

"Bank und Fintech" - Kritische Analyse von Kooperationsmodellen im Bereich Kontoführung und Kundenservice

Ergebnisse des Management-Integrationsseminars 2016/2017 des Studiengangs Bank der Dualen Hochschule Baden-Württemberg am Standort Mosbach



Autorin: Marie-Therese Reinhard
Herausgegeben von Prof. W. Wössner

ISBN: 978-3-943656-11-4

Marie-Therese Reinhard

**paydirekt – eine ernstzunehmende Alternative
und Konkurrenz für PayPal?**

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	2
1. Einleitung	3
1.1. Zielsetzung	3
1.2. Aufbau der Arbeit.....	3
2. Grundlagen	4
2.1. Funktionsweise von PayPal	4
2.2. Funktionsweise von paydirekt.....	5
2.3. Wettbewerbsumfeld	6
3. Vergleich von PayPal und paydirekt	7
3.1. Nutzungsquoten.....	7
3.2. Sicherheit	7
3.3. Kosten auf Händlerseite.....	8
3.4. SWOT-Analyse	10
3.4.1. PayPal – SWOT-Analyse.....	10
3.4.2. paydirekt – SWOT-Analyse	12
3.5. Kritische Würdigung.....	14
4. Fazit und Ausblick	16
Literaturverzeichnis	18
Anhang	24

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Der PayPal-Zahlungsprozess zwischen zwei Privatpersonen.....	4
Abbildung 2 Funktionsweise von paydirekt	5
Abbildung 3 Marktanteile von ausgewählten Zahlungsverfahren beim Online-Handel in Deutschland im Jahr 2015	6
Abbildung 4 variable Gebühren PayPal.....	9
Abbildung 5 Kosten PayPal und paydirekt im Vergleich.....	10

1. Einleitung

1.1. Zielsetzung

Am 17.06.2014 haben sich deutsche Kreditinstitute offiziell zusammengeschlossen,¹ um einen deutschen Gegenentwurf zu PayPal und anderen Online-Bezahlverfahren zu entwickeln.² Es sollte den Kunden der deutschen Kreditinstitute ermöglicht werden „sicher, einfach und direkt mit dem eigenen Bankkonto im Internet bezahlen“³ zu können. Darüber hinaus wollen die Anbieter ebenfalls am stetig wachsenden Markt des Online-Handels partizipieren.⁴ Zur Umsetzung dieser Ziele haben die beteiligten Kreditinstitute seit dem Start von paydirekt im November 2015 einiges getan. Das Hauptaugenmerk lag zunächst auf der Prozessoptimierung. 2017 soll nun das Jahr werden, indem viele Marketingmaßnahmen getroffen werden, um den deutschen Online-Bezahldienst auch bei den Kunden bekannt und beliebt zu machen.⁵

Immer wieder wird angezweifelt, ob sich paydirekt gegen seinen großen amerikanischen Gegenspieler PayPal, der nun schon seit 13 Jahren am Markt vertreten ist, durchsetzen und bei den deutschen Kunden etablieren kann. Um dies zu erreichen, ist es wichtig, dass paydirekt deutliche Vorteile gegenüber seinem Mitkonkurrenten aufweist und die Betreiber von paydirekt es schaffen ihr Online-Bezahlverfahren auf dem Markt und bei den potentiellen Kunden bekannt zu machen. In der folgenden Arbeit sollen die beiden Online-Bezahlverfahren gegenübergestellt werden, um herauszufinden, ob paydirekt deutliche Alleinstellungsmerkmale vorweisen kann, die die deutschen Kunden überzeugen können, künftig dieses Verfahren zu nutzen.

1.2. Aufbau der Arbeit

Zunächst wird in den Grundlagen die Funktionsweise der beiden Online-Bezahlverfahren PayPal und paydirekt dargestellt und kurz auf das Wettbewerbsumfeld beider konkurrierender Verfahren in Deutschland eingegangen. Anschließend werden die Bezahlverfahren bezüglich der momentanen Nutzungsquote, ihrer Sicherheit und Kosten auf der Händlerseite gegenübergestellt. Im Punkt Sicherheit wird auf den Käufer- und Händlerschutz sowie die Datensicherheit näher eingegangen. In der vorliegenden Arbeit werden lediglich die Kosten auf der Händlerseite betrachtet, da das Bezahlen für Käufer bei PayPal und paydirekt kostenfrei ist.⁶

Mit Hilfe einer SWOT-Analyse beider Verfahren soll schließlich überprüft werden, ob paydirekt einen Mehrwert für den Kunden und Händler darstellen kann. Es folgt eine kritische Würdigung mit Ergebnis der SWOT-Analyse. Die Arbeit schließt mit einem Fazit sowie Ausblick ab.

¹ Vgl. Handelsregister.

² Vgl. Motte, Lauda de la (2015), S. 29.

³ Richter, Gabriele (2016), S. 14.

⁴ Vgl. Seibel, Karsten (2015): paydirekt.

⁵ Vgl. Richter, Gabriele (2016), S. 15.

⁶ Vgl. Schwab, Frank: Basis-Info für Journalisten S. 8.

2. Grundlagen

2.1. Funktionsweise von PayPal

Voraussetzung für die Abwicklung eines Online-Handels über PayPal ist, dass sowohl Käufer als auch Verkäufer ein Konto bei PayPal besitzen. Um dieses Konto eröffnen zu können und Bezahlvorgänge abzuschließen, wird ein E-Mail Account benötigt.⁷ Automatisch verfügt das eröffnete Konto über zwei Funktionen, eine Zahlungs- und eine Reservefunktion. Das Guthaben auf dem "Zahlungskonto" steht für Einkäufe zur Verfügung. Befindet sich das Guthaben allerdings auf dem "Reservekonto" ist dieser Betrag zunächst nicht verfügbar, es können unmittelbar keine Transaktionen mit diesem Guthaben vorgenommen werden. Solange offene Posten vorhanden oder Transaktionen noch nicht abgeschlossen sind, ist das Geld auf dem Konto geparkt. So werden Käufer und Verkäufer abgesichert. Um mit dem PayPal Konto arbeiten zu können, muss das Konto zunächst mit dem eigenen Bankkonto oder der Kreditkarte verknüpft werden.⁸ PayPal stellt eine Art virtuelles Zwischenkonto zwischen dem Bankkonto bzw. der Kreditkarte des Käufers und des Verkäufers dar.

Im folgenden Schaubild ist der Ablauf einer Zahlung von PayPal vereinfacht dargestellt. Person A stellt den Käufer, Person B den Verkäufer dar.

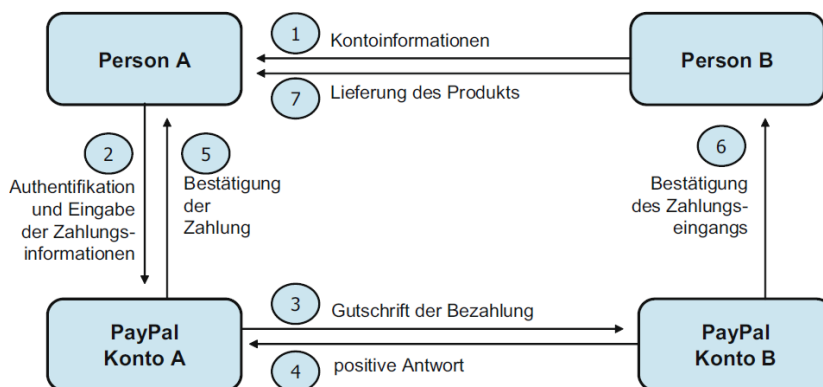


Abbildung 1 Der PayPal-Zahlungsprozess zwischen zwei Privatpersonen

Quelle: Meier, Andreas und Stormer, Henrik (2012) S. 186

(1) Um den Kauf abzuwickeln übermittelt Person B zunächst Zahlungsinformationen an Person A. Diese Informationen enthalten die E-Mail-Adresse und den Betrag der Zahlung. (2) Daraufhin authentifiziert sich Person A bei PayPal und gibt die Zahlungsinformationen in ein Formular ein. (3) Das Girokonto oder die hinterlegte Kreditkarte von Person A wird daraufhin belastet. Im Folgenden geht auf dem PayPal Konto von Person B eine Zahlungsgutschrift ein. (4) Daraufhin wird eine Zahlungseingangsbestätigung zurückübermittelt. (5) Die Zahlungsbestätigung wird an Person A und B (6) weitergeleitet. (7) Person B kann die Ware nun an Person A ausliefern.⁹

⁷ Vgl. Schulz, Sven (2013).

⁸ Vgl. PayPal (2017): PayPal Nutzungsbedingungen.

⁹ Vgl. Meier, Andreas und Stormer, Henrik (2012), S. 185.

Handelt es sich beim Verkäufer um einen Online-Händler, funktioniert der Zahlungsprozess nahezu identisch. Der Kunde wählt bei Abschluss seines Einkaufs PayPal als Zahlungsverfahren aus, wird auf die PayPal-Website weitergeleitet, gibt hier seine Zugangsdaten - wie E-Mail Adresse und Passwort - ein und bestätigt die Zahlung.¹⁰ Dieser Vorgang ersetzt die oben beschriebenen Schritte (1) und (2). Die übrigen Aktionen sind unverändert.

Die Zahlungsabrechnung läuft über verschiedenste Institute mit denen PayPal zusammenarbeitet und an die PayPal personenbezogene Daten übermittelt.¹¹

2.2. Funktionsweise von paydirekt

Wie bei PayPal ist Voraussetzung für die Nutzung von paydirekt, dass die beiden miteinander handelnden Personen (Käufer und Verkäufer bzw. Händler) beim Bezahlendienst paydirekt registriert sind. Die Registrierung erfolgt hier allerdings im geschützten Bereich des Onlinebankings bei der eigenen Hausbank. Somit muss kein zusätzliches Konto bei einem Online-Zahlungssystem angelegt werden.¹²

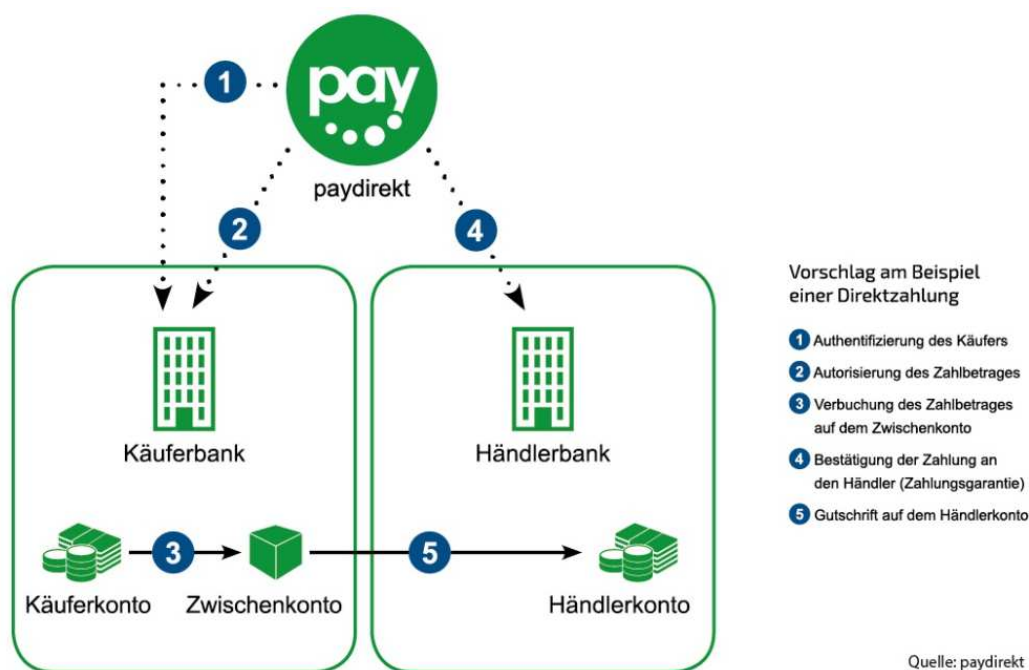


Abbildung 2 Funktionsweise von paydirekt

Quelle: paydirekt: Presse

Nachdem der Käufer im Onlineshop paydirekt als Zahlungsmethode ausgewählt hat und auf die Website von paydirekt weitergeleitet wurde (1) authentifiziert er sich im Onlinebanking seiner Hausbank mit Benutzername und Passwort.¹³ (2) Dort autorisiert der Käufer die Zahlung. (3) Der Zahlungsbetrag wird auf einem Zwischenkonto bei der Bank des

¹⁰ Vgl. Schulz, Sven (2013).

¹¹ Vgl. PayPal (2017): Liste der Dritten (außer PayPal-Kunden), für die personenbezogene Daten freigegeben werden können.

¹² Vgl. Roth, Gregor und Sandkaulen, Helmut (2015).

¹³ Vgl. Schwab, Frank: Basis-Info für Journalisten S. 5.

Käufers zwischengeparkt. (4) Es folgt eine Zahlungsbestätigung an den Händler und dieser bekommt eine Zahlungsgarantie. (5) Im letzten Schritt wird der Zahlungsbetrag auf dem Konto des Händlers bei der Händlerbank gutgeschrieben. Der Händler kann die Ware nun an den Käufer ausliefern. Käufer und Händler müssen hierbei nicht die gleiche Hausbank haben, ihre Geldinstitute müssen sich jedoch *paydirekt* angeschlossen haben.¹⁴ Für die Zahlungsabrechnung wird somit kein weiterer Dienstleister eingeschaltet.

2.3. *Wettbewerbsumfeld*

Die deutschen Kreditinstitute haben sich mit der Entwicklung von *paydirekt* auf einen bereits von PayPal besetzten Markt begeben.¹⁵ PayPal hat sich seit 2004 als Anbieter von Online-Bezahlverfahren in Deutschland¹⁶ etabliert und war 2015 mit 19,6 Prozent nach dem Kauf auf Rechnung das beliebteste Zahlungsverfahren im Online-Handel (siehe Abb. 3). Der global vertretene Online-Bezahldienst PayPal entstand 1998¹⁷ und ist seit 2002 eine 100 prozentige Tochter von eBay.¹⁸



Abbildung 3 Marktanteile von ausgewählten Zahlungsverfahren beim Online-Handel in Deutschland im Jahr 2015

Quelle: Statista (vollständige Abbildung in Anhang A)

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, wurde *paydirekt* im Juni 2014 gegründet,¹⁹ um eine deutsche Alternative für PayPal zu entwickeln.²⁰ Im November 2015 hat die erste Bank ihren Kunden *paydirekt* als Bezahlverfahren angeboten.²¹ Erst als sich die Sparkassen im April 2016 an *paydirekt* angeschlossen haben, konnten deutliche Marktanteile gewonnen werden.²² Seit April 2016 bieten nun 1400 Banken und Sparkassen ihren Kunden *paydirekt* an.²³

Beide Online Bezahlverfahren agieren im selben Wettbewerbsumfeld. Sie konkurrieren mit Zahlungsverfahren wie dem Zahlen per Rechnung, per Lastschrift usw. (siehe Abb. 3). Dem Markt des Online-Handels, an dem PayPal und *paydirekt* partizipieren, wird ein stetiges Wachstum prognostiziert (siehe Anhang B).

¹⁴ Vgl. *paydirekt*: Presse.

¹⁵ Vgl. Frühauf, Markus (2015).

¹⁶ Vgl. Theobald, Tim (2016).

¹⁷ Vgl. PayPal: Über PayPal.

¹⁸ Vgl. o.V.

¹⁹ Vgl. HRB 99538 Handelsregisterauszug.

²⁰ Vgl. Roth, Gregor und Sandkaufen, Helmut (2015), S. 32.

²¹ Vgl. Agence France-Presse (2015).

²² Vgl. Bender, Hanno (2016).

²³ Vgl. *paydirekt*: Über *paydirekt*.

3. Vergleich von PayPal und paydirekt

3.1. Nutzungsquoten

Im Oktober 2016 waren 650.000 Kunden bei paydirekt registriert. Dies ist nur ein Bruchteil der Kunden, die PayPal zu diesem Zeitpunkt verzeichnen konnte, nämlich ganze 17.200.000 (siehe Anhang C). Betrachtet man allerdings die Zeitspanne in der beide Anbieter auf dem Markt vertreten sind, relativieren sich diese Zahlen etwas. In einem Artikel der Zeitung BankInformation ist sogar die Rede von 720.000 registrierten paydirekt Kunden Ende 2016.²⁴

Das theoretische Kundenpotential für paydirekt ist erheblich. Laut einer Umfrage von Statista könnten sich 50 Prozent der Befragten vorstellen, paydirekt als neues Bezahlssystem zu nutzen. Weitere 33 Prozent würden paydirekt nutzen, wenn es weit verbreitet wäre und genauso komfortabel wie andere Zahlungssysteme (siehe Anhang D). 36 Prozent der Befragten haben, laut einer weiteren Umfrage, noch nie von paydirekt gehört (siehe Anhang H).

Betrachtet man die Nutzungsquote von der Händlerseite aus, ergibt sich ein ähnliches Bild. Deutschlandweit waren im Oktober 2016 50.000 Händler bei PayPal registriert, bei paydirekt waren es nur 240 Händler (siehe Anhang E). Nach Unternehmensangaben konnten paydirekt Kunden Anfang März 2017 bereits 705 Onlineshops nutzen.²⁵

3.2. Sicherheit

Käufer- und Händlerschutz

Bei PayPal greift der Käuferschutz, falls ein gekaufter Artikel nicht geliefert wurde oder die Ware nicht der Beschreibung entspricht. Wird der Artikel nicht geliefert, muss sich zunächst der Kunde selbst mit dem Verkäufer in Verbindung setzen. Kann der Verkäufer per Versandbeleg beweisen, dass die Ware versandt wurde, entfallen jegliche Rechte des Käufers auf Entschädigung. Weicht die Beschreibung des Artikels erheblich von dem gelieferten Artikel ab, hat der Käufer den Anspruch auf die vollständige Erstattung seiner geleisteten Kosten.²⁶ Hier ist allerdings zu beachten, dass die "erhebliche Abweichung" im Ermessen von PayPal liegt. "PayPal entscheidet von Fall zu Fall anhand einzureichender Nachweise, ob der Artikel tatsächlich erheblich von der Artikelbeschreibung abweicht."²⁷

Der Verkäuferschutz greift bei PayPal bei bestimmten Zahlungsausfällen, z.B. bei Rückbuchungen von Zahlungen, die vom Inhaber des Zahlungskontos nicht genehmigt wurden. Anspruch auf Entschädigung hat der Verkäufer nur, wenn dieser nachweisen kann, dass ihm ein Zahlungseingang als "abgeschlossen" angezeigt wurde und er fristgerecht

²⁴ Vgl. Richter, Gabriele (2016), S. 14.

²⁵ Vgl. Paydirekt: Käufer Startseite (Stand 08.03.2017).

²⁶ Vgl. PayPal (2017): Käuferschutzrichtlinie.

²⁷ PayPal (2017): Käuferschutzrichtlinie.

innerhalb von sieben bis zehn Tagen alle Anfragen von PayPal beantwortet hat. Außerdem muss er nachweisen, nicht gegen die PayPal-Nutzungsrichtlinie verstoßen und den Versandbeleg vorlegt zu haben.²⁸

Bei paydirekt greift der Käuferschutz, wenn die Ware nicht im angegebenen Versandzeitraum abgeschickt wurde. 30 Tage ab Zahlung hat der Käufer Zeit sich mit paydirekt in Verbindung zu setzen und das Problem zu melden. Paydirekt setzt sich dann mit dem Verkäufer in Verbindung und klärt die Angelegenheit. Kann vom Verkäufer kein Versandbeleg erbracht werden, erhält der Käufer sein Geld umgehend zurück.²⁹ Dies gilt auch bei Rücksendungen von Waren oder der Rückabwicklung des Kaufs.³⁰

Ähnlich wie bei PayPal, muss der Verkäufer bzw. Händler der Ware einen Versandnachweis erbringen, dass er die Ware an den in den Transaktionsdetails vermerkten Käufer und dessen Käuferadresse in der vereinbarten Frist versendet hat. Kann der Händler dies nachweisen, greift eine Zahlungsgarantie, die paydirekt den Händlern gibt.³¹ Der Händler ist somit vor Zahlungsausfällen geschützt.

Datensicherheit

Beim amerikanischen Konkurrenten PayPal sitzen die Server in den USA. Die sensiblen Kundendaten werden dort gespeichert und unterliegen somit nicht den strengen deutschen Datenschutzgesetzen.³² PayPal selbst hat auf seiner Website eine Liste Dritter veröffentlicht, an die personenbezogene Daten weitergeleitet werden. Hier finden sich unter anderem Namen wie die Barclays Bank Plc oder American Express.³³

Die Datensicherheit wird bei paydirekt sehr groß geschrieben. Der Händler erfährt zu keinem Zeitpunkt die Bankdaten des Käufers, da die Transaktionen direkt über ein Konto bei der Zentralbank erfolgen.³⁴ Darüber hinaus sind keine Drittanbieter in die Zahlungsabwicklung involviert. Die sensiblen Bankdaten bleiben bei dem zuständigen Institut und laufen über einen Server der in Deutschland sitzt.³⁵ Da paydirekt ein in Deutschland ansässiges Unternehmen ist, unterliegt es den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes mit festen Regelungen, wann und in welcher Form personenbezogene Daten gespeichert und wofür sie verwendet werden dürfen.³⁶

3.3. Kosten auf Händlerseite

Bei PayPal gestalten sich die Kosten auf der Händlerseite sehr übersichtlich. Das Unternehmen arbeitet mit einem variablen Gebührenbestandteil und einer Fixgebühr. Die Fix-

²⁸ Vgl. PayPal (2017): Verkäuferschutzrichtlinie.

²⁹ Vgl. Deutsche Bank (2015), Ziffer 14.

³⁰ Vgl. Roth, Gregor und Sandkaufen, Helmut (2015), S. 31.

³¹ Vgl. Roth, Gregor und Sandkaufen, Helmut (2015), S. 31.

³² Vgl. FinanceScout24 (2017).

³³ Vgl. PayPal (2017): Liste der Dritten (außer PayPal-Kunden), für die personenbezogene Daten freigegeben werden können.

³⁴ Vgl. Roth, Gregor und Sandkaufen, Helmut (2015), S. 31.

³⁵ Vgl. Stiftung Warentest (2016).

³⁶ Vgl. Bundesdatenschutzgesetz § 1.

gebühr richtet sich nach der Landeswährung. Im Euroraum sind dies 0,35 EUR pro Transaktion.³⁷ Die variablen Gebühren richten sich nach dem monatlichen Transaktionsvolumen, das die Händler abwickeln.

Monatliches Transaktionsvolumen über das PayPal-Konto	Gebühren
5.000,01 bis 25.000,00 EUR	Variable Gebühr in Höhe von 1,70% zuzüglich Festgebühr
mehr als 25.000,00 EUR	Variable Gebühr in Höhe von 1,50% zuzüglich Festgebühr

Abbildung 4 variable Gebühren PayPal

Quelle: PayPal: Anhang 1: Gebührenaufstellung

Die Kosten von paydirekt sind weniger transparent. Die Händler müssen Entgeltvereinbarungen mit den Zahler-Banken schließen, die das vom Händler zu zahlende Entgelt regeln.³⁸ Es ist davon auszugehen, dass die Gebühren bei den verschiedenen teilnehmenden Kreditinstituten variieren und wie bei PayPal aus einem variablen Bestandteil und einer Fixgebühr bestehen. Allgemeine Veröffentlichungen der Gebührensätze im Netz sind nicht zu finden.

Beispielhaft werden die Gebühren in dieser Arbeit anhand der Konditionen der Frankfurter Sparkasse dargestellt. Hier wird pro Transaktion eine Fixgebühr in Höhe von 0,18 Euro fällig, zzgl. 0,95 Prozent vom zu erwartenden Umsatz. Zusätzlich fallen mind. 0,04 Prozent des Umsatzes als Serviceentgelt an, welches von Jahresumsatz abhängig ist.³⁹

Um die Kosten beider Anbieter genauer vergleichen zu können, wird eine Beispielrechnung aufgestellt. Da die Frankfurter Sparkasse keine genaue Auskunft gibt, wie hoch das Serviceentgelt bei welchem Transaktionsvolumen angesetzt wird, wird bei paydirekt (0,99 Prozent) und bei PayPal die geringste variable Gebühr (1,5 Prozent) angesetzt.

$$\text{PayPal}(x) = 25.001 \text{ EUR} * 0,015 + x * 0,35 \text{ EUR}$$

$$\text{paydirekt}(x) = 25.001 \text{ EUR} * 0,0099 + x * 0,18 \text{ EUR}$$

³⁷ Vgl. PayPal: Gebühren.

³⁸ Vgl. paydirekt (2015): paydirekt-Händlerbedingungen S. 1.

³⁹ Vgl. Sparkassen-Händlerservice (2016).

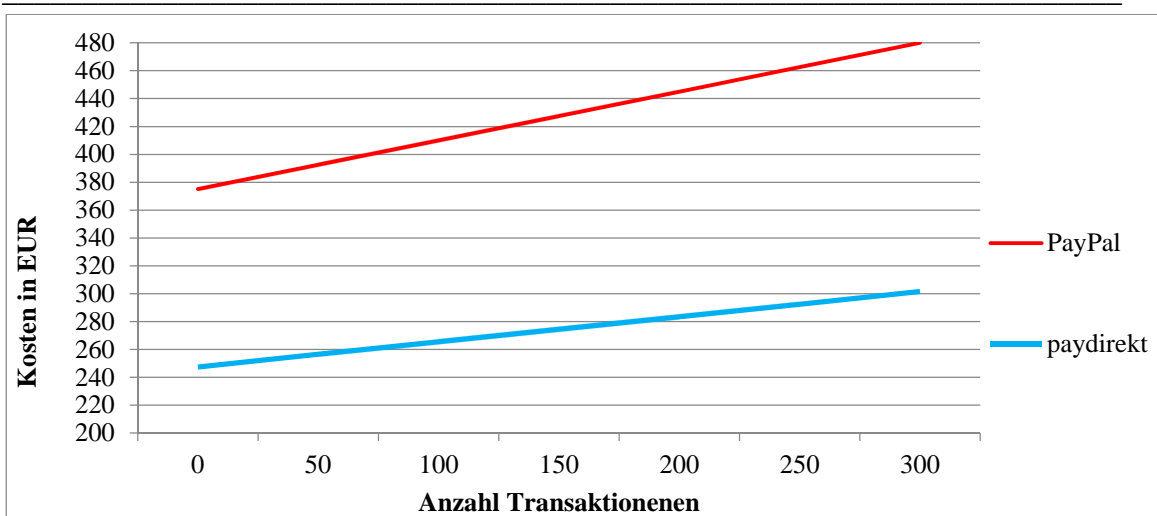


Abbildung 5 Kosten PayPal und paydirekt im Vergleich

Quelle: Eigene Darstellung

Anhand der oben aufgeführten Grafik, die auf den zuvor aufgestellten linearen Gleichungen basiert, ist deutlich zu sehen, dass paydirekt für den Händler, der mit der Frankfurter Sparkasse zusammenarbeitet, signifikant günstiger als PayPal ist. Dies ergibt sich zum einen aus der um 0,17 Euro pro Transaktion günstigeren Fixgebühr und zum anderen aus günstigeren variablen Gebühren, die auch bei Transaktionsvolumina von 25.001 Euro und mehr mindestens 0,51 Prozentpunkten je nach Transaktionsvolumen oder Kundenbeziehungen betragen. Der Break Even Point würde sich erst bei negativer Transaktionszahl ergeben.

3.4. SWOT-Analyse

3.4.1. PayPal – SWOT-Analyse

Eine deutliche Stärke (engl. strength) kann PayPal im Hinblick auf seine hohe Marktmacht bzw. Nutzerquote vorweisen (siehe 2.3 und 3.1). Neben der Möglichkeit über PayPal Online-Einkäufe bei 50.000 deutschen Händlern tätigen zu können, bestehen Vorteile für Kunden und Händler außerdem in der Globalität PayPals. Kunden haben die Möglichkeit in über 100 verschiedenen Währungen auf 202 Märkten zahlen zu können.⁴⁰ Damit können Kunden nahezu flächendeckend bei ihren Online-Einkäufen PayPal als Bezahlverfahren nutzen.

Aufgrund der Tatsache, dass PayPal sehr etabliert ist und zu dem 69 Prozent der Kunden auch sehr zufrieden mit ihrem Anbieter sind (siehe Anhang F), ist davon auszugehen, dass ein Konkurrent Kunden nur dann von einem Anbieterwechsel überzeugen kann, wenn er massive Mehrwerte vorweisen kann.

Schwächen (engl. weaknesses) lassen sich bei PayPal bei der Sicherheit erkennen. Hier ist insbesondere der Datenschutz zu nennen. Wie bereits in Punkt 3.2 erwähnt, werden personenbezogene Kundendaten an eine Vielzahl Dritter weitergeleitet, damit erhöht sich

⁴⁰ Vgl. PayPal: Über PayPal.

die Gefahr des Missbrauchs. Beispielsweise werden anhand von weitergegebenen E-Mail-Adressen Nutzer bei Facebook und Twitter identifiziert, um gezielt Werbung abzusetzen.⁴¹

Des Weiteren sind in diesem Zusammenhang die Käuferschutzregelungen bei PayPal zu nennen. Bei Konflikten muss sich der Käufer immer zunächst an den Händler wenden. Erst wenn das Problem nicht bilateral gelöst werden kann, kann ein Antrag auf PayPal-Käuferschutz gestellt werden. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der ausgeschlossene Rechtsweg gegenüber PayPal bezüglich einer Käuferschutz Entscheidung.⁴²

Unter der Annahme, dass die Konditionen der übrigen Banken, die an paydirekt teilnehmen, sich im gleichen Rahmen bewegen, wie die der Frankfurter Sparkasse, stellen die teureren Konditionen von PayPal eine Schwäche dar.

Chancen (engl. opportunities) liegen für PayPal, wie bei anderen Online-Bezahlverfahren, vor allem in dem immer stärker wachsenden Markt des Online-Handels (siehe Anhang B). Durch seine globale Präsenz, die bereits bestehende große Marktmacht und die derzeitige Kundenzufriedenheit ist davon auszugehen, dass mit dem wachsenden Markt auch PayPal weiterwächst. Diese Annahme wird auch dadurch bestärkt, dass PayPal im Bereich E-Commerce stetig nach neuen Lösungen sucht. So hat das Unternehmen eine Mobile Payment Lösung für Transaktionen zwischen Privatpersonen entwickelt. Mobile Payment sind mobile Zahlverfahren, bei denen mindestens der Zahlungspflichtige ein mobiles Endgerät nutzt.⁴³ Auf der PayPal Website wird damit geworben, kostenfrei und schnell Geld zu Freunden und Familienmitgliedern überweisen zu können.⁴⁴

Was auf der einen Seite als Chance für ein Unternehmen gewertet werden kann, kann auch schnell in eine Bedrohung (engl. threats) umschlagen. Wie bereits erwähnt, hat PayPal momentan einen sehr großen Marktanteil als Online-Bezahlungssystem. Allerdings stoßen immer mehr Wettbewerber wie paydirekt, Skrill oder ApplePay auf den Markt⁴⁵ und versuchen dem Unternehmen Konkurrenz zu machen. PayPal selbst sieht dieser Bedrohung allerdings eher gelassen entgegen. So sagte Deutschland-Chef Arnulf Kesse: „Der Online-Handel in Deutschland wächst kräftig, da ist sicher noch für einen weiteren Anbieter Platz“⁴⁶.

Da PayPal ein Bezahlverfahren ist, bei dem Informationen über E-Mail übermittelt werden, besteht die erhöhte Gefahr, dass die Kunden Opfer von Phishing-Attacken werden.⁴⁷ Durch Phishing-Mails versuchen Hacker Passwörter und Daten ihrer Opfer auszuspähen.⁴⁸ Sie können die erspähten Daten später nutzen, um dem Opfer finanziellen Schaden zuzufügen. Ist ein Kunde einmal hiervon betroffen gewesen, kann davon ausgegangen werden, dass er nach einem sichereren Anbieter sucht.

⁴¹ Vgl. Kerkmann, Christof (2015).

⁴² Vgl. PayPal (2017): Käuferschutzrichtlinie.

⁴³ Vgl. SMF GmbH & Co. KG.

⁴⁴ Vgl. PayPal: Tschüss Portemonnaie.

⁴⁵ Vgl. Hüfner, Daniel (2016).

⁴⁶ Seibel, Karsten (2015): paydirekt

⁴⁷ Vgl. Seibel, Karsten (2015): Online-Barzahlung

⁴⁸ Vgl. Sparkassen-Finanzportal GmbH: Was ist Phishing

<p><u>Strengths</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Hohe Nutzerquote • Große Zufriedenheit der Kunden • Globalität 	<p><u>Weaknesses</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit • Händlerkosten
<p><u>Opportunities</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • stetiges Marktwachstum • aktuelle Marktmacht • Neuentwicklungen 	<p><u>Threads</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • wachsende Wettbewerberzahl • Sicherheit

Abbildung 6 SWOT-Analyse PayPal

Quelle: Eigene Darstellung

3.4.2. *paydirekt* – SWOT-Analyse

Eine besondere Stärke von *paydirekt* liegt in der Sicherheit für Händler und Käufer. Neben der bereits erwähnten vollen Datensicherheit (siehe Punkt 3.2), ist ein weiteres Alleinstellungsmerkmal die sofortige Belastung des Käuferkontos bzw. die sofortige Verfügbarkeit des Geldes auf dem Händlerkonto. Jede Buchung ist unmittelbar im Online-Banking einsehbar. Die Käufer können optimal planen, da das Geld direkt abgebucht wird. Die unmittelbare Verbuchung der Zahlung auf dem Händlerkonto gewährt diesem einen Liquiditätsvorteil. Er kann zeitnah mit dem Geld arbeiten und beispielsweise neue Ware einkaufen.⁴⁹

Ein zusätzlicher positiver Sicherheitsaspekt ist das einfache Design des Käufer- und Händlerschutzes bei *paydirekt*. Hat der Käufer keine Ware erhalten, muss er sich nicht unbedingt selbst mit dem Verkäufer in Verbindung setzen, sondern kann sich direkt an *paydirekt* wenden.⁵⁰ Für den *paydirekt* Kunden ist dies ein Vorteil, da er somit einen festen Ansprechpartner für seine Reklamationen hat und sich bei Problemen nicht an die einzelnen Händler wenden muss.

Deutlich von Vorteil für Händler und Käufer ist die Tatsache, dass Kunden bei *paydirekt* keinen zusätzlichen neuen Account bei einem Online-Bezahlsystem anlegen müssen, um teilzunehmen. Der Online-Bezahldienst ist in das Onlinebanking des Kunden integriert. Dies ist neben der Aufwandsersparnis auch ein Sicherheitsaspekt, da die Onlinebanking-Systeme relativ sicher sind, außer der Kunde selbst wird zum Sicherheitsrisiko, wenn er z.B. auf nicht geschützten Banking-Webseiten surft.⁵¹

„Dass die Banken den Handel vor allem über deutlich niedrigere Gebühren als bei PayPal für sich gewinnen wollen, versteht sich von selbst.“⁵² Bewegen sich die Gebühren auch bei den anderen teilnehmenden Banken in der Bandbreite der Frankfurter Sparkasse, wäre dies ein deutlicher Pluspunkt für *paydirekt*. Händler, die sich *paydirekt* anstatt PayPal

⁴⁹ Vgl. Roth, Gregor und Sandkaufen, Helmut (2015), S. 31.

⁵⁰ Vgl. *paydirekt*: Käufer- Hilfe.

⁵¹ Vgl. Sparkassen-Finanzportal GmbH: Sicheres Online-Banking.

⁵² Seibel, Karsten (2015): *paydirekt*.

anschließen, könnten deutlich sparen und durch geringere Kosten im Gebührenbereich einen höheren Ertrag, bei gleichbleibenden Handelspreisen, erzielen.

Als Schwachstelle könnten Händler mitunter langwierige Gespräche zu Händlerkonditionen einstufen. Da die Entgeltsystematik von paydirekt auf einem Verhandlungsmodell basiert,⁵³ sind die Gebühren i.d.R. nicht öffentlich einsehbar, wie beim Gegenspieler PayPal. Um bei paydirekt angebunden zu werden, muss der Händler mit seiner Hausbank in Verbindung treten, aber auch mit den Zahlerbanken.⁵⁴ Die Zahlerbanken sind über verschiedene Bankenkonzentratoren zusammengeschlossen, mit diesen werden die Gebühren für die Transaktionen einzeln verhandelt (siehe Anhang I), da alle Institute unterschiedliche Konditionen haben. Es besteht die Möglichkeit Händlerkonzentratoren einzuschalten, die die langwierigen Verhandlungen übernehmen können.⁵⁵ Allerdings ist hier zu beachten, dass das Gesamtpaket, welches durch den Händlerkonzentrator verhandelt wird, oft teurer ist, als selbst einzeln verhandelte Konditionen.⁵⁶ Händlerkonzentratoren sind zentrale Ansprechpartner für die Händler.⁵⁷ Der Händlerkonzentrator handelt mit jedem Bankkonzentrator individuelle Entgeltkonditionen aus und schließt dann wiederum bilateral einen Vertrag mit dem Händler über dessen individuelle Entgeltkondition und ggf. auch den technischen Anschluss.⁵⁸ So kann sich der Händler über einen einzigen Dienstleister technisch und kaufmännisch anbinden.⁵⁹

Nicht zu vernachlässigen sind außerdem die momentan noch geringen Händlerzahlen (siehe 3.1) und der geringe Bekanntheitsgrad von paydirekt in der deutschen Bevölkerung (siehe Anhang H).

Wie aus der Grafik in Anhang H erkennbar ist, müssen die Anbieter von paydirekt noch sehr viel Werbung betreiben, um den potentiellen Nutzer auf das Vorhandensein und die Vorteile des neuen Online-Bezahlverfahrens paydirekt hinzuweisen. Im Jahr 2017 sind umfangreiche Marketingmaßnahmen für paydirekt geplant.⁶⁰ Greifen diese Marketingmaßnahmen, kann mit einem Anstieg der Nutzungsquote gerechnet werden.

Die Chancen von paydirekt am wachsenden Markt des Online-Handels teilzuhaben sind theoretisch gut. Bei den deutschen Kreditinstituten, den Anbietern von paydirekt, wurden im Jahr 2015 ca. 78,8 Millionen Online-Konten geführt.⁶¹ Geht man davon aus, dass die meisten Kunden ca. zwei Bankverbindungen haben (siehe Anhang G) gibt es immer noch ca. 39,4 Millionen potentielle paydirekt Kunden. Da alle Onlinebanking-Nutzer sich einfach für paydirekt registrieren könnten, besteht ein riesiges, bislang ungenutztes Potential.

⁵³ Vgl. Schalk, Marion (2016).

⁵⁴ Vgl. Schalk, Marion (2016).

⁵⁵ Vgl. paydirekt (2015): paydirekt-Händlerbedingungen S.1.

⁵⁶ Vgl. Schalk, Marion (2016).

⁵⁷ Vgl. paydirekt (2015): paydirekt-Händlerbedingungen S.2.

⁵⁸ Vgl. Schwab, Frank (2016) und Anhang J.

⁵⁹ Vgl. paydirekt: Unkomplizierte Teilnahme.

⁶⁰ Vgl. Richter, Gabriele (2016), S. 15.

⁶¹ Vgl. Deutsche Bundesbank (2016): Zahlungsverkehrs- und Wertpapierabwicklungsstatistiken in Deutschland S.5.

Es bietet sich also die Möglichkeit, das Vertrauen, das die Bestandskunden der Kreditinstitute in ihr Onlinebanking-System haben,⁶² für das Online-Bezahlverfahren *paydirekt* zu nutzen. Der entsprechende Kundenstamm ist vorhanden, kann gezielt angesprochen und auf die Vorzüge des neuen Angebotes hingewiesen werden, zumal davon auszugehen ist, dass Menschen, die dem Onlinehandel kritisch gegenüberstehen, eher das Bezahlssystem der Hausbank nutzen, als andere Systeme.⁶³

Als Bedrohung für die Wachstumschancen und damit letztendlich dem Erfolg von *paydirekt* kann dessen später Markteintritt, die bestehende große Marktmacht von PayPal und der hohe Grad an Kundenzufriedenheit der Bestandskunden dieses Anbieters angenommen werden. „PayPal hat sich längst als Standard für die Online-Bezahlung etabliert.“⁶⁴ Es könnte daher für neue Anbieter schwer sein, am Markt Fuß zu fassen und signifikant am prognostizierten Marktwachstum zu partizipieren.⁶⁵ Die genannten Argumente werden dadurch verstärkt, dass *paydirekt* nur deutschlandweit arbeitet und nicht global. Dies schränkt insbesondere solche Nutzer deutlich ein, die nicht auf einen weltweiten Einkauf verzichten möchten. Für nicht bei *paydirekt* registrierte Händler müssten die Nutzer weiter auf andere zusätzliche Anbieter, wie PayPal, zurückgreifen. Für den Kunden bedeutet eine solche Zweigleisigkeit einen zusätzlichen Mehraufwand, der sich lohnen muss.

<p><u>Strengths</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit • Kein zusätzlicher Account nötig • Händlerkosten 	<p><u>Weaknesses</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Langwieriger Anschluss für Händler • Geringe Bekanntheit von <i>paydirekt</i>
<p><u>Opportunities</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Stetiges Marktwachstum • Großes Kundenpotential • Vertrauensvorschuss der Bestandskunden 	<p><u>Threads</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Große Marktmacht von PayPal • Spät in den Markt gestoßen • Nationale Verbreitung

Abbildung 7 SWOT-Analyse *paydirekt*

Quelle: Eigene Darstellung

3.5. Kritische Würdigung

Im Hinblick auf die zuvor vorgenommene SOWT Analyse ist sowohl für PayPal als auch für *paydirekt* kritisch festzustellen, dass einzelne Zuordnungen zu den Kriterien Strengths, Weaknesses, Opportunities und Threads je nach Betrachtungsperspektive durchaus anders ausgelegt werden können. So könnten die bei *paydirekt* als Schwäche eingestuften aufwendigen Konditionsverhandlungen durchaus auch positive Aspekte haben, da sie den Händlern die Möglichkeit geben, im Wettbewerb zwischen den Banken günstige Konditionen auszuhandeln. Dies sieht beispielsweise auch der Prokurist der Firma Trigema Hannes Bilz so: „Wir haben aber festgestellt: Es ist günstiger, wenn man

⁶² bank und markt (2015).

⁶³ Vgl. Hulboj, Urszula (2015).

⁶⁴ Johannsen, Otto (2016).

⁶⁵ Vgl. Theobald, Tim (2016).

einzelnen verhandelt.“⁶⁶ Im Umkehrschluss wäre es ggf. für kleine Händler einfacher, wenn, wie bei PayPal, von vornherein klare Preise feststehen würden und man nicht in aufwendige Verhandlungen einsteigen müsste. Dies würde allerdings im Widerspruch zum deutschen Kartellrecht stehen, das auf den Wettbewerb am Markt, also auch zwischen den Banken, achtet.⁶⁷ Durch die Schaffung des Händlerkonzentratorenmodells hat paydirekt eine Vereinfachung bei den Konditionsverhandlungen herbeigeführt. Dies kann im Einzelfall jedoch zu höheren Kosten führen, da die Konzentratoren die Verhandlungen nicht umsonst übernehmen.⁶⁸

Will paydirekt weitere Kunden im Händlersegment erreichen, ist der Kostenaspekt äußerst wichtig. Angesichtes der bekanntgewordenen Stimmen aus dem Banken- und Händlerumfeld ist davon auszugehen, dass paydirekt im Preissegment eine echte Alternative zu PayPal darstellt.⁶⁹ Es gibt jedoch auch Quellen die besagen, Händler würden sich über zu hohe Gebühren beklagen,⁷⁰ die denen von Paypal entsprechen und somit keinen Vorteil von paydirekt erkennen lassen.⁷¹ Dieser Widerspruch macht deutlich, welcher Stellenwert den Preisverhandlungen im Hinblick auf die Akzeptanz von paydirekt auf Händlerseite beigemessen werden kann. Es ist davon auszugehen, dass große Händler hier deutliche Wettbewerbsvorteile genießen.

Die Globalität und die hohe Zahl angeschlossener Händler stellt eine wesentliche Stärke von PayPal dar. Die geringe Händlerzahl und die Beschränkung auf den nationalen Handel von paydirekt wird häufig als Schwachstelle dieses Anbieters gewertet.⁷² Ausgehend von der Tatsache, dass die bei paydirekt angeschlossenen Händler oft langjährige Geschäftsbeziehungen mit den Händlerbanken unterhalten und man sich somit kennt, ist die Wahrscheinlichkeit für Kunden an Betrüger oder unseriöse Händler zu geraten etwas geringer. Bei paydirekt werden nur geprüfte Händler angeschlossen.⁷³ Auf Grund der Größe des Online-Bezahldienstes ist davon auszugehen, dass PayPal die teilnehmenden Verkäufer weniger gut kennt und überprüfen kann.

Der bislang überschaubare Händlerstamm und die lediglich nationale Verbreitung von paydirekt weist neben den oben aufgeführten positiven Effekten auch kritische Aspekte auf. Durch die nur nationale Verbreitung des Online-Bezahlverfahrens sind Nutzer darauf angewiesen noch ein zweites System für ausländische oder noch nicht angeschlossene Händler zu verwenden. Dies macht die Nutzung für potentielle Kunden, die global einkaufen wollen und Händlervielfalt wünschen, unpraktisch. Der PayPal Kunde hat hier deutliche Vorteile.

⁶⁶ Schalk, Marion (2016).

⁶⁷ Vgl. Zimmer, Daniela.

⁶⁸ Vgl. Schalk, Marion (2016).

⁶⁹ Vgl. Schalk, Marion (2016).

⁷⁰ Vgl. Obertreis, Rolf (2016).

⁷¹ Vgl. Schalk, Marion (2016).

⁷² Vgl. Deutsche Presse-Agentur GmbH (2016) und Watermann, Brigitte (2016).

⁷³ Vgl. Watermann, Brigitte (2016).

Die Beschränkung der Geschäftstätigkeit auf den deutschen Markt und das Vertrauen, dass den Banken in punkto sicherem Zahlungsverkehr entgegengebracht wird,⁷⁴ könnte dazu beitragen, dass paydirekt Kunden für sich gewinnen kann, die bislang aus Sicherheitsgründen von der Nutzung von Online-Bezahlsystemen Abstand genommen haben. Da paydirekt in dem mit hohen Sicherheitsstandards ausgestatteten Onlinebanking integriert ist, hoffen die deutschen Kreditinstitute ihre sehr sicherheitsorientierten deutschen⁷⁵ Kunden zu erreichen. Besonders Datensicherheit spielt hier eine wichtige Rolle. Eine Datensicherheit nach deutschem Standard ist bei PayPal auf Grund der Datenspeicherung in den USA und der Möglichkeit der Datenweitergabe nicht garantiert. Anders ist dies bei paydirekt, wo die Regelungen des deutschen Datenschutzrechts gelten (siehe 3.2). Für Kunden, denen ihre Datensicherheit wichtig ist, ist dies ein Aspekt, der bei der Wahl des Anbieters stark ins Gewicht fallen könnte.

4. Fazit und Ausblick

Mit der Gründung von paydirekt wollten die deutschen Kreditinstitute ihren Kunden ermöglichen, sicher, einfach und direkt mit dem eigenen Bankkonto im Internet bezahlen zu können und damit eine ernstzunehmende Alternative zu PayPal zur Verfügung stellen. Die Arbeit hat gezeigt, dass dieses Teilziel erreicht wurde. Aber sie hat darüber hinaus verdeutlicht, dass paydirekt noch einen weiten Weg vor sich hat, um erfolgreich und eine wirkliche Konkurrenz für PayPal zu werden.

Besonders die hohen Sicherheitsstandards sprechen für eine Nutzung von paydirekt. Aber Nutzer, die mit PayPal diesbezüglich noch keine Probleme hatten, werden diesen Aspekt womöglich übersehen bzw. ihm keinen so hohen Stellenwert beimessen, als dass sie zum Wechsel des Anbieters bereit wären. Zumal ein Wechsel auf Kundenseite, wie bereits ausgeführt, mit erheblichen Einschränkungen bzgl. Händlerauswahl und globaler Nutzungsmöglichkeiten verbunden wäre. Um eine ernstzunehmende Alternative zu werden, muss es paydirekt schaffen möglichst viele Händler anzubinden, damit Kunden die Möglichkeit haben flächendeckend paydirekt nutzen zu können. Die von paydirekt Geschäftsführer Bartelt für die Zukunft angedachte Internationalisierung⁷⁶ wäre, unter Beibehaltung der bisherigen Sicherheitsstandards, ein Schritt in die richtige Richtung.

Paydirekt hat noch viel Marketingarbeit und Werbemaßnahmen vor sich, wenn es sich dauerhaft als Online-Bezahlsystem etablieren und am wachsenden Markt des Onlinehandels teilhaben will. Die Umsetzung der Ansprüche sicher, einfach und direkt zu sein reichen hier allein sicher nicht aus. Die Entwickler von paydirekt sollten daher für ihr System einen weiteren, deutlichen Mehrwert gegenüber PayPal und anderen Diensten generieren. Eine Möglichkeit wäre zum Beispiel der Eintritt auf den Mobile Payment Markt, der, laut dem Beratungsunternehmen Pricewaterhouse Coopers (PwC), in den kommenden Jahren deutlich anwachsen wird. Es wird prognostiziert, dass Mobile Payment in

⁷⁴ Vgl. bank und markt (2015).

⁷⁵ Vgl. Life (2013).

⁷⁶ Vgl. Watermann, Brigitte (2016).

Deutschland bis 2020 auf elf Millionen Nutzer ansteigt. Mit mobilen Transaktionen sollen dann mehr als eine Milliarde Euro erwirtschaftet werden. 2014 waren es nur 7,4 Millionen Euro.⁷⁷ Paydirekt könnte durch das Anbieten von Mobile Payment, ein Alleinstellungsmerkmal generieren. Besonders in den Fokus zu rücken ist hier eine Mobile Payment Lösung, mit der per mobilem Endgerät im stationären Handel gezahlt werden kann. Wie bereits erwähnt bietet PayPal zwar bereits eine Mobile Payment Lösung an, allerdings geht es hier nur darum Geld zwischen Privatpersonen möglichst einfach und schnell zu transferieren.

Aktuell ist Mobile Payment in Deutschland nicht weit verbreitet, da die Deutschen sehr bargeldbehaftet sind.⁷⁸ Dennoch sind sich Branchenexperten einig, dass auch in Deutschland das kontaktlose Bezahlen in den nächsten Jahren einen immer größeren Stellenwert bekommt.⁷⁹ Steigt paydirekt jetzt in den Markt ein, hat man hier die Chance einer der Ersten zu sein. Laut Oliver Bartelt, dem Geschäftsführer von paydirekt, arbeitet das Unternehmen bereits an mobilen Zahlungslösungen. Aber auch andere Anbieter, wie Apple und Google, warten schon auf den richtigen Moment der Etablierung von Mobile Payment in Deutschland.⁸⁰ Der paydirekt-Start sollte hier also nicht wieder Jahre später kommen, sondern zeitnah, um sich direkt zu etablieren und ggf. einen zeitlichen Vorsprung zu generieren.

Gelingt es paydirekt und den deutschen Banken und Sparkassen nunmehr über gezielte Werbemaßnahmen, eine internationale Öffnung des Systems und weitere innovative Maßnahmen, wie beispielsweise die Konzipierung eines Mobile Payment Systems, neue Käufer- und Händlerkunden zu gewinnen, könnte paydirekt durchaus zum Erfolgsmodell werden.

⁷⁷ Vgl. Theobald, Tim (2016).

⁷⁸ Vgl. Deutsche Bundesbank (2016): 3. Bargeldsymposium der Deutschen Bundesbank S. 24.

⁷⁹ Vgl. Theobald, Tim (2016).

⁸⁰ Vgl. Theobald, Tim (2016).

Literaturverzeichnis

Agence France-Presse (2015): Paydirekt ist jetzt gestartet, 3.11.2015, online im Internet, <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/banken-versicherungen/paypal-konkurrenz-paydirekt-ist-jetzt-gestartet/12537268.html> (Abfrage vom 24.03.2017)

bank und markt (2015): Zahlungsverkehr, Masterpass für alle, in bank und markt, Heft 12/2015, S. 6, dauerhaft Abrufbar unter: https://www.wiso-net.de/document/BUMT__121501005 (Abfrage vom 24.03.2017)

Bender, Hanno (2016): „Ein Zahlverfahren zu etablieren, ist ein Marathon“, in Lebensmittel Zeitung, 45, 11.11.2016, S. 3, dauerhaft abrufbar unter: https://www.wiso-net.de/document/LMZ__20161111383266%7CLMZA__20161111383266 (Abfrage vom 24.03.2017)

Bundesdatenschutzgesetz: online im Internet, https://www.gesetze-im-internet.de/bdsg_1990/BJNR029550990.html#BJNR029550990BJNG000102301 (Abfrage vom 24.03.2017)

Deutsche Bank (2015): Bedingungen für Zahlungen mittels paydirekt, 17.08.2015, online im Internet, https://www.deutsche-bank.de/pfb/data/docs/ser-DB-Bedingungen-Zahlungen-paydirekt_AG.pdf (Abfrage vom 24.03.2017)

Deutsche Bundesbank (2016): 3. Bargeldsymposium der Deutschen Bundesbank 2016, online im Internet, https://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Studien/bargeldsymposium_2016.pdf?__blob=publicationFile (Abfrage vom 24.03.2017)

Deutsche Bundesbank (2016): Zahlungsverkehrs- und Wertpapierabwicklungsstatistiken in Deutschland, 2011 – 2015, online im Internet, https://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Statistiken/Geld_Und_Kapitalmaerkte/Zahlungsverkehr/zvs_daten.pdf?__blob=publicationFile (Abfrage vom 24.03.2017)

Deutsche Presse-Agentur GmbH (2016): Paydirekt: Media-Saturn schaltet Online-Zahldienst frei, 11.11.2016, online im Internet, <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/banken-versicherungen/paydirekt-media-saturn-schaltet-online-zahldienst-frei/14832790.html> (Abfrage vom 24.03.2017)

FinanceScout24 (2017): Paydirekt: Wachsende Alternative zu PayPal, online im Internet, 31.01.2017, <https://www.financescout24.de/wissen/news/paydirekt-wachsende-alternative-zu-paypal> (Abfrage vom 24.03.2017)

Frühauf, Markus (2015): Bezahldienst Paydirekt, Konkurrenz für PayPal, online im Internet, 19.08.2015, <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/digital-bezahlen/online-bezahldienst-paydirekt-will-konkurrent-zu-paypal-werden-13756867.html> (Abfrage vom 24.03.2017)

Handelsregister: Handelsregisterauszug 99538

- Hulboj, Urszula (2015): Welcher Online-Bezahldienst ist besser? PayPal und Paydirekt im Vergleich, 12.11.2015, online im Internet, <https://www.cardscout.de/kreditkarten-ratgeber/paypal-und-paydirekt-im-vergleich.html> (Abfrage vom 24.03.2017)
- Hüfner, Daniel (2016): 8 PayPal-Alternativen, die du kennen solltest, 09.05.2016, online im Internet, <http://t3n.de/news/paypal-alternativen-2-499338/> (Abfrage vom 24.03.2017)
- Johannsen, Otto (2016): Was deutsche Banken von Fintechs lernen müssen, in: Finanzierung Leasing Factoring, Heft 6/2016, S. 262, dauerhaft abrufbar unter: https://www.wisonet.de/document/FLF__111602017 (Abfrage vom 24.03.2017)
- Kerkmann, Christof (2015): Daten für Alle, 08.05.2015, online im Internet, <http://www.handelsblatt.com/finanzen/steuern/recht/papal-aendert-seine-agb-daten-fuer-alle/11727840.html> S. 2 (Abfrage vom 24.03.2017)
- Life (2013): Deutsche wollen lieber Sicherheit als Freiheit, online im Internet, <http://www.studie-life.de/life-reports/deutsche-wollen-lieber-sicherheit-als-freiheit/> (Abfrage vom 24.03.2017)
- Meier, Andreas und Stormer, Henrik (2012): eBusiness and eCommerce, 3. Auflage, Springer Verlag, Heidelberg, 2012 S. 185
- Motte, Laura de la (2015): Skepsis bei Paydirekt, in: Handelsblatt Nr. 242, 15.12.2015 S. 29, dauerhaft abrufbar unter: https://www.wiso-net.de/document/HB__99894043-EC82-4E56-B812-2B4E89DCEEE3%7CHBPM__99894043-EC82-4E56-B812-2B4E89DCEEE3 (Abfrage vom 24.03.2017)
- Obertreis, Rolf (2016): Warum sich Paydirekt kaum gegen Paypal und Co durchsetzt, 24.08.2016, online im Internet, <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/online-banking-warum-sich-paydirekt-kaum-gegen-paypal-und-co-durchsetzt/14446356.html> (Abfrage vom 24.03.2017)
- PayPal: Anhang 1: Gebührenaufstellung, online im Internet, <https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/useragreement-full#r16> (Abfrage vom 24.03.2017)
- PayPal: Gebühren, online im Internet, <https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/paypal-fees> (Abfrage vom 24.03.2017)
- PayPal (2017): Käuferschutzrichtlinie, online im Internet, 27.01.2017, <https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/buyerprotection-full> (Abfrage vom 24.03.2017)
- PayPal (2017): Liste der Dritten (außer PayPal-Kunden), für die personenbezogene Daten freigegeben werden können, online im Internet, 01.02.2017, <https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/third-parties-list> (Abfrage vom 24.03.2017)

PayPal (2017): PayPal Nutzungsbedingungen, online im Internet, 27.01.2017,
https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/useragreement-full?country.x=de&locale.x=de_DE#r2 (Abfrage vom 24.03.2017)

PayPal: Tschüss Portemonnaie, online im Internet,
<https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/mobile-apps> (Abfrage vom 24.03.2017)

PayPal: Über PayPal, online im Internet,
<https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/about> (Abfrage vom 24.03.2017)

PayPal (2017): Verkäuferschutzrichtlinie, online im Internet, 27.01.2017,
<https://www.paypal.com/de/webapps/mpp/ua/sellerprotection-full> (Abfrage vom 24.03.2017)

paydirekt: Käufer- Hilfe, online im Internet, <https://www.paydirekt.de/kae-ufer/hilfe.html> (Stand 24.03.2017)

paydirekt: Käufer Startseite, online im Internet, <https://www.paydirekt.de/> (Abfrage vom 24.03.2017)

paydirekt (2015): paydirekt-Händlerbedingungen, online im Internet, 04.12.2015,
https://www.paydirekt.de/haendler/paydirekt_Haendlerbedingungen.pdf (Abfrage vom 24.03.2017)

paydirekt: Presse, Medien, Pressebilder, online im Internet, <https://www.paydirekt.de/presse/medien/pressebilder/pressematerial/Sichere%20Zahlungsabwicklung.jpg> (Abfrage vom 24.03.2017)

paydirekt: Unkomplizierte Teilnahme, online im Internet, <https://www.paydirekt.de/haendler/paydirekt-online-bezahlen-haendler-kunden.html> (Abfrage vom 24.03.2017)

paydirekt: Über paydirekt, online im Internet, <https://www.paydirekt.de/ueberuns/index.html> (Abfrage vom 24.03.2017)

Richter, Gabriele (2016): paydirekt Jahresbilanz, in Gruppe und Branche, 6/2016, S. 14-15, BankInformation, Heft 12/2016, S. 14 - 15, dauerhaft abrufbar unter:
https://www.wiso-net.de/document/BI__201612011415747012 (Abfrage vom 24.03.2017)

Roth, Gregor und Sandkaufen, Helmut (2015): paydirekt, Die neue Marke im E-Commerce, BankInformation, Heft 06/2015, S. 28 - 33, dauerhaft abrufbar unter:
https://www.wiso-net.de/document/BI__2015060128331413828 (Abfrage vom 24.03.2017)

Schalk, Marion (2016): „Es war kompliziert“, in Der Handel, 10, 10.10.2016 S. 46 bis 50, dauerhaft abrufbar unter: https://www.wiso-net.de/document/HAND__20161010378141%7CHANA_20161010378141 (Abfrage vom 24.03.2017)

-
- Schulz, Sven (2013): Wie funktioniert PayPal, online im Internet, 17.06.2013, http://praxistipps.chip.de/wie-funktioniert-paypal_3388 (Abfrage vom 24.03.2017)
- Schwab, Frank (2016): paydirekt-das neue Online-Bezahlverfahren deutscher Sparkassen & Banken, Die Sparkassen-Finanzgruppe als Partner im E-Commerce, online im Internet, 22.09.2016, https://www.iwelt.de/fileadmin/FILES/Bilder/mainIT2016/Vortr%C3%A4ge_mainIT2016/paydirekt-main.IT-Frank-Schwab.pdf (Stand 24.03.2017)
- Schwab, Frank: Basis-Info für Journalisten, Hrsg. Verlag Johann Oberauer GmbH, online im Internet, https://www.dsv-gruppe.de/_ablage/dokumente/basis-info-paydirekt.pdf (Stand 24.03.2017)
- Seibel, Karsten (2015): Online-Barzahlung, Sofortüberweisung – Wie geht das?, online im Internet, 18.09.2015, <https://www.welt.de/finanzen/article146549166/Online-Barzahlung-Sofortueberweisung-Wie-geht-das.html> (Stand 24.03.2017)
- Seibel, Karsten (2015): paydirekt, Der verzweifelte Kampf ums digitale Geld, online im Internet, 31.05.2015, <https://www.welt.de/finanzen/article141692291/Der-verzweifelte-Kampf-ums-digitale-Geld.html> (Stand 24.03.2017)
- SMF GmbH & Co. KG: Was ist Mobile Payment?, online im Internet, <http://www.enjoyqr.de/lexikon-mobile-solutions/was-ist-mobile-payment.html> (Stand 24.03.2017)
- Sparkassen-Händlerservice (2016): paydirekt - Sicher online verkaufen ist einfach, Flyer, 09.2016
- Statista (2016a): Marktanteile von ausgewählten Zahlungsverfahren beim Online-Handel in Deutschland im Jahr 2015, online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/224827/umfrage/marktanteile-von-zahlungsverfahren-beim-online-handel/> (Stand 24.03.2017)
- Statista (2016b): Anzahl der Kunden von Paydirekt und PayPal in Deutschland im Jahr 2016 (in 1.000), online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/630894/umfrage/kunden-von-paydirekt-und-paypal-in-deutschland/> (Stand 24.03.2017)
- Statista (2016c): Können Sie sich vorstellen, das neue Bezahlssystem paydirekt zu nutzen?, online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/545359/umfrage/interesse-an-der-nutzung-von-paydirekt-in-deutschland/> (Stand 24.03.2017)
- Statista (2016d): Welche Anbieter von mobilen Bezahlssystemen kennen Sie zumindest dem Namen nach?, online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/568963/umfrage/umfrage-zur-bekanntheit-und-nutzung-von-mobile-payment-anbietern/> (Stand 24.03.2017)

Statista (2016e): Umsatz im Online-Handel in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2015 sowie eine Prognose bis 2017 (in Milliarden Euro), online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/29201/umfrage/umsatz-im-online-handel-in-deutschland-seit-2008/> (Stand 24.03.2017)

Statista: (2016f): Anzahl der angeschlossenen Händler von Paydirekt und PayPal in Deutschland im Jahr 2016, online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/630934/umfrage/angeschlossene-haendler-von-paydirekt-und-paypal-in-deutschland/> (Stand 24.03.2017)

Statista (2016g): Bewerten Sie PayPal als Anbieter von Finanzdienstleistungen gut, neutral oder schlecht?, online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/434408/umfrage/umfrage-in-deutschland-zur-bewertung-von-paypal-als-finanzdienstleister/> (Stand 24.03.2017)

Statista (2016h): Bei wie vielen Banken sind Sie insgesamt Kunde?, online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/189358/umfrage/anzahl-der-banken-beidenen-deutsche-kunde-sind/> (Stand 24.03.2017)

Statista (2016i): Anzahl der Kunden von Paydirekt und PayPal in Deutschland im Jahr 2016 (in 1.000), online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/630894/umfrage/kunden-von-paydirekt-und-paypal-in-deutschland/> (Stand 24.03.2017)

Statista (2016j): Können Sie sich vorstellen, das neue Bezahlssystem paydirekt zu nutzen?, online im Internet, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/545359/umfrage/interesse-an-der-nutzung-von-paydirekt-in-deutschland/> (Stand 24.03.2017)

Stiftung Warentest (2016): Online-Bezahlssystem Paydirekt: PayPal auf deutsch, online im Internet, Sparkassen-Finanzportal GmbH: Sicheres Online-Banking, online im Internet, <https://www.sparkasse.de/service/sicherheit-im-internet/sicheres-online-banking.html> (Stand 24.03.2017)

Sparkassen-Finanzportal GmbH: Was ist Phishing, online im Internet, <https://www.sparkasse.de/service/sicherheit-im-internet/was-ist-phishing.html> (Stand 24.03.2017)

Theobald, Tim (2016): Das Henne-Ei-Problem, in: Horizont, 45, 10.11.2016, S. 33, dauerhaft abrufbar unter: https://www.wiso-net.de/document/HOR__20161110383062%7CAHOR__20161110383062 (Stand 24.03.2017)

o.V.: PayPal, online im Internet, <http://www.gruender-welt.com/paypal/> (Stand 24.03.2017)

Watermann, Brigitte (2016): Auf Nummer sicher, in Börse Online Nr. 47, 24.11.2016 S. 76-77, dauerhaft abrufbar unter: https://www.wiso-net.de/document/BONL__148125209 (Stand 24.03.2017)

Zimmer, Daniela: Paydirekt: Jahre zu spät oder Chance für Händler?, online im Internet, <http://t3n.de/news/paydirekt-chancen-online-haendler-658682/2/> (Abfrage vom 24.03.2017)

Anhang

Anhangsverzeichnis

Anhang A	25
<i>Marktanteile von ausgewählten Zahlungsverfahren beim Online-Handel in Deutschland im Jahr 2015</i>	25
Anhang B	25
<i>Umsatz im Online-Handel in Deutschland in den Jahren 2015 bis 2015 sowie eine Prognose bis 2017 (in Milliarden Euro)</i>	25
Anhang C	26
<i>Anzahl der Kunden von Paydirekt und PayPal in Deutschland im Jahr 2015 (in 1.000)</i>	26
Anhang D	26
<i>Können Sie sich vorstellen, das neue Bezahlssystem paydirekt zu nutzen?</i> 26	
Anhang E	27
<i>Anzahl der angeschlossenen Händler von Paydirekt und PayPal in Deutschland im Jahr 2016</i>	27
Anhang F	27
<i>Bewerten Sie PayPal als Anbieter von Finanzdienstleistungen gut, neutral oder schlecht?</i>	27
Anhang G	28
<i>Bei wie vielen Banken sind Sie insgesamt Kunde?</i>	28
Anhang H	28
<i>Welche Anbieter von mobilen Bezahlssystemen kennen Sie zumindest dem Namen nach?</i>	28
Anhang I	29
<i>Händleranbindungsmodell 1</i>	29
Anhang J	29
<i>Händleranbindungsmodell 2</i>	29

Anhang A

Marktanteile von ausgewählten Zahlungsverfahren beim Online-Handel in Deutschland im Jahr 2015



Quelle: Statista (2016a)

Anhang B

Umsatz im Online-Handel in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2015 sowie eine Prognose bis 2017 (in Milliarden Euro)

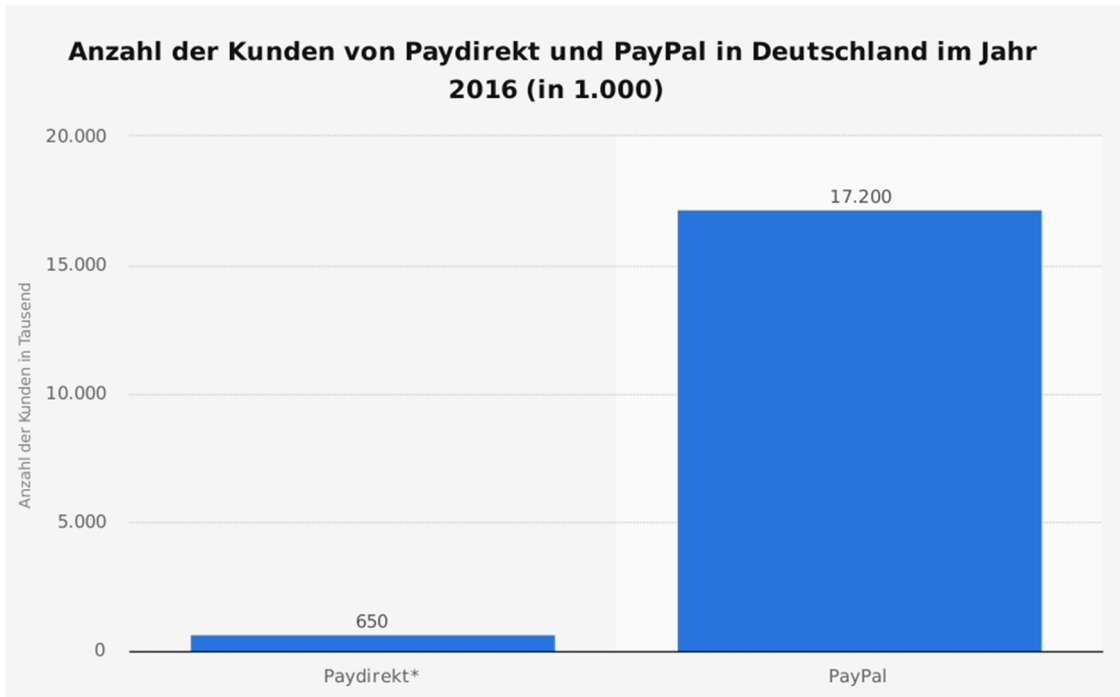


26 *paydirekt* – eine ernstzunehmende Alternative und Konkurrenz für PayPal?

Quelle: Statista (2016e)

Anhang C

Anzahl der Kunden von Paydirekt und PayPal in Deutschland im Jahr 2015 (in 1.000)



Quelle: Statista (2016i)

Anhang D

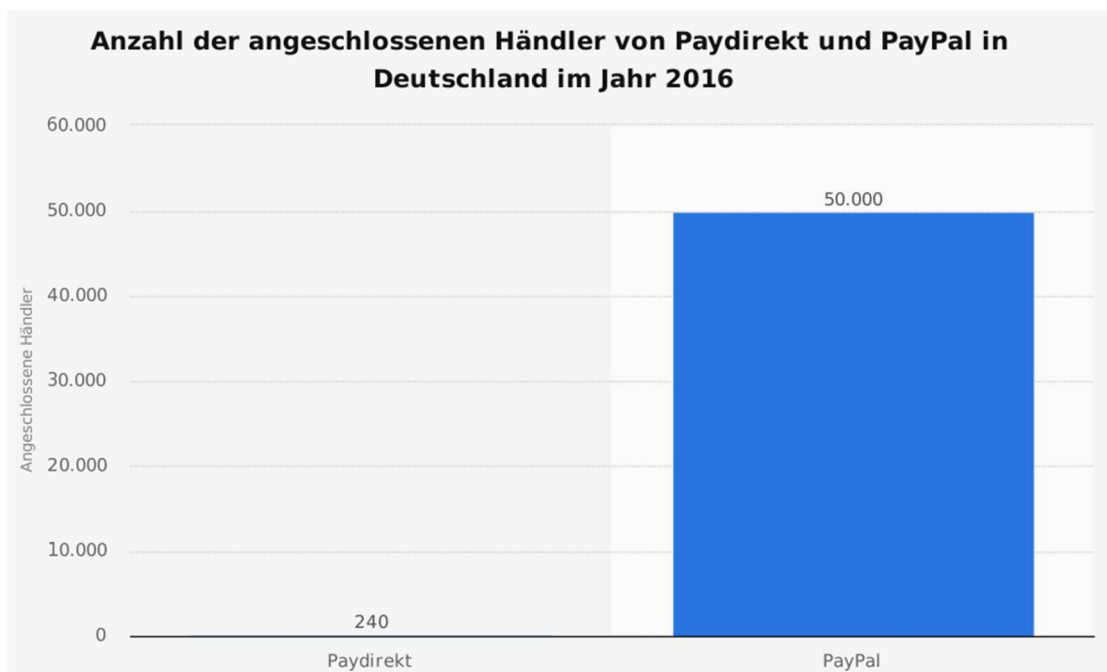
Können Sie sich vorstellen, das neue Bezahlssystem paydirekt zu nutzen?



Quelle: Statista (2016j)

Anhang E

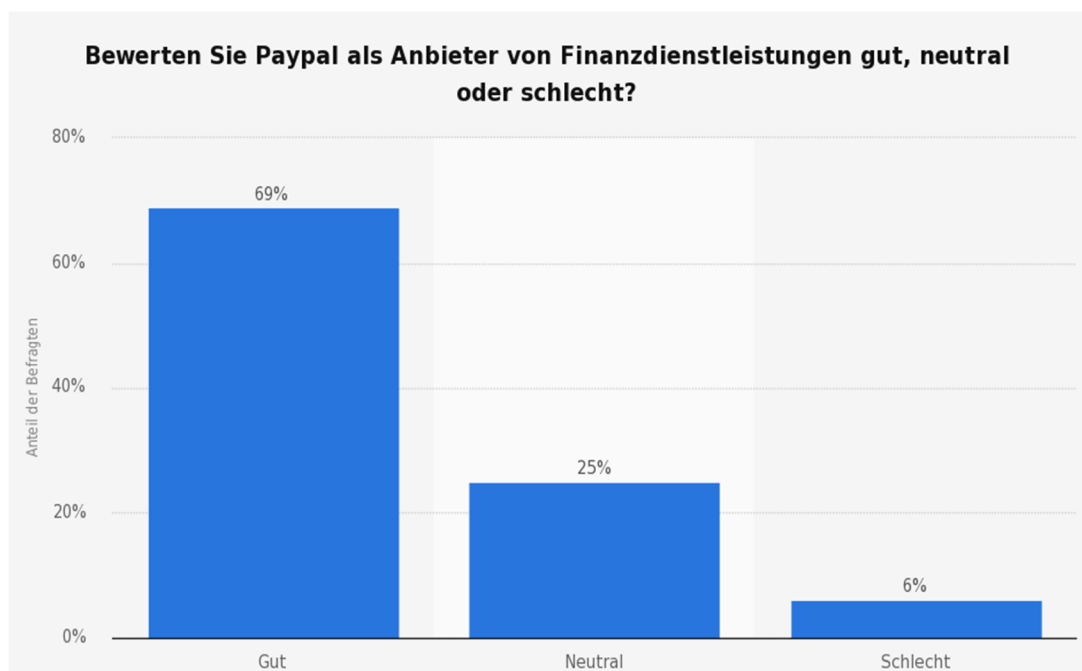
Anzahl der angeschlossenen Händler von Paydirekt und PayPal in Deutschland im Jahr 2016



Quelle: Statista (2016f)

Anhang F

Bewerten Sie PayPal als Anbieter von Finanzdienstleistungen gut, neutral oder schlecht?

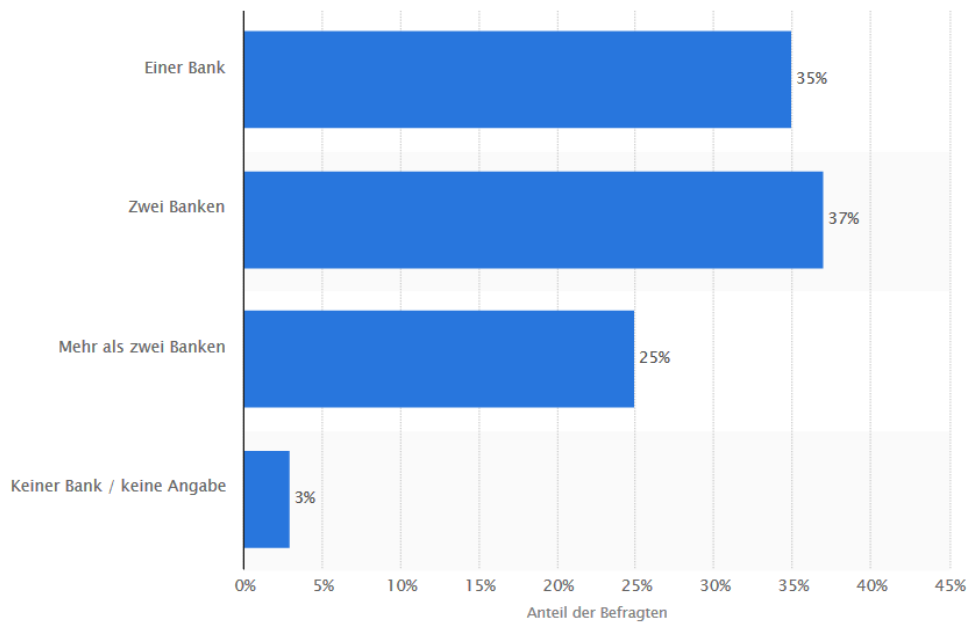


Quelle: Statista (2016g)

Anhang G

Bei wie vielen Banken sind Sie insgesamt Kunde?

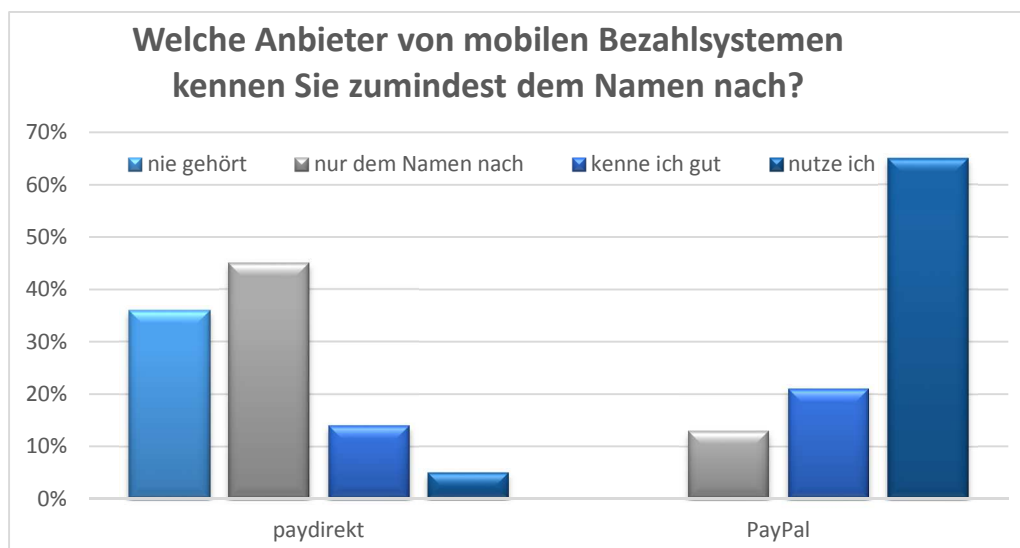
Bei wie vielen Banken sind Sie insgesamt Kunde?



Quelle: Statista (2016h)

Anhang H

Welche Anbieter von mobilen Bezahlssystemen kennen Sie zumindest dem Namen nach?

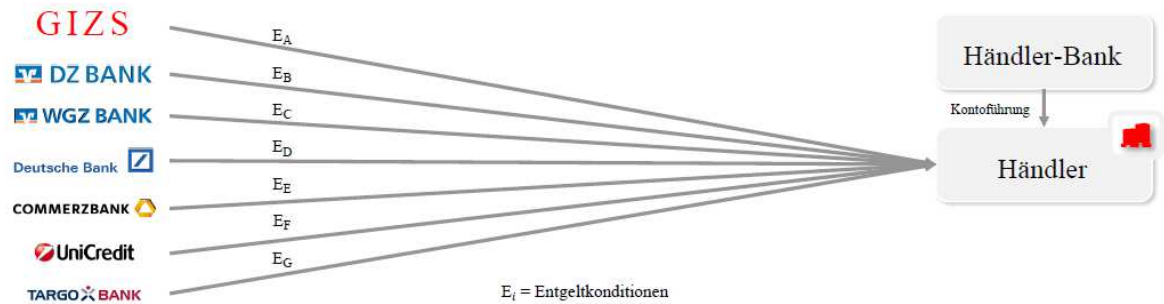


Quelle: Statista (2016d)

Anhang I

Händleranbindungsmodell 1

Händleranbindungsmodell 1: Direktmodell



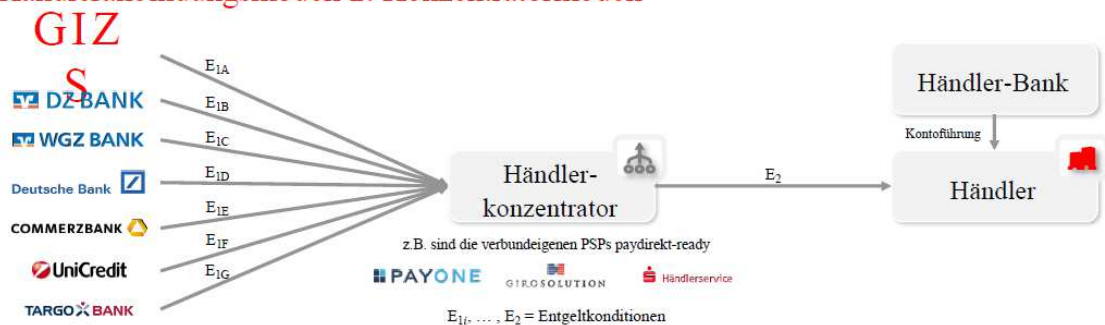
- Im Direktmodell verhandelt jeder Händler individuelle Entgeltkonditionen (E_i) mit jedem der sieben Bankenkonzentratoren.
- Das Direktmodell impliziert einen hohen prozessualen und koordinativen Aufwand für den Händler und ist daher eher zur Anbindung großer Händler (E-Commerce-Umsatz größer EUR 20 Mio.) geeignet.

Quelle: Schwab, Frank (2016)

Anhang J

Händleranbindungsmodell 2

Händleranbindungsmodell 2: Konzentratormodell



- Konzentratormodell: Händlerkonzentrator verhandelt einmalig individuelle Entgeltkonditionen (E_{1i}) mit jedem der Bankenkonzentratoren. Anschließend verhandelt er bilateral eine individuelle Entgeltkondition (E_2) mit den Händlern.
- Der Händler hat nur einen Verhandlungspartner → reduzierter prozessualer und koordinativer Aufwand. Das Konzentratormodell eignet sich daher insbesondere für große Händler, die nicht selbstständig verhandeln wollen und auch für kleine und mittelständische Händler gleichermaßen.

Quelle: Schwab, Frank (2016)

30 *paydirekt – eine ernstzunehmende Alternative und Konkurrenz für PayPal?*

ISBN: 978-3-943656-11-4