



Studienprojekt
ibi-Payment-Report 2026
Die Zukunft des Bezahlens aus Banken- und Kundensicht

Dr. Stephan Weber

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Der ibi-Payment-Report 2024 als Startpunkt einer einzigartigen Reihe, denn „nichts ist so beständig wie der Wandel“*



Im Mittelpunkt des ibi-Payment Reports 2024 stand ein breiter Themenkanon. Das Spektrum reichte dabei unter anderem von regulatorischen Themen über Bezahverhalten und Bezahlkarten bis zu Instant Payments, Request-to-Pay, Wallets und Wero, Digitaler Euro, Buy Now Pay Later und Auslandszahlungsverkehr.



Das Stimmungs- und Meinungsbild von Fach- und Führungskräften aus Banken wurde um einen fokussierten Endkundenblick ergänzt.



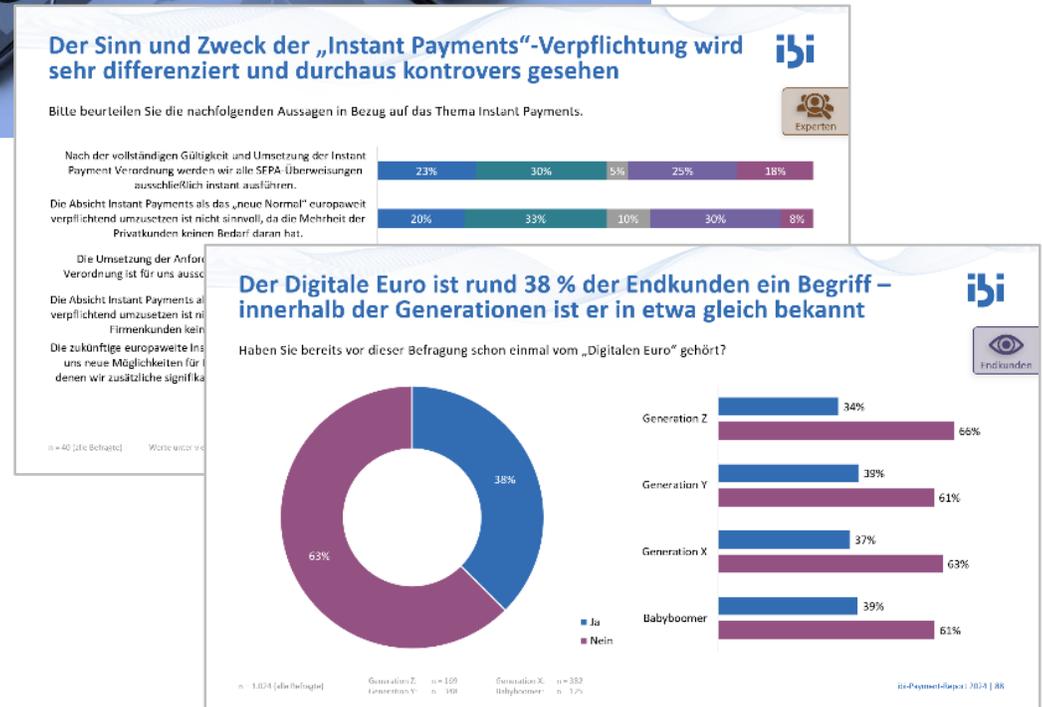
Die systematische Analyse der Positionierung von Banken zu aktuellen und zukünftigen Zahlungsverkehrsthemen in Verbindung mit der Gegenüberstellung von Endkundenmeinungen schaffte wertvolle neue Erkenntnisse.



Im ibi-Payment-Report 2026 werden zum einen die 2024er-Ergebnisse auf den Prüfstand gestellt und zum anderen neue Themen und veränderte Situationen (z. B. Fristende der Instant-Payment-Verordnung) adressiert!



Kostenfreier Download des ibi-Payment-Reports 2024 unter: www.ibi.de/payment-report2024



* Heraklit von Ephesus, 535-475 v. Chr.

Banken müssen sich zukünftig weiterhin mit einer ganzen Reihe von Zahlungsverkehrs- und Paymentthemen auseinandersetzen

Vor dem Hintergrund der enormen Themenvielfalt und der daraus resultierenden steigenden Komplexität, der zunehmenden Dynamik und des wachsenden Aufwands stellen sich für die Banken nach wie vor eine Reihe zentraler zukunftsentscheidender Fragestellungen:

-  Welche geschäftsstrategischen Implikationen werden die zukünftigen Payment-Themen haben?
-  Wie sollen sich die Banken im Wettbewerb positionieren?
-  Wie werden sich der Markt und die Nachfrage für die Payment-Themen entwickeln (Kosten, Nutzen)?
-  Was denken die Endkund:innen über sie betreffende Payment-Themen?



Die Fragezeichen sind weiterhin groß für die Banken und mit der Fortführung des ibi-Payment-Reports wollen wir entscheidende Antworten geben!

Der ibi-Payment-Report schafft ein zukunftsgerichtetes Payment-Gesamtbild aus zwei Sichten



Was soll mit dem ibi-Payment-Report 2026 erreicht werden?

- Auf Basis von zwei Online-Befragungen wird ein ZV-Gesamtbild aus zwei Blickrichtungen ermittelt:
 - 1) Stimmungs- und Meinungsbild von ZV-Fach- / Führungskräften aus Banken
 - 2) Ergänzender, fokussierter Endkundenblick
- Die Gesamtergebnisse werden auf Trends, markante Entwicklungstendenzen und ggf. Veränderungen gegenüber der 2024er-Ausgabe hin analysiert.



Warum ein ibi-Payment-Report 2026?

Ein übergreifendes Gesamtbild bzw. eine systematische Analyse der Positionierung von Banken zu zukünftigen Zahlungsverkehrsthemen in Verbindung mit einer Gegenüberstellung von Kundenmeinungen ist bis auf die 2024er-Ausgabe am Markt nicht vorhanden. Darüber hinaus sind die Dynamik und Veränderungs- bzw. Entwicklungsgeschwindigkeit weiterhin unverändert hoch.

Der ibi-Payment-Report ist in seiner Ausgestaltung einzigartig und fokussiert



Payment-Themen der Zukunft

Die Fragestellungen sind vorwärtsgewandt ausgewählt und formuliert.



Geschäftsstrategische Implikationen aus Bankensicht

Themenbezug liegt z. B. auf Markteinschätzung, Chancen, Risiken, Investitionsbereitschaft, Geschäftsmodell-Möglichkeiten der Banken.



Blick der Endkunden

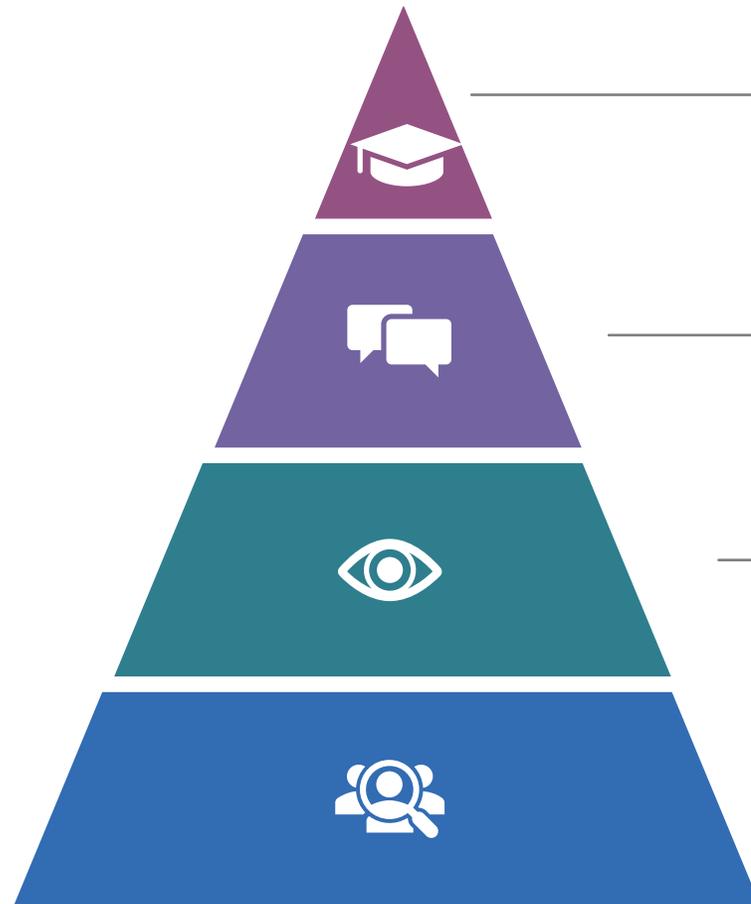
Die Meinung, Einschätzung und Anforderungen von Endkunden werden bei ausgewählten Themen miteinbezogen.



Kombinierte Betrachtung beider Sichtweisen

Die Banken- und die Kundensicht werden bei geeigneten ZV-Themen verglichen – mit wertvollen Rückschlüssen zur Akzeptanz.

Der Payment-Report setzt sich aus vier eng verzahnten Bausteinen zusammen, so dass sich ein umfassendes Gesamtbild ergibt



Ableitung von Trends und Tendenzen

Darstellung von Handlungsoptionen und Entwicklungspfaden

Vergleich und Interpretation der Befragungsergebnisse

Identifikation und Hervorhebung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden (ggf. auch gegenüber der 2024er-Ausgabe); Kommentierung durch Interviews mit den Projektpartnern

Online-Befragung von 1.000 Endkunden

Erhalt eines ergänzenden, fokussierten Kundenblicks auf sie betreffende zukunftsgerichtete ZV- / Paymentthemen

Online-Befragung von ZV-Fach- / Führungskräften aus Kreditinstituten in Deutschland

Erhalt eines Stimmungs- und Meinungsbilds zu geschäftsstrategischen Auswirkungen von ausgewählten, zukunftsgerichteten ZV- / Paymentthemen

Die Vorteile der vorwettbewerblichen Zusammenarbeit sind vielfältig und attraktiv



Die gemeinsame Arbeit an den genannten Inhalten zieht eine Vielfalt von Nutzenaspekten nach sich:

- *Exklusivität*: Ausschließlich die Unterstützer dieses Studienprojekts gestalten aktiv die Inhalte des ibi-Payment-Reports mit. Sie erhalten die Rechte an den vollständigen Befragungsergebnissen und Inhalten. Es besteht zudem die Möglichkeit in gemeinsamer Abstimmung einzelne Fragestellungen zu platzieren, deren Ergebnisse den Sponsoren vorbehalten bleiben.
- *Synergie*: Mit der gemeinsamen Arbeit an thematischen Fragestellungen werden die vereinzelt Wissensbestandteile zusammengebracht und zu einer zielgerichteten empirischen Analyse weiterentwickelt.
- *Vernetzung*: Die vorwettbewerbliche, gemeinsame Forschung kann die beteiligten Projektpartner über die hier beschriebene Zusammenarbeit hinaus verbinden und somit auch für zukünftige, innovative Fragestellungen zusammenführen.
- *Wissensvorsprung*: Mit Kenntnis dieser Ergebnisse erzielen die Unterstützer des Studienprojekts einen deutlichen Wissensvorsprung in Bezug auf zukünftige Anforderungen bis hin zum möglichen Review ihrer Geschäftsmodelle.
- *Multiplikatoren-Wirkung nach innen*: Die virtuelle projektinterne Präsentation der Ergebnisse mit der Möglichkeit der intensiven Diskussion sichert die Verbreitung und das Verständnis der Erkenntnisse in Ihrem Unternehmen.
- *Awareness*: Veröffentlicht wird der ibi-Payment-Report, um damit öffentlichkeitswirksam die Innovationsstärke der beteiligten Partner herauszustellen. Sie sind Teil eines Reports, der in der Banking- und Forschungslandschaft seinesgleichen sucht. Als Projektpartner sind Sie nicht nur sichtbar, Sie gestalten aktiv die Inhalte mit.

Von Exklusivität bis Awareness: die Vorteile der vorwettbewerblichen Zusammenarbeit

Als Unterstützer der Studie platzieren Sie aktiv Ihre offenen Fragestellungen und thematischen Herausforderungen



Als Sponsor der Studie erhalten Sie exklusiven Content:

- *Inhalte und Rechte:* Sie gestalten die Studienziele und -inhalte aktiv mit, zudem erhalten Sie zusammen mit den Studienpartnern die Rechte an den vollständigen Studienergebnissen.
- *Sponsoring:* Ihr Sponsoring wird im Rahmen der Studie auf vielfältige Weise platziert:
 - Sponsoren-Logo, Nennung Ihres Unternehmens und Unternehmensprofils in der freigegebenen Publikation zur Studie
 - Integration Ihres Unternehmens in die freigegebene Publikation zur Studie in Form eines fachlichen Experten-Interviews zu den Ergebnissen
 - Integration Ihres Unternehmens (Platzierung Ihres Namens und Logos, ggf. Zitat) in die ibi-Medienarbeit im Projektzusammenhang
 - Möglichkeit zum Hosting freigegebener Inhalte als Gated Content auf Ihrer Webseite zur Generierung von Trafik und Lead-Adressen
- *Marketing:* Der ibi-Payment-Report wird den Studienpartnern zur weiteren Verwendung von ibi research zur Verfügung gestellt:
 - ibi research veröffentlicht den ibi-Payment-Report und bewirbt diesen intensiv über alle ibi-Kanäle.
 - ibi research erstellt zum ibi-Payment-Report eine Pressemitteilung sowie Content für die ibi-Social-Media-Kanäle.
 - ibi research erstellt eine Infografik zur freien Verwendung in Ihren Unternehmensmedien.
 - ibi research erstellt und verbreitet zum ibi-Payment-Report einen Zeitschriftenartikel oder Blog-Beitrag.

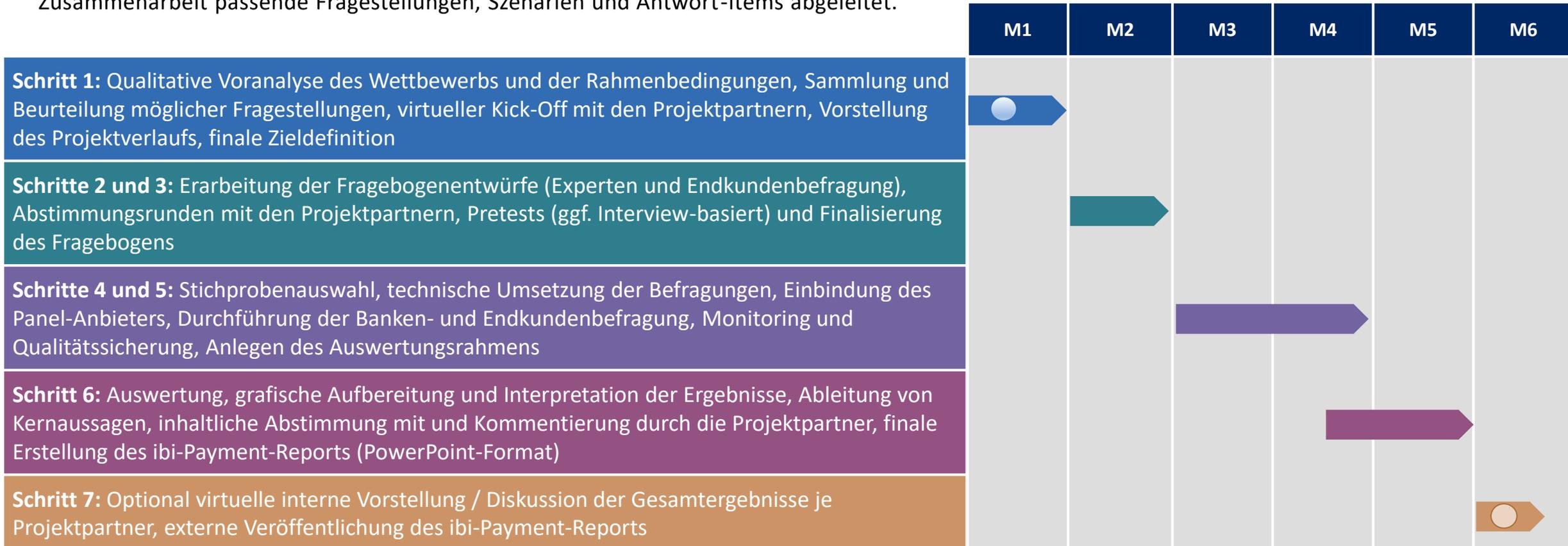
Seien Sie Teil eines einzigartigen Reports mit einem Meinungsbild aus Banken- und Kundensicht.

Sieben Projektschritte führen in fünf Monaten zum Ergebnis

(der tatsächliche Zeitplan ist abhängig vom Zustandekommen des Projektes)



Die besondere Herausforderung im Verlauf des Projekts ist, die Befragung inhaltlich zusammen mit den Partnern fokussiert und zielgerichtet auszugestalten. Dafür werden aus dem Wissen und der Erfahrung des Einzelnen durch die vorwettbewerbliche, partnerschaftliche Zusammenarbeit passende Fragestellungen, Szenarien und Antwort-Items abgeleitet.



 Virtueller Kick-Off  Bearbeitungsphase  Externe Veröffentlichung

ibi research steuert das Studienprojekt in bewährter Weise inhaltlich und organisatorisch; 20-25 ZV-Expert:innen* und 1.000 Verbraucher werden befragt



Die Rahmenbedingungen sind bewusst einfach gehalten:

- *Ansprache von ZV-Expert:innen:* Die Befragung der ZV-Expert:innen erfordert eine gezielte Ansprache zur Umfrage-Teilnahme auch über die Verteiler der Projektpartner, um eine möglichst große Stichprobe zu erhalten.
- *Projektsteuerung:* ibi research übernimmt in bewährter Weise die Leitung des Studienprojekts. Jeder Sponsor benennt zudem einen Verantwortlichen, der den Studienpartner im Rahmen des Projekts vertritt.
- *Sponsoren:* Die Durchführung des Studienprojekts ist mit drei bis vier Sponsoren geplant, die sich gerne aktiv in das Projekt einbringen. ibi research behält sich vor, das Projekt nicht oder angepasst durchzuführen, wenn die notwendige Anzahl von Sponsoren nicht erreicht wird.
- *Projektstart und -laufzeit:* Das Studienprojekt kann in Abhängigkeit von der Zusage der Sponsoren ab Januar 2026 gestartet werden und ist mit einer Laufzeit von circa fünf Monaten bis zur Fertigstellung des Studiendokuments geplant.
- *Veröffentlichung der Ergebnisse:* ibi research erstellt den beschriebenen Content sowie die genannte Veröffentlichung und verbreitet diese über die ibi-Verteiler (z. B. Presse und Newsletter).
- *Qualität der Ergebnisse:* Um bei den Befragungen eine qualitativ hochwertige Stichprobe zu generieren, werden ZV-Fach- / Führungskräfte aus Kreditinstituten und Neo-Banken aus allen Institutsgruppen sowie weitere ZV-Expert:innen in Deutschland einbezogen. Für die Endkundenbefragung wird zudem ein renommierter Panel-Anbieter konsultiert. Die Umsetzung der Befragungen erfolgt in einem professionellen Umfrage-Tool. Die Kosten für das Endkunden-Panel (1.000 Verbraucher) sowie die Kosten für den Einsatz eines professionellen Umfrage-Tools sind im Sponsoring enthalten und werden nicht gesondert in Rechnung gestellt.

ibi research steuert das Gesamtprojekt inhaltlich und organisatorisch.

* Ziel ist über das Minimum hinaus eine möglichst große Stichprobe. Dies ist auch wesentlich abhängig von den Verteilern und Kontakten der Projektpartner.

Sie haben Fragen zum Projekt? Sprechen Sie mich gerne an!



Dr. Stephan Weber

 +49 941 788391-22

 stephan.weber@ibi.de



-  ibi research an der Universität Regensburg GmbH
-  +49 941 943 1901
-  www.ibi.de
-  Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Ihre Sponsorenbuchung für das Studienprojekt „ibi-Payment-Report 2026“



Sponsorenbeitrag: Der Sponsorenbeitrag für ibi-Partnerunternehmen beträgt 19.500,00 Euro (zzgl. gesetzl. USt.),
der Sponsorenbeitrag für Nicht-ibi-Partnerunternehmen beträgt 24.500,00 Euro (zzgl. gesetzl. USt.).

Zahlungsmodalitäten: Der Sponsorenbeitrag ist zu gleichen Teilen mit Projektstart (Kick-Off) und nach Ergebnisdokumentation (Schritt 6) fällig.

Ihre Buchung: Ihre Sponsorenbuchung senden Sie bitte per E-Mail an stephan.weber@ibi.de

Ja, hiermit melden wir uns verbindlich als Sponsor des ibi-Studienprojekts „ibi-Payment-Report 2026“ an:

Firma: _____

Ansprechpartner _____

Straße: _____

PLZ & Ort: _____

Telefonnummer: _____

E-Mail: _____

Mit meiner Unterschrift bestätige ich die Richtigkeit und Vollständigkeit meiner Angaben:

**Kostenbeitrag je Sponsor: ab 19.500 €
(zzgl. gesetzl. USt.)**

Ort, Datum

Unterschrift