

2

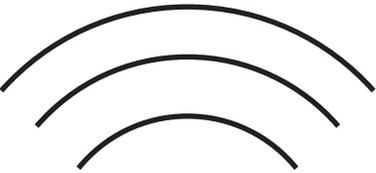
15. Mai 2025

Fritz Knapp Verlag

36. Jahrgang

ISSN 0937-597 X

D 25079



KARTEN

cards | cartes

ZEITSCHRIFT FÜR ZAHLUNGSVERKEHR UND PAYMENTS

Digitaler
Sonderdruck

PAYMENTMARKT IM UMBRUCH

Request to Pay – zwei Ökosysteme
wachsen zusammen

Von Bettina Rose

Request to Pay – zwei Ökosysteme wachsen zusammen

Von Bettina Rose



Foto: AdobeStock/LOVEis

Request to Pay ist für Banken eine Chance, die Bedürfnisse ihrer Firmenkunden nach digitalen Innovationen besser zu erfüllen, sagt Bettina Rose. In einem Umfeld von Echtzeitzahlungen und E-Rechnungen bietet sich hier eine Chance, Medienbrüche zu vermeiden. Gleichzeitig bringen sich Banken stärker in die Wertschöpfungskette ihrer Kunden ein und erhalten die Chance, durch Mehrwertservices neue Erlösquellen zu erschließen. Bei Privatkunden ist das schwieriger. Deshalb liegt der Fokus primär auf dem Firmenkundenbereich. Red.

Immer mehr Banken adaptieren Request to Pay, zuletzt die Bayern LB. Mit dem Format lassen sich zwei bislang voneinander getrennte Ökosysteme miteinander verbinden: Banking und Billing. Spielen die Institute ihre Karten richtig aus, werden sie zusammen mit dem Bankkonto zum entscheidenden Bindeglied. Vor allem für Firmenkunden wäre das eine große Hilfe.

Weltweit werden etwa 400 Milliarden Rechnungen jährlich erstellt, ausgedruckt, frankiert und per Post zugestellt. Deutschland kommt dabei auf einen Anteil von 7,2 Prozent. Das entspricht 28,8 Milliarden einzelner Rechnungen oder 48 Güterzügen. Auch deshalb hat die Bundesregierung beschlossen, ab 1. Januar 2025 zumindest im B2B-Bereich elektronische Rechnungen für alle Unternehmen verpflichtend einzuführen. Das spart neben Papier und Porto auch fast 6 000 Tonnen CO₂ pro Jahr

ein. Darüber hinaus lassen sich elektronische Rechnungen automatisch weiterverarbeiten – und eventuell mit den damit jeweils verbundenen Zahlungen verknüpfen. Bislang laufen Billing und Banking weitgehend parallel zueinander ab (siehe Abbildung 1).

Dieser Medienbruch führt schließlich dazu, dass die Unternehmen erhaltene und gesendete Rechnungen abgleichen müssen mit eingehenden und ausgehenden Beträgen. Weil es viele verschiedene Kanäle gibt, von Überweisungen über Kreditkarten bis hin zu Apps, ist das ein aufwendiger und in den meisten Fällen auch manuell vorgenommener Vorgang. PwC schätzt, dass die Unternehmen bis zu 25 Prozent ihrer Arbeitszeit im Controlling dafür einsetzen. Die sogenannte Reconciliation gehört damit zu den Tätigkeiten, die für besonders viel Stress und Frust in den Unternehmen sorgen. Sie wün-

schen sich deshalb nicht zuletzt auch von ihrer Bank, dass sie sich noch mehr um ihre Firmenkunden kümmert.

Firmenkunden wünschen sich mehr Gehör

Die Unternehmen sind vor allem deshalb enttäuscht, weil sich die großen Innovationen der vergangenen Jahre meist um die Verbraucher drehen, so zumindest der Eindruck. Neun von zehn Betrieben haben deshalb sogar schon überlegt, ob sie ihre Bank wechseln, wie sich aus dem World Payments Report von Capgemini ergibt. Gerade erst hat die Commerzbank angekündigt, Firmenkunden stärker unterstützen zu wollen, vor allem – was zur eigenen Positionierung der Bank passt – im Auslandsgeschäft. Auch ING und JP Morgan wollen ihr Geschäft mit Firmenkunden in Europa und insbesondere auch in Deutschland ausbauen. Das ist kein Wunder: Denn das Geschäft gilt einerseits als anspruchsvoll, andererseits aber auch als sehr margenstark.

Erst vor kurzem hat die Sparkasse Bremen erklärt, worauf es künftig ankommen wird, um im Firmkundengeschäft wahrgenommen zu werden. Auf Platz eins stehen digitale Vorgänge mit einem hohen Automatisierungsgrad. Eine maßgebliche Kennzahl, die angibt,



Foto: PPI



Bettina Rose, CEO, Paycy-one-GmbH, Hamburg, und Head of Market Strategy, PPI AG, Hamburg

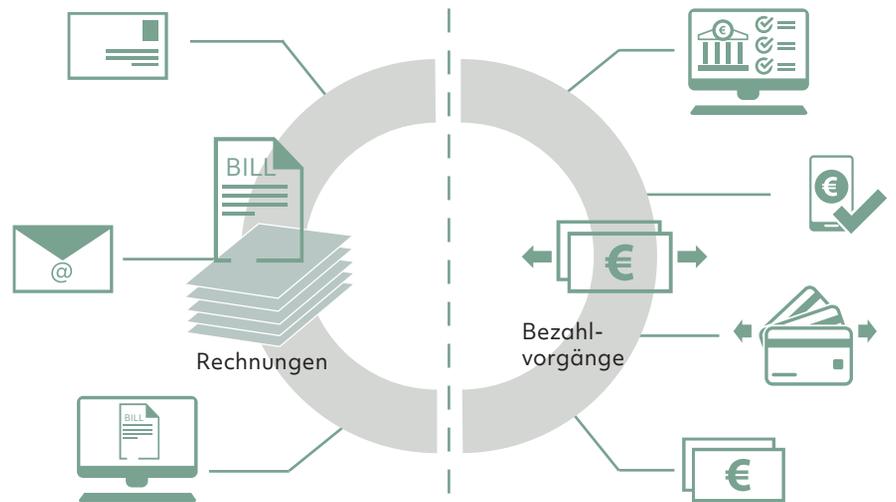
wie gut eine Bank in diesem Bereich aufgestellt ist, lautet Straight-Through-Processing oder kurz STP. Die STP-Rate gibt an, wie schnell die Daten von A nach B gelangen. Dies hängt unter anderem von den IT-Systemen der Firmenkunden ab, aber auch davon, wie gut sich die von der Bank bereitgestellten Dienste direkt in die ERP-Systeme ihrer Firmenkunden einbauen lassen. Je eher und je besser dies gelingt, desto einfacher lassen sich etwa Dokumente austauschen, Zahlungen nachverfolgen und so auch die Reconciliation unterstützen.

Wie dringend das ist, zeigt eine Rechnung von Billentis. Das Unternehmen hat untersucht, wie viel es kostet, Rechnungen und die damit verbundenen Transaktionen zuzuordnen. Zwar stammen die Zahlen noch aus dem Jahr 2019, doch angesichts von Inflation und steigenden Personalkosten darf angenommen werden, dass es auch sechs Jahre später zumindest nicht günstiger geworden ist. Jede Rechnung kostete demnach damals schon zwischen elf und 18 Euro, je nachdem, ob sie ein- oder ausgeht. Wer bereits auf elektronische Rechnungen umgestiegen ist, kann die Kosten zumindest um gut die Hälfte reduzieren. Das entlastet aber noch nicht davon, zu kontrollieren, ob gezahlt wurde, ob die Beträge stimmen und gegebenenfalls zu mahnen (siehe Abbildung 2).

Laut World Payments Report wissen die Banken um diese Nöte. 79 Prozent der Entscheider geben an, dass ihre Firmenkunden darunter leiden, dass die Reconciliation so viel Zeit und Energie frisst. Damit liegt Ärger dieser Art noch vor den inzwischen immer zahlreicheren Compliance-Anforderungen, die Firmenkunden zu erfüllen haben. Ein Sprichwort sagt: Wo Licht ist, ist auch Schatten. Das gilt aber auch umgekehrt. Gleich vier Trends sorgen dafür, dass Banken diesen Schmerz künftig viel leichter werden adressieren können als bisher.

Europa wird echtzeitfähig: Mit der Instant Payment Regulation (IPR) hat die EU eine der wichtigsten Infrastruktur-entscheidungen für den Zahlungsverkehr seit langem getroffen. Ab dem 9. Oktober spätestens gilt: Jede Zahlung kann als Instant Payment eingereicht werden und erreicht den Empfänger innerhalb von zehn Sekunden.

Abbildung 1: Zwischen Rechnungen und Zahlungen besteht ein Medienbruch



Quelle: Paycy

Elektronische Zahlungen nehmen zu: Weltweit wächst das Volumen, das Kunden über elektronische Bezahlverfahren abwickeln, beträchtlich. Bis 2028 werden bis zu 1,5 Trillionen (1 500 Billionen) Euro allein in Europa elektronisch bewegt. Das gleicht einem jährlichen Wachstum von zwölf Prozent.

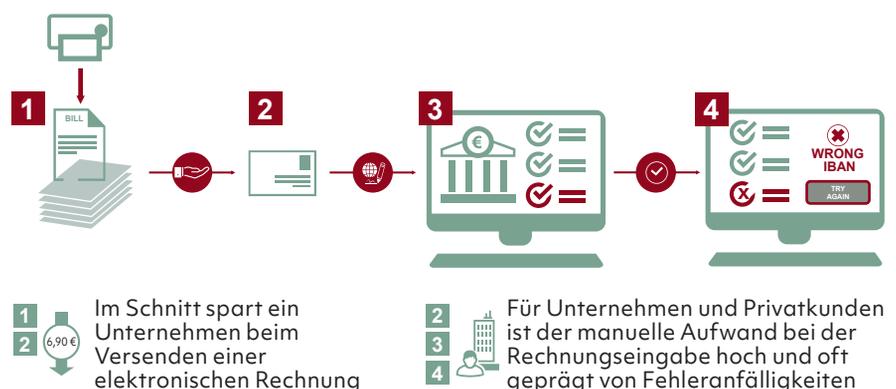
E-Rechnungen werden Pflicht: Immer mehr EU-Länder führen die elektronische Rechnung verbindlich ein, zuletzt Deutschland. Seit 1. Januar 2025 gilt für alle B2B-Geschäfte, dass die elektronischen Rechnungen zumindest schon empfangen werden können müssen. Sukzessive soll dies auch fürs Senden gelten.

Request to Pay wird eingeführt: Request to Pay (RtP) ist ein Payment Scheme,

das dem Empfänger einer Zahlung erlaubt, diese bei dem Zahlungspflichtigen anzufordern – und zwar direkt über die eigene Bank. Darüber hinaus lässt das Format zu, weitere Informationen mitzusenden, beispielsweise eine elektronische Rechnung.

Request to Pay eignet sich darüber hinaus für alle Verkaufsorte, vom E-Commerce (online) bis zum Point of Sale im Ladengeschäft. Überall dort, wo eine Rechnung erzeugt wird, kann sich RtP künftig auszahlen. Neben dem digitalen Komfort vereinfacht sich das Bezahlen auch insofern, als dass die Kunden selbst darüber entscheiden können, wann sie die mit einem RtP angeforderte Zahlung tatsächlich auslösen. Auch bei Tit-for-Tat-Geschäften fällt es leicht, in dem Moment, wo etwa die Schlüssel

Abbildung 2: Hoher Aufwand, um Rechnungen und Zahlungen abzugleichen

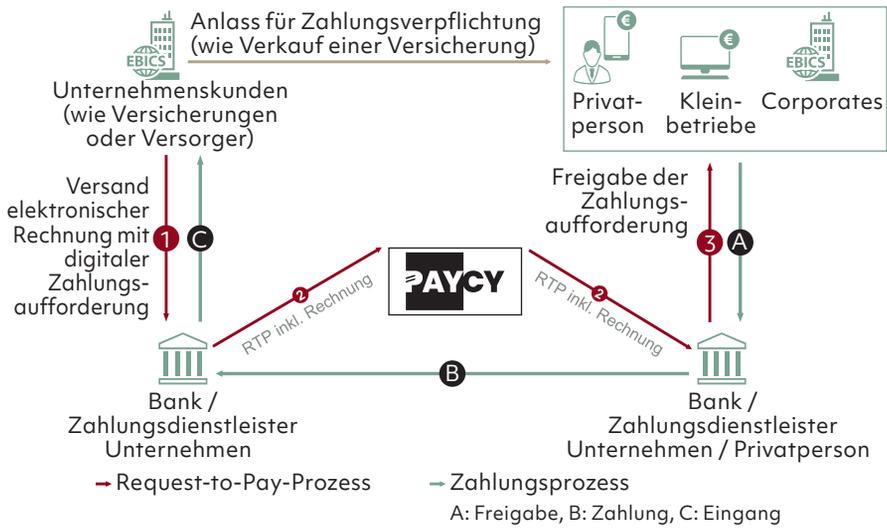


1 2 Im Schnitt spart ein Unternehmen beim Versenden einer elektronischen Rechnung 6,90 €

2 3 4 Für Unternehmen und Privatkunden ist der manuelle Aufwand bei der Rechnungseingabe hoch und oft geprägt von Fehleranfälligkeiten

Quelle: Paycy

Abbildung 3: „4-Corner-Model“ mit zentraler RtP-Broker-Plattform



Quelle: Paycy

für den Gebrauchtwagen ausgetauscht werden, auch die Zahlung zu leisten.

E-Rechnungen und Request to Pay lösen Medienbruch auf

Wird eine elektronische Rechnung zusammen mit einem Request to Pay versendet, löst sich der bisherige Medienbruch auf, weil sich der gesamte Vorgang digital abbilden lässt und das Bankkonto wie ein Single Point of Truth arbeitet. Das Bankkonto wirkt wie ein Scharnier, welches Billing und Banking zusammenhält. Darum ist das Format für die Banken auch so interessant. Es führt den Bezahlvorgang zurück zum Konto. Die DZ Bank hat bereits 2023 die erste RtP-Transaktion durchgeführt und setzt dafür auf die Plattform Paycy. Die Bayerische Landesbank steht also bei weitem nicht allein da – das Netzwerk an Banken, die RtP testen und damit auch die Reichweite für das Gesamtsystem erhöhen, wächst kontinuierlich. Das Prinzip basiert dabei auf vier Ecken (siehe Abbildung 3).

Jede Ecke dieses „4-Corner-Modells“ stellt einen der handelnden Akteure dar. Links oben steht beispielsweise ein Unternehmen, das Waren oder Dienstleistungen verkauft und dafür einem Kunden später eine Rechnung stellen möchte. Statt diese Rechnung per Post, E-Mail oder anderweitig zu versenden, übergibt es die Rechnungsdaten an seine Bank. Von dort geht der Request to Pay an die Hausbank des Empfängers.

Falls es sich um einen Verbraucher handelt, könnte dieser den geforderten Betrag in der Banking-App oder im Online-Banking freigeben und seiner Bank erlauben, die Zahlung auszulösen. Bekommt eine andere Firma die Rechnung, wäre eine direkte Integration in die ERP-Software denkbar.

Damit das System funktioniert, müssen die beteiligten Banken jedoch ein 1:n-Problem lösen, ähnlich wie beim Verification of Payee. Es geht darum, dass jede einzelne Bank jede andere erreichen können muss, um den Request to Pay am Bankkonto zuzustellen. Diese Aufgabe übernimmt Paycy. Wie ein digitaler Postbote schaut die Plattform nach, ob eine ausgehende Rechnung an jemanden adressiert ist, der ein Konto bei einer der angeschlossenen Banken führt. Nur dann kann der Request to Pay auch zugestellt werden – und deshalb müssen viele Banken mitmachen, um ein möglichst dichtes Netz an teilnehmenden Banken zu erreichen und wenig Ausnahmen abdecken zu müssen.

Fünf Vorteile für Banken

Aus Sicht der Banken ergeben sich fünf wesentliche Vorteile, die sie dazu veranlassen sollten, sich an Request to Pay zu beteiligen, falls sie es nicht ohnehin schon vorhaben.

1. Kundenbindung: Request to Pay nutzt das Bankkonto als Drehscheibe,

um digitale Rechnungen zuzustellen und die geforderten Beträge autorisieren zu lassen. Dadurch wird nicht nur das Konto wieder wichtiger. Die Banken können sich dadurch auch viel tiefer als bislang in die Wertschöpfungskette ihrer Firmenkunden einbringen.

2. Europäischer Standard: Request to Pay ist vom European Payments Council (EPC) zertifiziert. Wer das Sepa RtP-Scheme (SRTP) zeichnet, stärkt den europäischen Zahlungsverkehr und macht ihn unabhängiger von Zahlungsverkehrssystemen, die nicht in der Europäischen Union beheimatet sind.

3. ROI für Instant Payments: Request to Pay setzt auf der Instant-Payment-Strecke einer Bank auf. Es stellt kein eigenständiges Bezahlsystem dar. Das bedeutet, dass die Zahlung selbst über die bestehende Infrastruktur der Banken läuft. Dadurch kann RtP dabei helfen, einen Return on Invest zu erzielen, was den ohnehin notwendigen Aufwand für Instant Payments angeht.

4. Zusatzdienste: Request to Pay ermöglicht den Banken, die Zahlungsaufforderung mit eigenen Angeboten zu ergänzen. Verbraucher könnten beispielsweise später bezahlen (Buy Now, Pay Later) oder in Raten. Unternehmen könnten Supply Chain Financing oder Factoring angeboten bekommen, sofern die Bank das möchte.

5. Compliance: Weil Zahlung und Rechnung am Konto miteinander verbunden werden, lassen sich bestimmte Compliance-Vorschriften leichter umsetzen. Beispielsweise will die EU schon seit längerem den Mehrwertsteuerbetrug bekämpfen und dafür verstärkt auf Digitalisierung setzen. Request to Pay zahlt auf dieses Ziel ein.

Potenzial für Request to Pay – zunächst für Firmenkunden

Wie attraktiv das SRTP-Scheme verbunden mit digitalen Rechnungen ist, zeigt auch eine Umfrage, die Ibi Research kurz vor dem Jahreswechsel gemeinsam mit PPI, der DZ Bank und S-Payment durchgeführt hat. Fast drei Viertel der befragten Institute gehen demnach davon aus, dass in Request to Pay erhebliches Geschäftspotenzial steckt, weil es – vor allem für die Firmenkunden – mit zahlreichen Mehrwerten

verbunden ist, die Banken zusätzlich anbieten können. Logisch: Firmenkunden sind die natürlichen Absender für Rechnungen und damit auch für einen Request to Pay. Weitere 22 Prozent der Banken sehen zwar noch kein gesteigertes Potenzial, glauben aber, dass sich RtP als Standard am Markt durchsetzt.

Erfreulich ist, dass heute schon fast jede zweite Bank plant, Angebote für Request to Pay zu machen. Davon sollen zuerst die Firmenkunden etwas haben. Lediglich drei Prozent sagen, dass RtP für sie überhaupt nicht relevant ist.

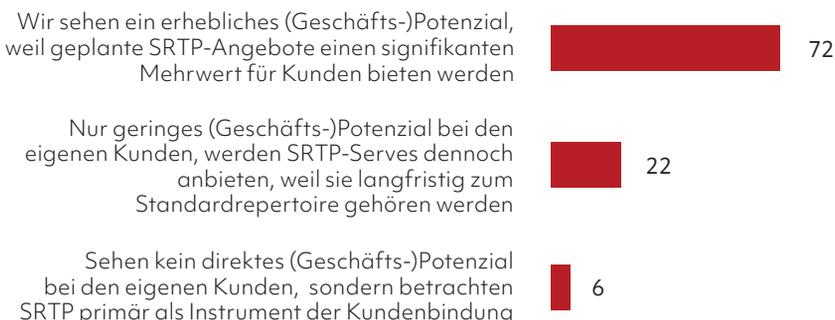
Geringeres Potenzial bei Privatkunden

Bei Privatkunden ergibt sich ein etwas anderes Bild. Gut jede dritte Bank beabsichtigt, sich für diese Zielgruppe Angebote rund um Request to Pay zu überlegen. Immerhin zehn Prozent wollen darauf verzichten. Das liegt aber meist auch daran, dass sich Zusatzdienste wie BNPL zwar eignen, um Kunden zu binden. Große Margen lassen sich bei dieser Kundengruppe aber nur dann erzielen, wenn sie etwas finanzieren möchte, das Beratung erfordert – eine Immobilie beispielsweise.

Folglich sehen auch etwas weniger Banken bei den Privatkunden ein erhebliches Potenzial, um durch Request to Pay mehr Geschäft zu machen. Gegenüber den Firmenkunden liegt der Anteil um fast vierzig Prozentpunkte niedriger, bei gut einem Drittel (siehe Abbildung 4). Sie sehen die Verbraucher also in erster Linie als klassische Rechnungsempfänger, die Request to Pay zum Bezahlen nutzen und ihre Rechnungen digital verwalten wollen. Dennoch gilt auch hier, dass Request to Pay zum Standardrepertoire gehören soll. Insgesamt haben sich 83 Prozent der Institute bereits festgelegt, dass sie Request to Pay anbieten wollen. Das lässt eine starke Marktdurchdringung und ein starkes Netzwerk an teilnehmenden Banken erwarten.

Druck dürfte auch dadurch entstehen, dass die Verbraucher erwarten werden, dass sie einen Dienst, der bei einer anderen Bank angeboten wird, auch bei der eigenen nutzen können. Dies zeigen die Erfahrungen mit Apple Pay und Google Pay, die zwar erst nach und nach bei den Instituten ankamen, inzwi-

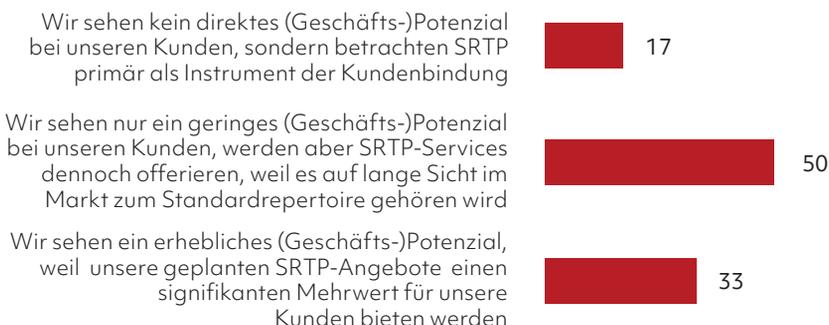
Abbildung 4: Request to Pay gilt für Firmenkunden faktisch als gesetzt



Warum Finanzinstitute ein Sepa-Request-to-Pay-Angebot für ihre Firmenkunden planen, in Prozent; n = 18 Befragte, die ein SRTP-Angebot planen

Quelle: PPI

Abbildung 5: Verbraucher treten vor allem als RtP-Empfänger auf



Wie Finanzinstitute das zukünftige (Geschäfts-)Potenzial für Services und Dienstleistungen rund um Sepa-Request-to-Pay (SRTP) für Privatkunden einschätzen, in Prozent; n = 12 Befragte, die ein SRTP-Angebot für Privatkunden planen

Quelle: PPI

schen aber so weit verbreitet sind, dass sie als normal gelten. Grund dafür sind die Ansprüche der Verbraucher an Convenience. Was sie gewohnt sind und was sie für gut befunden haben, erwarten sie von allen anderen Anbietern auch. Weitere Beispiele dafür sind der Netflix-Effekt oder „Fulfillment by Amazon“, was nichts anderes ist, als dieses Prinzip zum Geschäftsmodell zu machen, indem der erwartete Standard als eigenes Produkt für andere Händler angeboten wird.

Politisches Ziel – mit Vorteilen für alle

Request to Pay ist der natürliche Kulminationspunkt für elektronische Rechnungen, Instant Payments und einer autarken EU-Zahlungsinfrastruktur. Obwohl sich ein politisches Teilziel damit

verbinden lässt, bietet RtP jedoch für alle beteiligten Akteure Vorteile. Banken stärken ihre Kernkompetenz als vertrauenswürdiger Anbieter der Zahlungs- und Kontoinfrastruktur, Unternehmen bekommen ein volldigitales Rechnungswesen, das unmittelbar mit dem Konto und den damit verbundenen Transaktionen verbunden ist, und Verbraucher brauchen keinen Umweg mehr über die Bezahl-Apps aus Nicht-EU-Ländern zu machen.

Darüber hinaus steigt der digitale Komfort, weil papierhafte Rechnungen komplett wegfallen. Alle Dokumente lassen sich digital am Konto verwalten. Möglicherweise werden so auch andere Unterlagen, die indirekt mit einer Zahlung verbunden sind, auf diese Weise ausgetauscht – Garantien beispielsweise, Versicherungspolice oder Eintrittskarten für das Konzert. ■