



So können Fintechs nachhaltige Zahlungslösungen schaffen

2022-03-24

München

Giesecke+Devrient

Wollen Fintechs umweltbewusste Verbraucher dauerhaft von sich überzeugen, müssen sie auch auf Nachhaltigkeit setzen. Giesecke+Devrient (G+D) unterstützt Fintechs dabei, umfassende ökologische Lösungen für diese Zielgruppe zu schaffen.

Mit ihrer großen Expertise für User Experience und eingängige Interfaces begeistern Fintechs vor allem Lifestyle-orientierte Menschen. Doch um diese Zielgruppen langfristig an sich zu binden, müssen Fintechs einen weiteren zentralen Aspekt berücksichtigen: Nachhaltigkeit. Immer mehr Verbraucher achten besonders auf Lösungen und Dienstleistungen, die von einer umweltfreundlichen Agenda getrieben sind. Auf diese Erwartungen müssen Fintechs angemessen reagieren. Um das Engagement der Verbraucher für einen nachhaltigeren Lebensstil zu unterstützen, sollten Fintechs auch bei Zahlungslösungen eine Reihe von Optionen anbieten, bei denen das übergreifende Ziel – der Schutz der Umwelt – klar erkennbar sein muss.

Der Payment-Experte G+D zeigt am Beispiel von Bezahlkarten, mit welchen Maßnahmen Fintechs starten können, um ein solches nachhaltiges Produktangebot zu schaffen.

1. Auf umweltfreundliche Bezahlkarten setzen. Bislang wurden Zahlungskarten aus herkömmlichem Kunststoff hergestellt. Kartenkörper können heutzutage jedoch zu 100 Prozent aus recyceltem PVC bestehen oder sogar aus dem innovativen, auf Biomasse basierenden PLA. Issuance-Partner für solche Karten sind beispielsweise das spanische Fintech Divilo und SweepBank von der maltesischen Ferratum Bank. Im Vergleich zu erdölbasierten PVC-Karten wird für die Herstellung und Entsorgung dieser Karten deutlich weniger Energie benötigt. Da sie industriell kompostierbar sind, wird die Umwelt auch nicht mit Plastikmüll belastet. Abstriche bei Benutzerfreundlichkeit oder Sicherheit – etwa beim kontaktlosen Bezahlen – müssen die Kartennutzer dabei nicht in Kauf nehmen.

2. Den kompletten Lebenszyklus einbeziehen. Die Nachhaltigkeit der Bezahlkarten sollte sich nicht nur auf ihre Materialien beschränken, sondern sich über ihren kompletten Lebenszyklus erstrecken. Das fängt bei der Verwendung von klimaneutralem Papier für Verpackungen oder Willkommensbriefe an und kann durch die Wahl

eines Partners verstärkt werden, der nachhaltige Verfahren für die Produktion und auch die Entsorgung der Karten einsetzt. So hat beispielsweise Mastercard mit G+D ein Recyclingprogramm für Karten etabliert, das die spezifischen Bedürfnisse der Kartenherausgeber erfüllt und zu einer Kreislaufwirtschaft beiträgt.

3. Einen phygitalen Ansatz verfolgen. Aufgrund der erforderlichen Sicherheit basierte das Bankgeschäft lange Zeit auf rein analogen Kommunikationskanälen. Dies bedeutet jedoch eine Menge Papierarbeit und physische Dokumentation. Durch die Kombination von analogen Lösungen mit digitalen Werkzeugen lässt sich hier eine Menge Abfall vermeiden. Mit einem ePIN-Service zum Beispiel können Banken ihren Kunden die PINs für Zahlungskarten papierlos per Handy-App oder SMS übermitteln. Durch die Integration von QR-Codes und Augmented-Reality-Lösungen in die Trägerbriefe der Karten können zudem Verkaufs- und Marketinginhalte, die üblicherweise gedruckt werden, auch digital und damit papierlos bereitgestellt werden. Viele Bankstrategien forcieren inzwischen diesen hybriden Ansatz, da Kunden zunehmend einen schnelleren und digitalisierten Austausch bevorzugen. Zudem können Briefe, Flyer und andere Materialien für Zahlungskarten on-demand gedruckt werden. Auf diese Weise vermeiden Fintechs die Vorproduktion großer Mengen und setzen stattdessen auf bedarfsorientierte Herstellung und Personalisierung von Kundenmaterialien.

4. Umweltorganisationen einbinden. Umweltbewegungen, -organisationen und -netzwerke wie Parley for the Oceans können Fintechs bei der Realisierung echter nachhaltiger Lösungen umfassend unterstützen. Sie verfügen über die nötige Transparenz und Expertise und verleihen ihnen die erforderliche Glaubwürdigkeit. Der australische Fintech-Anbieter für digitale Kredite und Zahlungen WLTH nutzt beispielsweise Zahlungskarten aus recycelten Plastikabfällen aus den Weltmeeren, die von G+D in Zusammenarbeit mit Parley for the Oceans hergestellt werden.

5. Mit anderen Initiativen interagieren und die Verbraucher einbeziehen. Idealerweise spielen die öko-innovativen Karten der Fintechs mit anderen Initiativen für ökologische oder soziale Verantwortung zusammen, die auch die Verbraucher mit einbeziehen. Ziel ist es, sie in die Lage zu versetzen, selbst Verantwortung für unseren Planeten zu übernehmen. Dies könnte zum Beispiel die Finanzierung von Baumpflanzungen oder ein Kohlenstoff-Fußabdruck-Rechner für Verbraucher sein. Ein Beispiel hierfür ist die Partnerschaft zwischen G+D und Doconomy. Das schwedische Fintech-Unternehmen entwickelt Tools, die Banken bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsagenda helfen, zum Beispiel durch das Angebot einer App zur Messung des CO₂-Fußabdrucks des Nutzers. Die Berechnung basiert auf den Einkäufen, Bestellungen und Buchungen der Karteninhaber. So erhalten diese einen Überblick über die Auswirkungen ihres Verhaltens auf die Umwelt und können gezielt Veränderungen vornehmen.

„Nachhaltigkeit steht bei jeder Bank ganz oben auf der Agenda, denn die Verbraucher streben nach einem neuen, nachhaltigeren Lebensstil“, sagt Dr. Carsten Wengel, Head of Global Sales & Distribution im Bereich Card and Digital Payment bei G+D. „Deshalb haben auch Fintechs begonnen, ihrer sozialen Verantwortung stärker gerecht zu werden und ihre Kunden zu einem umweltfreundlicheren Verhalten zu ermutigen. Wir sind der beste Partner für Fintechs, indem wir nicht nur öko-innovative Zahlungskarten anbieten, sondern auch ein Netzwerk von umweltbewussten Partnern, die ihren Angeboten einen zusätzlichen Wert verleihen.“

Über Giesecke+Devrient

Giesecke+Devrient (G+D) ist ein weltweit tätiger Konzern für Sicherheitstechnologie mit Hauptsitz in München. Als Partner von Organisationen mit höchsten Ansprüchen schafft G+D mit seinen Lösungen Vertrauen und sichert essentielle Werte. Die innovative Technologie des Unternehmens schützt physisches und digitales Bezahlen, die Konnektivität von Menschen und Maschinen, die Identität von Personen und Objekten sowie digitale Infrastrukturen und vertrauliche Daten. G+D wurde 1852 gegründet. Im Geschäftsjahr 2020 erwirtschaftete das Unternehmen mit rund 11.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 2,31 Milliarden Euro. G+D ist mit 74 Tochtergesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen in 32 Ländern vertreten. Weitere Informationen: www.gi-de.com