

EBPP-Systeme im Konsumentenbereich

Armin Heinzl, Stefan Wittenbeck, Birte Autzen

Gliederung:

EBPP-Systeme im Konsumentenbereich	1
1 Einleitung	1
2 Begriffsgrundlagen und elementare Konzepte des EBPP.....	2
3 Forschungsdesign	4
4 Befunde	6
4.1 Einsatzmotive und -barrieren.....	7
4.2 Einsatzformen.....	10
4.3 Aufgabenträger	13
4.4 Einführungserfahrungen	13
4.5 Einsatzerfahrungen	14
5 Diskussion	15
5.1 Ökonomischer Nutzen von EBPP-Systemen aus der Sicht der Unternehmen	15
5.2 Technologieakzeptanz aus der Sicht der Konsumenten.....	16
6 Zusammenfassung und Ausblick.....	18

1 Einleitung

Systeme für das elektronische Präsentieren von Rechnungen mit integrierter Bezahlungsfunktion (engl. Electronic Bill Presentment and Payment (EBPP)) sind mittlerweile in einem technologisch einsatzfähigen Stadium angelangt und bieten Unternehmen zahlreiche interessante Möglichkeiten. Dennoch erfolgt die Adoption dieser Systeme nur zögerlich. Viele Kunden sind aufgrund psychologischer Barrieren nicht dazu bereit, diese Systeme zu benutzen. Rechnungssteller zögern aus diesem Grund mit dem Einsatz dieser Systeme.

In der vorliegenden Arbeit sollen die zentralen Fragestellungen, die sich aus dieser Situation ergeben, identifiziert und analysiert sowie der Status Quo des Einsatzes von EBPP-Systemen in Deutschland erhoben werden. Zu diesem Zweck werden nach Schaffung der entsprechenden Begriffsgrundlagen die mit dem Einsatz verbundenen Ziele und mögliche Einsatzbarrieren untersucht. Anschließend werden bisherige Einführungs- und Einsatzerfahrungen analysiert. Abschließend erfolgt eine Diskussion der wichtigsten Befunde vor dem Hintergrund bestehender Theorien. Dem Leser sollen auf diese Weise grundsätzliche Einflussfaktoren auf die Adoptionsentscheidung sowie wertvolle Hinweise für die Einführung und Nutzung von EBPP-Systemen vermittelt werden.

2 Begriffsgrundlagen und elementare Konzepte des EBPP

EBPP ist ein Schlagwort, für das viele Definitionsansätze existieren [EiSc99]. Weitgehende Einigkeit besteht darüber, dass ein Prozess beschrieben wird, der die elektronische Rechnungsstellung und die integrierte elektronische Bezahlung von Rechnungen beschreibt. Die Abkürzung „EBPP“ wurde erst im Zusammenhang mit der Verbreitung des Internets bzw. des TCP/IP-Protokolls eingeführt. Doch auch vor 1995 gab es speziell bei großen Mengen an Rechnungsdaten bereits Bestrebungen, eine elektronische Fakturierung, beispielsweise über EDI, durchzuführen [SpPf01]. Für diesen Beitrag wird der prozessuale Begriffsauslegung gefolgt, wobei dem Internet als Trägermedium eine große Bedeutung beigemessen wird.

Im amerikanischen Sprachraum wird zwischen EBPP und „Electronic Invoice Presentment and Payment“ (EIPP) unterschieden. Während EBPP den Business-to-Consumer (B2C)-Bereich betrifft [CEBP01, S. 5ff], ist EIPP im Business-to-Business (B2B)-Bereich angesiedelt. Eine derartige Unterscheidung erscheint konzeptionell sinnvoll, da beide Systemtypen unterschiedliche Zielsetzungen aufweisen können. Während im gewerblichen Bereich unter anderem eine Reduktion der Prozesskosten verfolgt wird, können im Konsumentenbereich zusätzlich Fragen der Kundenbindung eine wichtige Rolle für die Einführung solcher Systeme spielen. Dennoch hat sich die begriffliche Unterscheidung zwischen „Bill“ und „Invoice“ im deutschsprachigen Raum nicht durchsetzen können. Daher wird in der folgenden Betrachtung auf diese feine begriffliche Nuancierung verzichtet, nicht aber auf die Unterscheidung in B2B und B2C. Der Schwerpunkt dieses Beitrags liegt im B2C-Bereich.

Der Gesamtprozess EBPP lässt sich, wie der Name nahe legt, in zwei Teilprozesse zerlegen: Das *Bill Presentment* umfasst sowohl den Versand als auch das Präsentieren der Rechnung [SpPf01, S. 509f]. Unter *Bill Payment* versteht

man die Bezahlung der Rechnung [Scha02, S. 89]. Damit man von einem integrierten EBPP-System sprechen kann, muss jedoch die Bezahlungsfunktion integrativ mit dem Bill Presentment verknüpft sein. Das Bill Payment ist im Vergleich zum Bill Presentment wesentlich komplexer: Zusätzliche Akteure wie Finanzdienstleister sind in den Leistungsprozess einzubinden, und eine für den sicheren Zahlungsverkehr erforderliche technische Infrastruktur ist zwangsläufig komplex. Charakteristisch für die Bezahlungsfunktion ist dabei die Interaktivität. Dem Rechnungsempfänger wird eine Kontrollfunktion eingeräumt, da er den Zahlungszeitpunkt und mögliche Abschläge selbst bestimmen kann. Aus der Kontrolle resultierende Streitigkeiten („Disputes“) zwischen dem Rechnungssteller und -empfänger können als ein eigener Teilprozess aufgefasst werden [CEBP01, S. 5ff].

Bei bestehenden EBPP-Ansätzen kann zwischen einem direkten Modell (*Direct Model*) und einem konsolidierten Modell (*Consolidated Model*) unterschieden werden. Das *Direct Model* bildet einen Rechnungsstellungsprozess ab, der ohne Intermediäre zwischen dem Rechnungssteller und dem Rechnungsempfänger realisiert wird. Es kann vom Rechnungssteller (*Biller Direct Model*) oder vom Rechnungsempfänger (*Buyer Direct Model*) bereitgestellt und damit auch kontrolliert werden [CEBP01, S. 4ff]. Es hat sich bis dato primär das *Biller Direct Model* etabliert, da bisher vor allem die Rechnungssteller bereit waren, Investitionen in die hierfür erforderliche Infrastruktur zu leisten.

Im *Consolidated Model* ist zwischen dem Unternehmen und dem Rechnungsempfänger ein Intermediär – der so genannte Konsolidator – zwischengeschaltet, der den Konsumenten die Rechnungsdokumente im Auftrag der rechnungslegenden Unternehmen präsentiert. Dieses Modell hat aus Konsumentensicht im Vergleich zum *Direct Model* den Vorteil, dass ein Rechnungsempfänger nicht unterschiedliche Systeme zu mehreren Rechnungsstellern nutzen und pflegen muss, sondern nur mit dem System eines zwischengeschalteten Intermediärs arbeitet [AnBi01, S. 510]. Umgekehrt stehen die Rechnungssteller diesem Ansatz oftmals skeptisch gegenüber, da sie befürchten, dass nicht sie selbst, sondern der Intermediär den direkten Kundenkontakt erhält.

Neben den Eigenschaften der EBPP-Lösung selbst erscheint es zweckmäßig, die Position der Unternehmen auf deren spezifischer EBPP-Erfahrungskurve zu erfassen. Dazu wird ein EBPP-Lebenszyklusmodell entwickelt, das sämtliche Phasen von der erstmaligen Wahrnehmung der Technologie durch ein Unternehmen bis zur Nutzung dieser Technologie abbildet. Es werden dabei in Anlehnung an [Thom65] sowie [Hein93] folgende Phasen berücksichtigt:

- ~ *Identifikationsphase*: Das Unternehmen erlangt Kenntnis über EBPP als Systemkonzept.
- ~ *Inkubationsphase*: Das Unternehmen stellt erste Vorüberlegungen zum Technologieeinsatz an, wie z. B. Lastenheft, Kosten/Nutzen-Analysen, Machbarkeitsstudien etc.
- ~ *Konzeptionsphase*: Das Unternehmen artikuliert seine konkreten Zielsetzungen und entwickelt Einsatzkonzepte, die sich u. a. in Pflichtenheften, Aufwandschätzungen, Aufgabenträgern, Wirtschaftlichkeitsanalysen etc. niederschlagen.
- ~ *Entscheidungsphase*: Das Unternehmen bereitet die Entscheidung zur Einführung des finalen System-Konzepts vor; anhand der Entscheidung lassen sich die geplanten Einsatzformen und die verantwortlichen Aufgabenträger erkennen.
- ~ *Einführungsphase*: Das Unternehmen hat ein System-Konzept verabschiedet und führt das EBPP-System ein; damit können erste Aussagen hinsichtlich der Zufriedenheit mit den beteiligten Aufgabenträgern getätigt werden.
- ~ *Einsatzphase*: Die Einführung des Systems ist abgeschlossen, man geht in die Nutzungs- bzw. Postimplementierungsphase über.

3 Forschungsdesign

Zum Einsatz von EBPP ist speziell für den deutschsprachigen Raum wenig fundierte Literatur und damit nur beschränkt Erkenntnisse zur Adoption derartiger Systeme vorhanden. Diese nur ungenügende Verfügbarkeit von fundiertem Wissen in diesem Bereich legt eine qualitativ-explorative Untersuchungsmethodik nahe.

Bei einer hypothetisch-deduktiven Untersuchungslogik werden anwendbare Theorien und Theoriefragmente ermittelt. Mit dieser konzeptionellen Vorleistung wird die Grundlage für einen geschlossenen, integrierten Bezugsrahmen gelegt [Woll73]. Dieses Vorgehen setzt aber bereits fundierte Kenntnisse über den zu untersuchenden Gegenstand voraus. Da jedoch bis dato keine ausführliche Beschreibung des Phänomens „EBPP“ existiert, dürfte es schwierig sein, einen geschlossenen Bezugsrahmen zu entwickeln. Ein interpretatives Vorgehen erscheint daher wesentlich zweckmäßiger, um ein grundsätzliches Verständnis für das Phänomen EBPP zu entwickeln. Gerade die (explorative) Durchdringung der Phänomenologie ist daher der Gegenstand dieses Beitrags. Dieses Vorgehen vermag die Komplexität der Situation weitaus besser zu erfassen als eine streng positivistische Vorgehensweise [KIMy99].

Die Erhebung erfolgte mit Hilfe *teilstrukturierter* Interviews, da erste Anhaltspunkte zum Themenkomplex des EBPP bereits vorhanden waren (vgl. [EiSc99] sowie [SpPf01]). Zudem besteht bei diesem Instrument die Möglichkeit des Nachfragens und der Aufnahme von Zusatzinformationen. Die mündliche Befragung wurde gewählt, da der Interviewer bei dieser Methode eine direkte Interaktion wahrnehmen kann und für den Befragten einen planbaren Aufwand bedeutet. Um den Interviewprozess zielführend zu gestalten und um einen gewissen Grad an Strukturierung a priori erlangen zu können, wurde ein *Interviewleitfaden* entwickelt und eingesetzt [Atte95]. Dies erleichterte zudem die Kontaktaufnahme mit den Unternehmen, da diese bereits vorher einsehen konnten, welche Themenkomplexe in der Untersuchung von zentraler Bedeutung sein würden und eigene Vorbereitung zur Beantwortung der Fragen tätigen konnten. Der Interviewleitfaden wurde im Vorfeld der Untersuchungen bei zwei EBPP - Anbietern einem Pre-Test unterzogen und daraufhin geringfügig angepasst.

Um zu vergleichbaren und spezifischeren Aussagen zu gelangen, wurde die Datenerhebung branchenspezifisch durchgeführt. Dabei wurden zwei Branchen betrachtet: der Telekommunikationssektor und der Finanzdienstleistungssektor. Die Wahl begründet sich dadurch, dass Unternehmen in diesen Branchen viele Rechnungen und rechnungsähnliche Dokumente versenden sowie die erforderliche finanzielle Stabilität aufweisen, um EBPP-Systeme zu konzipieren und einzuführen.

Da die ausgewählten Unternehmen hinsichtlich der Umsetzung ihrer EBPP-Projekte in unterschiedlichen Erfahrungsstadien waren, in denen verschiedene spezifische Fragen von Interesse sind, wurde als Strukturierungsrahmen das o.g. EBPP-Lebenszyklusmodell verwendet. Dieses ermöglichte eine Einordnung der befragten Unternehmen in den jeweiligen Abschnitt dieses Modells und gab wertvolle Hilfestellungen zur Strukturierung des Interviewleitfadens. Im Anschluss an die Datenerhebung wurden die Erkenntnisse aus den einzelnen Interviews auf Basis der erstellten Transkripte verknüpft und verdichtet, um so interessante Phänomene und verallgemeinerbare Muster zu identifizieren.

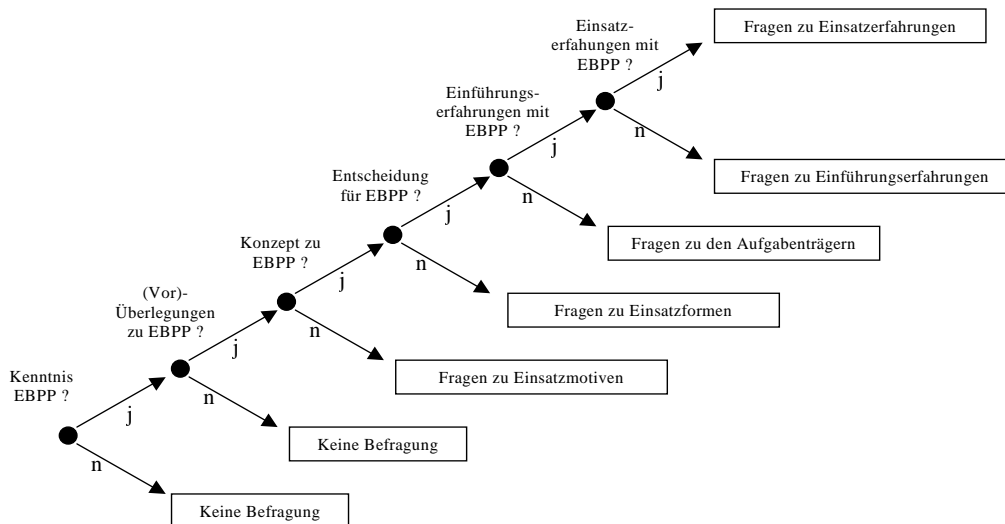


Abbildung 1: Struktur des Interviewleitfadens

4 Befunde

Zwei Telekommunikationsunternehmen und drei Finanzdienstleister wurden im B2C-Bereich für die Studie als Untersuchungsobjekte herangezogen. Die Telekommunikationsunternehmen hatten bereits ein Electronic Bill Presentment-System eingeführt, wobei eine explizite „Electronic Payment“-Option fehlte. Die Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche waren in unterschiedlichen Bereichen (Großbank, Direktbank, Zahlungssystemanbieter) tätig, womit ein relativ breites Spektrum abgedeckt wird. Im Folgenden werden die Befunde der Studie entsprechend des Analyserahmens dargestellt, der in Anlehnung an den EBPP-Lebenszyklus strukturiert ist.

Alle befragten Unternehmen hatten bereits vor Beginn der Studie ein EBPP-System eingeführt oder bereiteten zum Zeitpunkt der Untersuchung den Einsatz eines solchen vor. Alle Unternehmen versendeten eine hohe Anzahl an Rechnungen bzw. rechnungsähnlichen Dokumenten. Das hohe Volumen erklärte sich

dabei entweder durch eine hohe Anzahl an Kunden oder durch eine hohe Anzahl an Rechnungen bzw. rechnungsähnlichen Dokumenten pro Kunde.

4.1 *Einsatzmotive und -barrieren*

4.1.1 Einsatzmotive

Das vorrangige Ziel der befragten Unternehmen war es, durch die Einführung eines EBPP-Systems die **Kosten der Rechnungserstellung und des Rechnungsversands** nachhaltig zu verringern. Solche Kostenreduktionen - können durch Einsparung von Porto-, Papier- und Druckkosten erzielt werden und greifen umso schneller, je kürzer die Zeitspanne von der Verabschiedung des System-Konzepts bis zur Nutzung der Systemplattform ist. Dieser Aspekt beeinflusst häufig die Frage, ob das System selbst erstellt oder auf der Basis von Standardsoftware extern beschafft werden soll. Im Gegensatz zum B2B-Bereich spielt im vorliegenden Kontext die Reduktion der Kosten des Rechnungslegungsprozesses eine untergeordnete Rolle.

Ein zweites wichtiges Motiv für die Einführung war die Erhöhung der **Bindung der Kunden** an das eigene Unternehmen. Insbesondere für die Telekommunikationsunternehmen stellen elektronische Rechnungen die einzige Möglichkeit dar, mit den Kunden in regelmäßigen Abständen in einen Dialog zu treten. Bei Rechnungen in Papierform erfolgt dies dagegen nur dann, wenn der Kunde eine Rückfrage oder Beanstandung zur Rechnung hat. Prinzipiell bietet eine elektronische Rechnung durch Einbettung entsprechender Banner oder Hyperlinks die Möglichkeit zum Angebot und Verkauf komplementärer Produkte (Cross-Selling) oder auch höherwertigerer Produkte (Up-Selling).

Die befragten Unternehmen wiesen aber darauf hin, dass ihre Kunden einen **Mehrwert** bzw. zusätzlichen Nutzen gegenüber der alten Methode des Papierversandes erwarteten. Mehrwert manifestiert sich dabei durch monetäre und nicht-monetäre Anreize der rechnungslegenden Unternehmen wie beispielsweise reduzierte Kontoführungsgebühren, die Nichteinbeziehung bei Gebührenerhöhungen oder die Gewährung von Freiminuten beim Telefonieren. Einige Unternehmen gaben an, dass die Einführung des EBPP-Systems auch als Reaktion auf explizite Kundenwünsche erfolgte. Insbesondere im Bereich der Finanzdienstleister gab es bereits eine nennenswerte Anzahl an Online-Kunden, die eine papiergestützte Rechnung als überflüssig erachteten.

Weiterhin wurde dargelegt, dass elektronische Rechnungen und Dokumente mit dem Konzept des Customer-Self-Service einhergehen. Hierbei kommt der **Senkung der Vertriebskosten** eine große Bedeutung zu. Wenn Kunden die

„Self-Services“ online nutzen, können Kundenberater im Call Center eingespart werden. Hierdurch kann ein weiterer Kundenbindungseffekt entstehen, indem die Kunden, nachdem sie mit dem System vertraut geworden sind, den Komfort und Service schätzen und damit eine niedrigere Bereitschaft besitzen, auf weniger vertrauten Plattformen der Konkurrenz zu agieren. Generell erscheinen für die interaktive Kundenselbstbedienung besonders solche Prozesse geeignet, die online angestoßen und während des gesamten Geschäftsablaufs über das Internet abgewickelt werden können (z. B. Online-Brokerage). Die elektronische Rechnungslegung und Bezahlung stellt in diesem Fall den letzten Schritt einer derartigen Kundeninteraktion dar und passt sich auf diese Weise gut in den gesamten Prozess ein. EBPP-Systeme können damit einen wertvollen Beitrag zur **Intensivierung der Kundeninteraktion** liefern, dessen Potenzial durch die Personalisierung von Angeboten insbesondere im Bereich des After-Sales-Marketing erheblich ist.

Als weiteres Ziel wurde von einigen Unternehmen der **Umweltschutz** genannt. Wenn man sich vergegenwärtigt, dass einige Rechnungssteller jeden Monat mehr als eine Million Rechnungen versenden, werden die mit der Einsparung an Papier verbundene Schonung natürlicher Ressourcen sowie die infolge des verminderten Transportaufwands entstehenden Energieeinsparungen und Emissionssenkungen schnell plausibel.

4.1.2 Einsatzbarrieren

Eine maßgebliche Einsatzbarriere stellt die im Rahmen der Einführung und Nutzung eines EBPP-Systems erforderliche **Rechtssicherheit** dar. Der Gesetzgeber schreibt vor, dass eine persönliche Signierung jedes rechnungsähnlichen empfängerspezifischen Dokuments erforderlich ist. Die Verwendung einer qualifizierten Signatur ist zudem die Voraussetzung zum Vorsteuerabzug beim Finanzamt. Das deutsche Signaturgesetz [SigG01] bietet hierfür zwar prinzipiell einen adäquaten rechtlichen Rahmen, besitzt aber noch Schwächen in der praktischen Umsetzung. Die Verknüpfung eines Rechnungsdokuments mit einer qualifizierten Signatur ist bei Verfügbarkeit der hierfür erforderlichen technischen Infrastruktur zwar möglich. Bei Unternehmen im Finanzdienstleistungs- und Telekommunikationsbereich, die monatlich bis zu eine Million Dokumente oder mehr versenden, ist die Signierung jedes individuellen Dokuments mit der Chipkarte jedoch sicherlich unpraktikabel. Die betroffenen Unternehmen arbeiteten deshalb mit Hilfslösungen: Zur Vermeidung der Signaturinfrastruktur versendeten mehrere der befragten Unternehmen am Ende eines Jahres ein papierbasiertes Dokument, das alle monatlichen Rechnungs- bzw. Kontopositionen als Aufstellung nochmals auswies. Dieses Vorgehen reduziert jedoch die intendierten Kosteneinsparungen. Ein Unternehmen im Telekommunikationsbereich vermied dies durch eine einfache Vorgehensweise: Die elektronischen

Rechnungsdokumente wurden zunächst von einem Faxserver signiert. Dann wurden sie jedoch nicht per Fax versendet, sondern als elektronisches Dokument in ein Archiv eingestellt. Da gefaxte Dokumente vom Gesetzgeber und den Finanzbehörden als authentisch, zugestellt und zum Vorsteuerabzug anerkannt werden, braucht der Kunde bei dieser Vorgehensweise das elektronische Dokument nur noch an seinem Arbeitsplatz auszudrucken, um es z. B. bei einer Steuererklärung anzufügen. Auf dem Ausdruck ist die Signatur des Faxservers des Rechnungsstellers sichtbar, jedoch nicht, wie das Dokument zugestellt wurde. Ähnlich gingen andere Unternehmen vor, die auf eine Signierung durch einen Faxserver verzichteten, jedoch die Authentizität der elektronischen Rechnungsdokumente gegenüber den Papierversionen so hoch wie möglich gestalteten, um bei einem Ausdruck die Unterschiede zu verwischen.

Da zudem die Gesetzgebung der Europäischen Union bezüglich einer digitalen Signatur wesentlich lockerer ist als die deutsche Gesetzgebung, erachteten die Unternehmen eine Anpassung der Rechtsnormen in Deutschland im Zuge der EU-Rechtsharmonisierung als wahrscheinlich. In diesem Kontext strebte ein Teil der befragten Unternehmen eine Zertifizierung durch die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) im Rahmen des Signaturgesetzes an, um nach außen den Eindruck eines sicheren, von behördlicher Seite anerkannten Vorgehens bei der elektronischen Rechnungslegung zu dokumentieren.

Neben den Vorbehalten der Unternehmen existierten auch psychologische Barrieren gegenüber einer Nutzung bei den Konsumenten, welche durch Ängste und Unsicherheiten bezüglich des neuen Mediums verursacht wurden. Vor allem das **fehlende haptische Moment** einer Papierrechnung und einige seiner Folgeerscheinungen sahen einige der befragten Unternehmen als Einsatzbarriere bei den Nutzern. Der Tatbestand, dass ein ausgedrucktes Dokument angefasst, weitgehend ohne technische Hilfsmittel gelesen, aufbewahrt und bei Bedarf mit geringem Aufwand vervielfältigt und versendet werden kann, beeinflusst die Akzeptanz der Rechnungsempfänger. Bedenken wurden häufig im Hinblick auf eine dauerhafte, d. h. über mehrere Jahrzehnte währende Speicherung der Dokumente artikuliert, mit der im EBPP-Kontext noch keine vergleichbaren Erfahrungen vorliegt. Technisch ist eine Archivierung von elektronischen Dokumenten zwar kein nennenswertes Problem, die befragten Unternehmen antizipierten jedoch Unsicherheiten bzw. Vorbehalte ihrer Kunden im Hinblick auf die Langlebigkeit von Datenformaten bzw. Speichermedien und den Datenschutz. Diese Aspekte stachen vor allem im Hinblick auf den Dokumentenversand bei der Vermögensanlage hervor, da es dort zum Teil um erhebliche monetäre Werte geht. Diesen haptischen Gewohnheiten wurde auf technischer Ebene durch ergonomische Browser-Anwendungen und Demoversionen begegnet. Das

Persistenz- und Datensicherheitsproblem wurde durch das Einbeziehen von Archivierungslösungen, Sicherheitsmerkmalen und verbindlichen Regularien zur Rückmigration auf papierbasierte Dokumente zu lösen versucht.

4.2 Einsatzformen

Die Mehrheit der Unternehmen setzte das *Biller Direct Model* ein. Die Rechnungsempfänger müssen sich hierbei zur Rechnungs- und Dokumentenansicht auf die Web-Seiten des Rechnungslegers begeben. Die betreffenden Unternehmen erhofften sich dadurch zudem eine verstärkte Nutzung anderer Inhalte und Angebote auf den eigenen Web-Seiten.

In einem Fall wurden die Dienste eines Konsolidators genutzt, wobei als konkrete Einsatzform das so genannte *Thick Consolidation* zu Tage trat. Bei dieser Form werden durch den Rechnungsleger alle Rechnungsdaten einem Dienstleister zugänglich gemacht, der diese den Konsumenten zusammen mit den Rechnungen anderer Unternehmen präsentiert. Hierfür besucht der Rechnungsempfänger nicht mehr die Web-Seiten des rechnungslegenden Unternehmens, sondern die internetbasierte Plattform des Dienstleisters. Die Rechnungsleger empfinden diesen „Verlust“ der Kunden oft als Nachteil. Das *Thin Consolidation* versucht dieses Problem zu vermeiden, indem der Dienstleister nur aggregierte Rechnungsdaten wie beispielsweise die Rechnungsendsumme oder den Kontostand am Monatsende präsentiert. Für weitergehende Informationen wird der Rechnungsempfänger bei Anklicken des Endbetrags auf die Web-Seite des Rechnungsstellers weitergeleitet, auf der die Rechnungsdetails archiviert werden. Diese Einsatzform wurde jedoch in keinem der befragten Unternehmen angetroffen.

Erwähnenswert ist der Tatbestand, dass jene Finanzdienstleister, die im Zahlungsverkehr eines ihrer Kerngeschäfte sahen, selbst die Rolle eines -Konsolidators anstrebten. Dennoch konnte diese Einsatzform nur einmal angetroffen werden. Insgesamt wurden folgende stichhaltigen Gründe für die Adoption des Direct Models genannt:

- ~ Das Medium stellt ein bedeutsames Marketing-Instrument dar, da es direkt beeinflussbar und relativ kostengünstig ist, reichhaltig, interaktiv und grafisch ansprechend gestaltet werden kann (*Media Richness*, [DaBaW89]) und einen regelmäßigen Kontakt zu involvierten Kunden ermöglicht. Ein Konsolidator kann dies nur bedingt erreichen, da dessen Design per se neutral gehalten werden muss, um subjektiv wahrgenommene Benachteiligungen einzelner Unternehmen zu vermeiden. Weiterhin sind interaktive Rechnungen bzw. Dokumente, die auf Pro-

dukte bzw. Seiten der Rechnungsleger verweisen, nur mit einem höheren technischen Aufwand realisierbar.

„Die Seite [des Konsolidators] muss möglichst neutral gehalten sein, damit sich die verschiedenen Marken nicht gegenseitig die Wirkung aufheben. Zudem geht die Kommunikationsplattform zum Kunden verloren. Das fällt für jedes beteiligte Unternehmen weg.“ [Unternehmen der Telekommunikationsbranche]

- ~ Ähnlich wurde bezüglich des Portalgedankens argumentiert. Die befragten Unternehmen strebten an, dass sich der Kunde bei jedem Kommunikationskontakt auf einer Plattform bewegt, die alle verfügbaren Produkte und Dienste als Selbstbedienungsfunktion (Customer-Self-Service) anbietet. Die Kunden sollten an dieses Portal gewöhnt und mit entsprechenden Informationen und Werbebotschaften geführt werden. Daher war auch *Thin-Consolidation* für die befragten Unternehmen kaum interessant, weil sich der Kunde hier nur teilweise in der angestrebten Umgebung bewegt.
- ~ Einige Unternehmen wollten ihre elektronischen Rechnungen so gestalten, dass sie den Papierrechnungen optisch entsprechen. Dies sollte helfen, den haptischen Aspekt zu überwinden und den Wechsel zu EBPP für den Kunden einfacher und intuitiver gestalten, wodurch Rückfragen und Fehlinterpretationen reduziert werden sollten. Konsolidatoren wurde diese Fähigkeit nur bedingt zugetraut.
- ~ Ebenso wünschten die Unternehmen EBPP-Lösungen, die auf sich ändernde Bedürfnisse schnell reagieren können. Konsolidatoren wurde nur eingeschränkt zugesprochen, ein hohes Maß an Flexibilität zu vergleichbaren Kosten gewährleisten zu können.
- ~ Die Preismodelle von Konsolidatoren sind dokumentenbasiert und im Wesentlichen variabel. Lösungen auf der Basis des Direct Models repräsentieren – unabhängig ob selbst erstellt oder eingekauft – fixe Kosten, die weitgehend unabhängig von der Anzahl der versendeten Menge an Dokumenten sind. Ab einer bestimmten Dokumentenmenge wird daher der Break-Even zugunsten des Direct Models erreicht. Bei großen Dokumentenmengen lassen sich Skaleneffekte hier besser realisieren, da im Gegensatz zum Konsolidator Model weniger Gemeinkosten (wie z. B. für Geschäftsleitung, Vertrieb, Marketing, Rechtsfragen und Verwaltung) anfallen.
- ~ Zudem argumentierten die befragten Unternehmen, dass kaum qualifizierte Konsolidatoren mit ausreichend Erfahrungen vorhanden seien. Vor allem der eigentliche Vorteil, dass Konsolidatoren die Rechnungen unterschiedlicher Unternehmen präsentieren, könne nicht realisiert werden, da es an der erforderlichen kritischen Inhaltsmasse fehle.
- ~ Einige Unternehmen gaben an, dass die Einbettung der zur Rechnungskonsolidierung erforderlichen Daten aufwändig und komplex sei. Der

Konsolidator sei in einem Fall nur unter großen Schwierigkeiten und bei signifikanten Risiken im Hinblick auf Stabilität des Kundensystems zur Rechnungslegung in der Lage gewesen. Andere Unternehmen berichteten, dass die Komplexität der Datenintegration neben den zu beachtenden Sicherheitsanforderungen vor allem aus den betagten und proprietären Altsystemen (Legacy – Systems) resultiert.

Besonders interessant ist der Tatbestand, dass eine integrierte Bezahlungsfunktion von *keinem* der befragten Unternehmen realisiert wurde. Stattdessen wurde das Lastschriftverfahren eingesetzt, welches als kostengünstigste und verlässliche Zahlungsform angesehen wurde. Durch einen weitgehenden Wegfall des Mahnwesens und den termingerechten bzw. planbaren Eingang der Rechnungsbeträge sind die Prozesskosten gering. Daher strebten alle befragten Unternehmen in der Untersuchung an, das Lastschriftverfahren beizubehalten. In der untersuchten Stichprobe waren allerdings ausschließlich Unternehmen vertreten, die periodisch ihre Abrechnungen erstellen. Inwiefern EBPP-Systeme in Unternehmen diffundieren, die ihre Rechnungen transaktionsbezogen stellen, wie z. B. im Versandhandel, lässt sich derzeit nur schwer sagen. Anhaltspunkte für Einsatzbeispiele mit integrierter Zahlungsfunktion konnten nicht gefunden werden. Nach Einschätzungen der Teilnehmer könnte das bedeutend niedriger ausfallende Rechnungsvolumen eine Diffusionsbarriere für die elektronische Rechnungslegung darstellen. Ohne elektronische Rechnung macht eine integrierte, interaktive Bezahlungsfunktion wenig Sinn. Im Bankensektor dagegen ist die Bezahlungsfunktion immanent in den Produkten enthalten.

Das Lastschriftverfahren ist ein Spezifikum der deutschen Geldinstitute, so dass eine Übertragung auf andere Länder nur in Ausnahmefällen möglich ist. Das Beispiel der aperiodischen, transaktionsbezogenen Abrechnung macht jedoch zudem deutlich, dass die Realisierung einer integrierten Bezahlungsfunktion und der damit verbundenen technischen Infrastruktur komplexer und aufwändiger ist als die der Rechnungspräsentation. Aufgrund der nicht feststellbaren Verbreitung der Bezahlungsfunktion müsste man eigentlich fortan von Systemen zur Präsentation elektronischer Rechnungen (Electronic Bill Presentment, EBP) bzw. von Systemen zur Präsentation elektronischer Dokumente (Electronic Document Presentment, EDP) sprechen.

Ein weiterer interessanter Aspekt ist, dass alle Unternehmen die Möglichkeit zum Widerspruch nicht im System integriert hatten, sondern außerhalb über synchrone Kommunikationskanäle (insbesondere über Call Center) anboten. Dies wurde dadurch begründet, dass die aufgetretenen Fehler zu selten und zu komplex seien, um sie im System abbilden zu können.

Aufgrund der sich bietenden Möglichkeit zum Cross- und Up-Selling wurde vermutet, dass die im Einsatz befindlichen EBPP-Systeme eng mit den betrieblichen Customer Relationship Management (CRM)-Systemen gekoppelt sind.

Diese Vermutung wurde jedoch nicht bestätigt. CRM-Systeme waren in den befragten Unternehmen der elektronischen Präsentation von Rechnung vorgelagert. Nach Aussage der befragten Unternehmen sollte CRM als integrierter Bestandteil einer EBPP-Lösung nur für Konsolidator-Lösungen genutzt werden, da erst aus dem Zusammenhang verschiedener Rechnungssteller weitere Informationen für das Marketing gewonnen werden könnten.

4.3 Aufgabenträger

Im Rahmen dieser Studie war auffallend, dass bei der Entwicklung der Systemplattform in mehreren Fällen auf externes Know-how zurückgegriffen wurde, beim Betrieb der Plattform dagegen nur in einem Fall. Offensichtlich versuchten die Unternehmen, mögliche Ressourcendefizite bei der Systementwicklung durch Auftragsentwicklungen zu umgehen, das fehlende Know-how aber ins Unternehmen zu transferieren. Spätestens beim Systembetrieb wurden die Aufgaben wieder internalisiert, um die volle Kontrolle über das System ausüben und mögliche Skaleneffekte selbst abschöpfen zu können.

Die Unternehmensleitung war an der Entscheidung in allen Fällen beteiligt und fungierte in den meisten Fällen als Machtpromotor. Da die elektronische Rechnungsstellung ein abteilungsübergreifender Prozess ist, an dem verschiedene Entscheidungsträger beteiligt sind, erscheint es für die Planung und Durchführung von EBPP-Projekten ratsam, hierarchisch übergeordnete Stellen einzubinden. Die Rolle des Innovators, d. h. derjenigen Instanz, die die EBPP-Überlegungen initiierte, war dagegen uneinheitlich. Hier traten wechselseitig die Bereiche Marketing, Rechnungswesen, Informationsverarbeitung und – sofern vorhanden – E-Business in Erscheinung.

4.4 Einführungserfahrungen

Alle befragten Unternehmen hatten vor einer breit angelegten Systemeinführung **Pilotprojekte** durchgeführt. Hierfür wurden bis zu zwanzig Personen angeworben, vornehmlich eigene Mitarbeiter, aber auch Kunden. Die Pilotprojekte führten zu Änderungen im Design und Layout der elektronischen Rechnungen sowie zu Verbesserungen der Anwenderhilfen.

Im Rahmen der Interviews konnten grundsätzlich zwei **Einführungsstrategien** festgestellt werden. Die *Zwangsumstellung* der Kunden bietet für die Unternehmen den Vorteil, Einsparungseffekte schneller erzielen zu können.

Diese Strategie geht aber auch mit höheren Risiken wie beispielsweise die einer Kundenabwanderung einher. Die wesentlich häufiger anzutreffende *Strategie eines sukzessiven Aufbaus des Systems* birgt dagegen Probleme der Realisierung von Kosteneinsparungen sowie der korrekten Skalierung des EBPP-Systems.

Die befragten Unternehmen beurteilten ihre Einführungserfahrungen weitgehend positiv. Als Indikator diene beispielsweise, dass Kunden von dem Angebot, nach der Einführung des EBPP-Systems auf einen papierbasierten Dokumentenverkehr zurückzugehen, nur in geringem Maße Gebrauch machten. Als Probleme im Rahmen der Einführung wurden lediglich die unterschiedliche technische Ausstattung der Kunden sowie die sich daraus ergebenden Anwendungsprobleme genannt. Im Wesentlichen waren dies veraltete Browser-Versionen sowie zu betagte Hardware-Konfigurationen.

4.5 Einsatzserfahrungen

Die mit der Einführung von EBPP-Systemen verbundenen Zielsetzungen konnten nach Aussage der untersuchten Unternehmen größtenteils erreicht werden. Dies galt insbesondere für die verfolgten Kostensenkungsziele, die maßgeblich von den zur Amortisation der Investitionen benötigten Nutzerzahlen sowie von der Einhaltung der Investitionsbudgets abhängen. Die in den Projekten vorgesehenen Zeiträume zur Erreichung der gewünschten Penetrationszahlen wurden nur in einem Fall überschritten. Welchen Mehrwert die eingeführten Systeme für den Kunden bieten, wurde von keinem der befragten Unternehmen gemessen. Die Nutzung von EBPP-Systemen als Marketing-Instrument wurde ebenfalls von keinem Unternehmen realisiert. Dies erscheint umso erstaunlicher, da interaktive Medien gerade die Personalisierung von Angebotsleistungen ermöglichen. Einige Unternehmen planten jedoch im Zuge der Erhöhung der Nutzerzahlen die Einbettung dieser Funktionalität.

Probleme in der Einsatzphase stellten weiterhin die bereits genannte veraltete technische Ausstattung der Kunden sowie die Skalierbarkeit der Systemarchitektur dar. Letzteres führte insbesondere zu Nachteilen im Antwortzeitverhalten der Systeme. Zu den artikulierten Wünschen der Nutzer der EBPP-Systeme gehörten zusätzliche Funktionalitäten wie z. B. statistische Auswertungsfunktionen oder mehr Komfort bei der Bedienung. Der größte Wunsch der Anbieter waren größere Nutzerzahlen. So ließe sich die Gruppe der Internet-affinen Nutzer zwar relativ schnell erschließen, der Großteil der Kunden könne jedoch nur mit starken Anreizen und erhöhtem Marketing-Aufwand zum Übergang auf den beleglosen Rechnungs- und Dokumentenverkehr bewegt werden.

5 Diskussion

Zu Beginn der Studie wurde erwartet, dass das Consolidator Model mittelfristig die am häufigsten verbreitete Systemform darstellt, da Konsumenten in einer einzigen Internet-Plattform die Dokumente mehrerer Unternehmen empfangen, ansehen und archivieren können. Insofern wurde vermutet, dass die Standardisierung der Datenformate, die zum Rechnungs-Import beim Konsolidator erforderlich sind, sowie Mechanismen zur Umsetzung des Netzeffektes vordringliche Problemstellungen darstellen würden.

Diese Erwartungen konnten nicht bestätigt werden, da alle befragten Unternehmen bis auf eine Ausnahme auf dem Biller Direct Model basierende Systeme einsetzten und keine Austauschbeziehungen mit Konsolidatoren und/oder anderen Rechnungslegern anstrebten. In diesem Modell stellen sich besonders Fragen des (ökonomischen) Nutzens für die Rechnungssteller sowie der Systemakzeptanz von Seiten der Rechnungsempfänger. Um diese Phänomene stringenter in einen theoretischen Kontext einordnen zu können, sollen die Befunde dieser Studie im Licht von zwei Theorien bzw. Konzepte näher interpretiert werden. Diese sind die *Transaktionskostentheorie* und das *Technology Acceptance Model*.

5.1 Ökonomischer Nutzen von EBPP-Systemen aus der Sicht der Unternehmen

Aus Unternehmenssicht ist das dominierende Ziel des Einsatzes von EBPP-Systemen die Erzielung eines messbaren finanziellen Vorteils. In der Studie wurde entsprechend die Kostenreduzierung als Hauptziel jedes EBPP-Vorhabens genannt. Aus Sicht der Transaktionskostentheorie (vgl. [Willi85] sowie [Jost01]) betrifft dies die *Produktionskosten*, da die Rechnungslegung integraler Bestandteil der angebotenen und durchgeführten Leistung des Unternehmens ist (z. B. Bereitstellung eines Telefonanschlusses, Ermöglichen des Führens von Telefongesprächen, Bereitstellung eines Girokontos und das Abwickeln von Transaktionen im Zahlungsverkehr). Die im Zuge der Einführung eines EBPP-Systems verbundenen *Transaktionskosten* beziehen sich auf die Suche nach internen und/oder externen Aufgabenträgern zur Entwicklung und zum Betrieb eines EBPP-Systems (=Anbahnungsphase), den Abschluss eines internen oder externen Dienstleistungsvertrags mit den verantwortlichen Systementwicklern bzw. Systembetreibern (=Vereinbarungsphase) sowie auf die Überwachung der mit der Aufgabenerfüllung betrauten Aufgabenträger zur Entwicklung und zum Betrieb der EBPP-Lösung (=Kontrollphase).

Ein Unternehmen wird aus Sicht der Transaktionskostentheorie dann die Einführung eines EBPP-Systems ins Auge fassen, wenn die daraus resultieren-

den Produktionskostenvorteile mindestens genauso hoch sind wie die aus der Systementwicklung und dem Systembetrieb resultierenden Transaktionskosten.

Will man nun erklären, warum Unternehmen das stärker unternehmensintern ausgerichtete Biller Direct Model favorisierten, so kann man unter Rückgriff auf die Transaktionskostentheorie argumentieren, dass die Gesamtkosten dieses Modells niedriger als beim externen Consolidator Model geschätzt wurden. Für diesen komparativen Kostenvorteil des Biller Direct Model können entweder Vorteile bei den Produktionskosten und/oder eine relative Einsparung bei den Transaktionskosten verantwortlich sein. Eine entscheidende Rolle nimmt hier die Spezifität der zu erbringenden Leistung ein. Dibbern [Dibb03] hat in seiner Arbeit nachgewiesen, dass insbesondere die interne Erfüllung spezifischer Aufgaben häufig zu relativen Kostenvorteilen gegenüber vom Markt bezogenen Lösungen führt. Spezifische Leistungen liegen beispielsweise dann vor, wenn das Rechnungslayout den individuellen Bedürfnissen des Unternehmens fortwährend angepasst werden soll, Hyperlinks zur Werbung für weiterer Produkte des betreffenden Unternehmens in die elektronischen Rechnungen eingefügt und verändert werden sollen, der Datenimport aus sensitiven Altsystemen erfolgt und/oder das EBPP-System eine bedeutsame Rolle in der Steigerung der Nutzerakzeptanz des Internetauftritts eines Unternehmens einnimmt. Prinzipiell können diese Anforderungen auch über einen externen Konsolidator umgesetzt werden, jedoch geht dies zu Lasten der Produktionskosten. Beim Consolidator Model sind die relativen Transaktionskosten aufgrund der Komplexität des Vertragswerks und zu regelnden datenschutzrechtlichen Tatbeständen in der Regel höher als beim Direct Model. Die Absicherung gegen drohendes opportunistisches Verhalten verstärkt diesen Effekt zudem.

Das Consolidator Model kommt daher vor allem für Unternehmen mit geringerem Rechnungsaufkommen in Betracht, die auch bereit sind, weniger spezifische Funktionen (z. B. ein Standard-Rechnungslayout) zu akzeptieren. Ob sich das Consolidator Model besser verbreiten wird, hängt jedoch vor allem von den damit verbundenen Entwicklungs- und Betriebskosten ab. Die bisher im Markt befindlichen Ansätze (z.B. memIQ oder Viper) konnten die ökonomischen Vorteile dieses Modells bisher nicht abbilden.

5.2 *Technologieakzeptanz aus der Sicht der Konsumenten*

Im vorigen Abschnitt wurde erörtert, dass Unternehmen nur bei einem potenziellen finanziellen Vorteil bereit sind in EBPP-Lösungen und damit in die erforderliche Basisinfrastruktur zu investieren. Die Existenz einer technischen Infrastruktur ist jedoch nur eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für den Einsatz von EBPP-Systemen. Die hinreichende Bedingung stellt erst die

Akzeptanz von Seiten der Konsumenten dar. Diese soll mit Hilfe des Technology Acceptance (TAM) - Modells analysiert werden (vgl. [Davis89]).

Eine zentrale Größe in diesem Modell nimmt das Konstrukt „*Perceived Usefulness*“ ein. Es beschreibt das geschätzte Ausmaß, in dem eine Person seine Arbeitsergebnisse mit Hilfe der Technologie verbessern kann. Nur wenn die angebotene Lösung als nützlich eingestuft wird, wird sie akzeptiert und genutzt werden. Die vorliegende Studie macht deutlich, dass die Konsumenten die Verfügbarkeit eines EBPP-Systems allein als nicht ausreichend „*useful*“ erachten. Vielmehr müssen die einführenden Unternehmen zusätzliche Funktionalitäten wie z. B. Archivierungs- oder Auswertungsfunktionen einbetten, die die „*job performance*“ der Konsumenten steigern bzw. auf dem Niveau der papiergestützten Vorgehensweise halten. Aufgrund des starken haptischen Moments der Papierform bedarf es zudem zusätzlicher ökonomischer Anreize (wie z. B. Freiminuten beim Telefonieren) oder der Ankündigung von Strafen (z. B. monatliche Gebühren für den papierbasierten Dokumentenverkehr), um eine „*Perceived Usefulness*“ bezüglich der Nutzung der EBPP-Systeme bei den Konsumenten in ausreichendem Ausmaß hervorzurufen. Auch die Anerkennung der elektronischen Dokumente vom Finanzamt ist ein Aspekt, der die Usefulness eines EBPP-Systems aus Sicht der Konsumenten beeinflusst.

Neben der angenommenen Nützlichkeit spielt die wahrgenommene Einfachheit der Anwendung („*Perceived Ease of Use*“) eine wichtige Bedeutung für die Akzeptanz einer Technologie. Damit wird der mit der Nutzung verbundene Aufwand ausgedrückt, der vom Nutzer aufgebracht werden muss, wenn er das EBPP-System anwendet. Darunter fallen zum Beispiel die Einfachheit der Systembedienung oder das Treffen zusätzlicher Sicherheitsvorkehrungen. Je geringer der mit der Nutzung des EBPP-Systems verbundene Aufwand ist, desto wahrscheinlicher ist die Adoption von Seiten der Konsumenten.

Da EBPP-Systeme im Konsumentenbereich nahezu ausschließlich über das Internet als System- und Kommunikationsplattform realisiert werden, muss davon ausgegangen werden, dass sowohl der wahrgenommene Nutzen als auch die eingeschätzte Einfachheit der Nutzung erheblich von dem bisherigen Nutzungsverhalten der Konsumenten des Internets abhängig ist. Dies ist vor allem für jene Unternehmen von Vorteil, deren Kunden Internet-affin sind, wie z. B. von Internet-Banken oder Discount-Brokern. Daher besitzen solche Unternehmen einen komparativen Vorteil beim Aufbau einer Nutzerbasis ihrer EBPP-Systeme.

Aus dem eingeschätzten Nutzen und der wahrgenommenen Einfachheit der Nutzung einer Technologie bildet der Konsument gemäß des TAM-Modells seine Einstellung gegenüber der Nutzung der Technologie, welche letztendlich ausschlaggebend für die tatsächliche Nutzung des Systems ist. Nur wenn der Konsument durch Abwägen der persönlichen Vor- und Nachteile zu einer posi-

tiven Einstellung gegenüber der Nutzung eines EBPP-Systems kommt, wird er bereit sein, dieses auch tatsächlich zu nutzen.

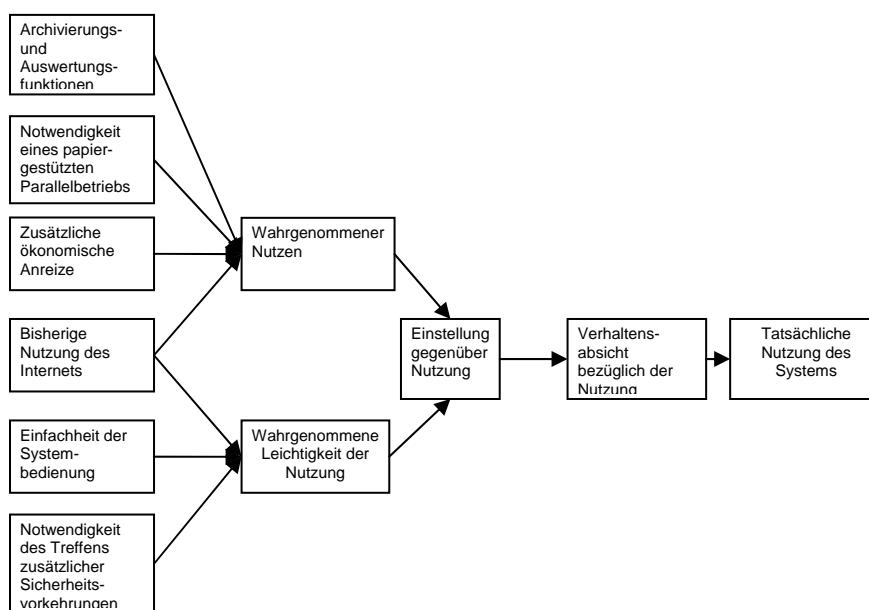


Abbildung 2: Einflussfaktoren auf die Akzeptanz eines EBPP-Systems von Seiten der Konsumenten

6 Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Studie macht deutlich, dass die Diffusion von EBPP-Systemen noch am Anfang steht. Das Haupteinsatzmotiv der Anbieter stellen hohe Kosteneinsparungspotenziale dar. Aus Nutzersicht stoßen EBPP-Systeme dann auf eine Akzeptanz, wenn funktionale und monetäre Anreize zur Systemnutzung angeboten werden.

Das Biller Direct Model ist derzeit die dominante Formausprägung. Konsolidatoren im Sinne eines klassischen Intermediärs spielen dagegen keine bedeutende Rolle. Der Hauptgrund für die relative Vorteilhaftigkeit des Biller Direct Models wird in komparativen Kostenvorteilen bei hohen Rechnungsvolumina und spezifischen Anforderungen gesehen.

Von nachgelagerter Bedeutung ist die integrierte Bezahlungsfunktion. Es konnte kein Unternehmen identifiziert werden, das eine integrierte und interaktive Be-

zahlung über das Internet ermöglicht. Als Grund hierfür wird die Effizienz des Lastschriftverfahrens gesehen, welche sich durch die geringen Infrastrukturanforderungen und die relativ hohe Sicherheit ergibt.

Berücksichtigt werden muss jedoch, dass in der vorliegenden Studie Unternehmen mit hohen Umsätzen sowie hohen und periodischen Rechnungsvolumina untersucht wurden. Dieser Tatbestand war unumgänglich, da EBPP bei kleineren und mittleren Unternehmen noch kaum verbreitet ist. Wie in der Diskussion gezeigt wurde, könnten jedoch gerade diese eine interessante Zielgruppe für das Consolidator Model darstellen, da sie bereit sein könnten, auf spezifische Funktionen zu verzichten, um hohe Investitionen in eine eigene Infrastruktur zu vermeiden.

Einen weiteren spannenden Ansatz stellen die so genannten Aggregatoren (vgl. z. B. *www.yodlee.com*) dar. Diese aggregieren unterschiedliche Konten sowie die darin enthaltenen Informationen (z. B. Bank, Kreditkarte, Telefon, Gas, Wasser, Fluggesellschaften, E-Mails, etc.) und integrieren die Bezahlungsfunktion. Klickt der Konsument auf einen saldierten Kontostand, so wird er direkt auf die Web-Seiten des rechnungslegenden Unternehmens weitergeleitet. Dieses Modell ähnelt somit einem Thin-Consolidation-Ansatz, da alle Rechnungen der angeschlossenen Unternehmen von dort aus eingesehen werden können. Den rechnungslegenden Unternehmen bietet es die Möglichkeit, die Dokumente nach wie vor in den eigenen Internet-Auftritt einzubetten. Insofern erscheinen Konto-Aggregatoren auf den ersten Blick als Win-Win-Situation, die einzig und allein durch die Akzeptanz der Nutzer ermöglicht wird. Während das Modell in den USA ein großer Erfolg ist, scheinen der Ausbreitung in Deutschland Sicherheitsbedenken noch Grenzen zu setzen. Schließlich müssen der Software des Aggregators alle Zugangsdaten zu den betreffenden Konten mitgeteilt werden.

Literatur:

- [Atte95] *Atteslander, Peter*: Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Auflage, Berlin 1995.
- [DaBaW89] *Davis, Fred D.; Bagozzi, Richard P.; Warshaw, Paul R.*: User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. In: *Management Science* 35 (1989) 8, S. 982-1003.
- [Davis89] *Davis, Fred D.*: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. In: *MIS Quarterly*, September 1989, S. 319-340.
- [Dibb03] *Dibbern, J.*: The Sourcing of Application Software Development and Maintenance – Empirical Evidence of Cultural, Industry and Functional Differences, Dissertation, Bayreuth 2003.
- [EiSc99] *Eicker, St.; Schwichtenberg, H.*: Internet Bill Presentment and Payment als neue Form des Electronic Billing. In: *Scheer, A.W.; Nüttgens, M. (Hrsg.)*: Electronic Business Engineering, Heidelberg 1999.

- [Hein93] *Heinzl, Armin*: Die Ausgliederung der betrieblichen Datenverarbeitung – Eine empirische Analyse der Motive, Formen und Wirkungen. 2. Aufl., Stuttgart 1993.
- [Jost01] *Jost, Peter-J.*: Vorwort. In: *Jost, Peter-J. (Hrsg.)*: Der Transaktionskostenansatz in der Betriebswirtschaftslehre. Stuttgart 2001, S. 1-5.
- [KlMy99] *Klein, Heinz K.; Myers, Michael D.*: A Set of Principles for Conducting and Evaluating Interpretive Field Studies in Information Systems. In: *MIS Quarterly* 23(1999) 1, S. 67-94.
- [SigG01] Gesetz über Rahmenbedingungen für elektronische Signaturen und zur Änderung weiterer Vorschriften vom 16. Mai 2001. In: Bundesgesetzblatt Jahrgang 2001 Teil I Nr. 22, ausgegeben zu Bonn am 21. Mai 2001, S. 876 – 884. Alternativ: http://www.regtp.de/imperia/md/content/tech_reg_t/digisign/28.pdf, Abgerufen am 28.01.04.
- [SpPf01] *Spann, Martin; Pfaff, Donovan*: Electronic Bill Presentment and Payment (EBPP). In: *DBW* 2001 (4), S. 509-512.
- [Thom65] *Thompson, Victor A.*: Bureaucracy and Innovation. In: *Administration Science Quarterly* 10 (1965) 1, S 1-20.
- [Willi85] *Williamson, Oliver E.*: The Economic Institution of Capitalism: firms, markets, relational contracting. New York 1985.
- [Woll73] *Wollnik, Michael*: Die explorative Verwendung systematischen Erfahrungswissens – Plädoyer für einen aufgeklärten Empirismus in der Betriebswirtschaftslehre. In: *Kubicek, Herbert (Hrsg.); Wollnik, Michael (Hrsg.)*: Zur empirischen Grundlagenforschung in der Organisationstheorie. Köln 1973. Alternativ: www.unikoblenz.de/~iwi/wissenschaftstheorie/wwt/1Wollnik.pdf, Abruf am 28.01.2004.