der PSD2 zu schaffen. Abgesehen von den beschriebenen Potenzialen bietet die PSD2 Unternehmen die Chance, neue Märkte mit Blick auf Europa zu erschließen. Aktuell stehen diesen Chancen allerdings noch Hemmnisse wegen unterschiedlicher Umsetzungen des PSD2-Standards in den einzelnen Ländern gegenüber.

»PSD2 bietet die Möglichkeit insbesondere auf anderen Märkten in Europa neue Serviceleistungen für den Endkunden zu entwickeln. Der Bankenmarkt muss sich dadurch öffnen und eine Schnittstelle anbieten. Durch die unterschiedlichen PSD2 Standards, insbesondere auf den anderen europäischen Märkten, wird es sicherlich noch ein wenig dauern bis PSD2 in Europa richtig angekommen ist.«

Thomas Hoffmann,
FinTech Executive bei Kontowechsel24.de

Zusammenfassung und Ausblick

Das Fraunhofer IAO verfolgt seit April 2021 intensiv das Thema PSD2 und seine Entwicklung. Dabei konnte festgestellt werden, dass der Markt an Drittanbietern sehr schnellen Veränderungen unterliegt. Einige FinTechs wie FinAPI oder FinTecSystems, welche das Fraunhofer IAO für Experteninterviews gewinnen konnte, wurden in der Zwischenzeit verkauft bzw. übernommen. Andere sind vom Markt mittlerweile komplett verschwunden. Ursachen dafür könnten unter anderem die hohen regulatorischen Anforderungen und die sich immer wieder ändernde Gesetzgebung sein. Dies hat zur Folge, dass Regulierungsfragen wiederholt geprüft und angepasst werden müssen, um den an den Zahlungssektor gestellten Anforderungen gerecht zu werden. Aus diesem Grund ist die Implementierung der PSD2 in der Zahlungsbranche nach wie vor nicht ganz abgeschlossen. Dies hat zur Folge, dass die neuen Anforderungen und somit die Aktualisierung der PSD2 auf die PSD3 noch nicht vollzogen werden konnte.

Wie in den Szenarien beschrieben, sind zahlreiche Anwendungsfälle in fast allen Branchen denkbar und bieten Unternehmen sowie Kundinnen und Kunden Vorteile und auch ganz neue Möglichkeiten für digitale Geschäftsmodelle. Für die Kundschaft können durch individualisierte Services und Angebote völlig neue Mehrwerte entstehen. Neben diesen attraktiven Potenzialen sind für die Unternehmen weitere Gesichtspunkte abzuwägen. Wie will sich ein Unternehmen in Bezug auf die Nutzung persönlicher Kontodaten – die Rückschlüsse auf private Interessen und Vorlieben zulassen – positionieren? Bei der Nutzung der Möglichkeiten der PSD2 zur Analyse von Kontodaten geht es immer auch um die finanzielle Transparenz der Kundschaft bzw. der Nutzenden eines Dienstes gegenüber einem Unternehmen. Dass es zu negativen Presseberichten kommen kann, zeigt das Beispiel Checknow. So kann ein Unternehmen auch zu dem Schluss kommen, die Potenziale der PSD2 bewusst nicht auszuschöpfen.

Wichtig beim Einsatz von PSD2 ist auf jeden Fall, dass großer Wert auf die Transparenz gegenüber der Kundschaft gelegt wird. Es gilt, mit offenen Karten zu spielen, welche Daten für welchen Zweck und über welche Dauer genutzt werden. Wenn die Kunden dann noch selbst definieren und möglichst genau einstellen können, welche Daten sie zur Nutzung freigeben, dann erleben sie wirklich die Kontrolle und Hoheit über ihre Daten, wie von der EU ursprünglich intendiert.

Das Fraunhofer IAO unterstützt gerne bei der Entwicklung und Bewertung eigener Ideen, bei der Auswahl von Anbietern und der Umsetzung neuer Lösungen und Geschäftsmodelle im Umfeld der PSD2. Die Autorinnen freuen sich über weitere Anregungen und Fragen zum Themenfeld.

Impressum

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft
und Organisation IAO
Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart

www.iao.fraunhofer.de

Kontakt
Claudia Dukino
Digital Business
+49 711 970-2450
claudia.dukino@iao.fraunhofer.de

Verena Pohl
Angewandte Künstliche Intelligenz
+49 711 970-5123
verena.pohl@iao.fraunhofer.de

Fraunhofer-Publica
http://dx.doi.org/10.24406/publica-325

Satz und Layout
Valentin Buhl

Titelbild
© ArtistGNDphotography – iStock

© Fraunhofer IAO, 2022

Kontakt

Verena Pohl
Angewandte Künstliche Intelligenz
+49 711 970-5123
verena.pohl@iao.fraunhofer.de

Claudia Dukino
Digital Business
+49 711 970-2450
claudia.dukino@iao.fraunhofer.de

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft
und Organisation IAO
Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart

www.digital.iao.fraunhofer.de



Verena Pohl forscht zu geeigneten Formaten und Methoden in digitalen Transformationsprozessen und begleitet Unternehmen bei der Entwicklung digitaler Lösungen und Geschäftsmodelle.



Claudia Dukino unterstützt Unternehmen dabei, eigene KI-Anwendungsfelder zu erschließen, für sich nutzbar zu machen und dabei den Transformations- und Changeprozess zu begleiten.