

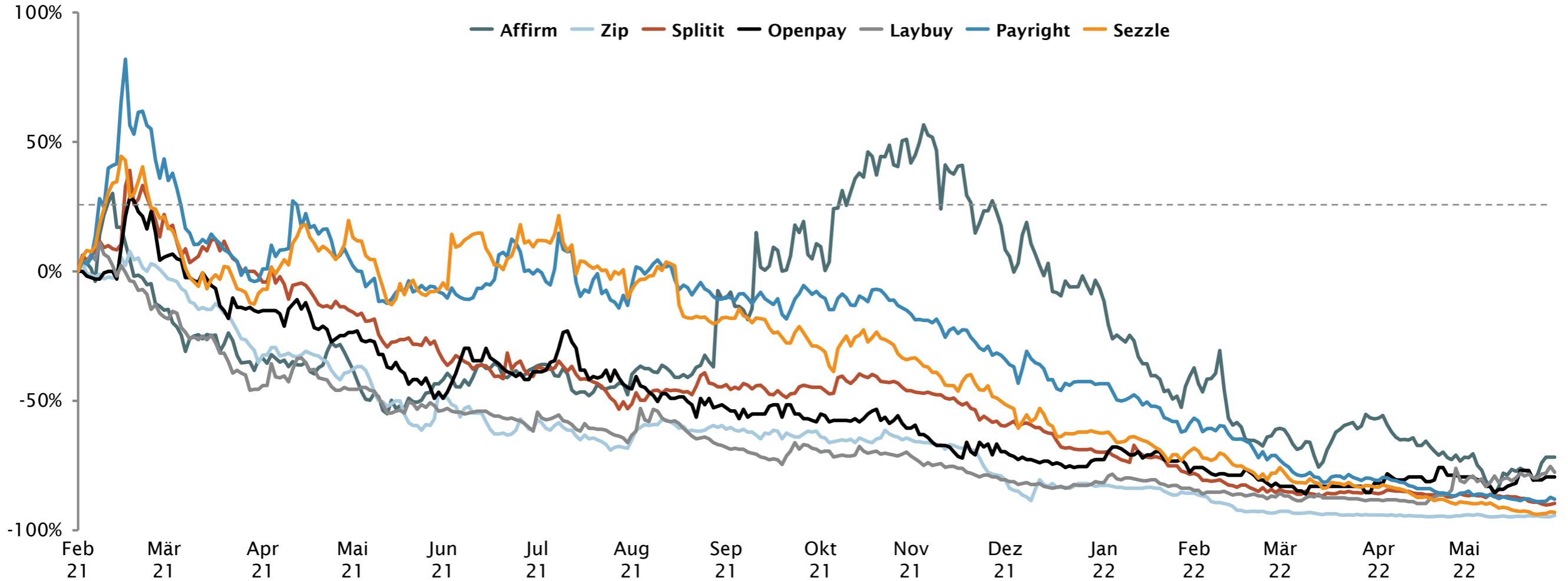
BNPL – Boom oder Bubble?

Aktuelle Beobachtungen und Hypothesen zur weiteren Entwicklung

Berlin, 29. Juni 2022

Bubble? Innerhalb der letzten 5 Quartale sind die Aktienkurse der börsennotierten BNPL-Anbieter um ca. 70% eingebrochen

Bewertungen gelisteter BNPL-Akteure



Bubble? Innerhalb der letzten 5 Quartale sind die Aktienkurse der börsennotierten BNPL-Anbieter um ca. 70% eingebrochen

Bewertungen gelisteter BNPL-Akteure

Bloomberg
Europe Edition

• Live Now Markets **Technology** Politics Wealth Pursuits Opinion Businessweek Equality Gre

Technology

Klarna Faces Valuation Drop to \$30 Billion as Seeks Funding

- Potential deal could cut Swedish fintech's value by a third
- Klarna was Europe's most valuable startup after June funding

manager magazin Abonnement Anmelden

Menü Startseite > Unternehmen > Tech > Klarna > Klarna: Massenentlassungen bei Europas wertvollstem Start-up

Fintech Klarna

Massenentlassungen bei Europas wertvollstem Start-up

Das schwedische Fintech Klarna ist so hoch bewertet wie kein anderes Start-up auf dem Kontinent. Nun entlässt Co-Gründer Sebastian Siemiatkowski zehn Prozent der Belegschaft: 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

— Laybuy — Payright — Sezzle

Home FFWD-Konferenz Workshops Podcasts Newsletter **FINANCE FWD** Search ...

Anzeige

09.05.2022 John Stanley Hunter | FintechPayment

„Buy now, pay later“-Anbieter Sezzle entlässt Mitarbeiter in Berlin

Exklusiv: Erst vor einem Jahr plante das Fintech Sezzle, in Europa durchzustarten. Der einst gehypte „Buy now, pay later“-Anbieter aus den USA eröffnete ein Büro in Berlin und lockte mit hohen Gehältern. Nun soll schon wieder Schluss sein, Sezzle will die Expansion offenbar stoppen.



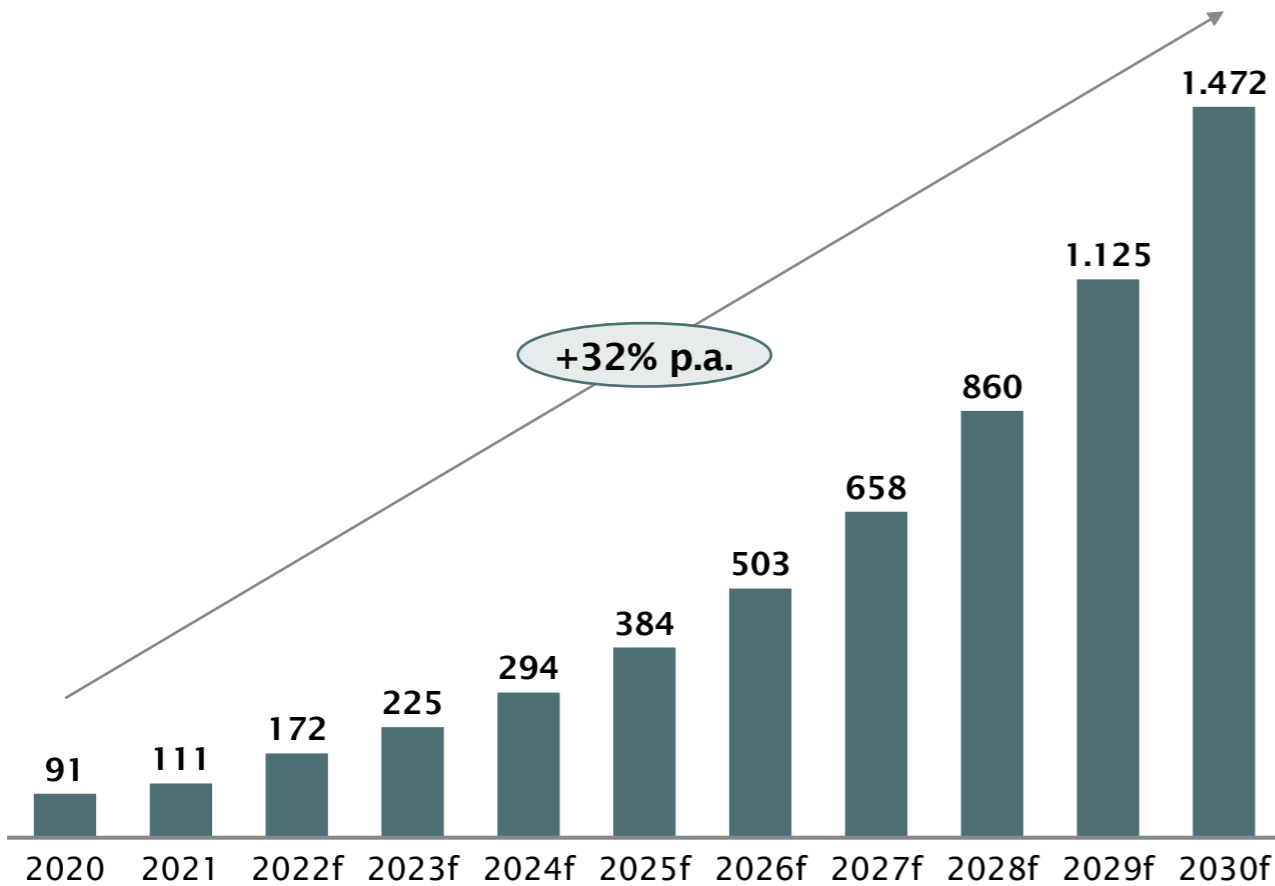
Month	Laybuy	Payright	Sezzle
Nov 21	High	High	High
Dez 21	High	High	High
Jan 22	High	High	High
Feb 22	High	High	High
Mär 22	High	High	High
Apr 22	High	High	High
Mai 22	Low	Low	Low

Boom? Marktexperten, VCs und BigTechs rechnen weiterhin mit erheblichem Wachstum des BNPL-Segments

Attraktivität des Segments für Investoren

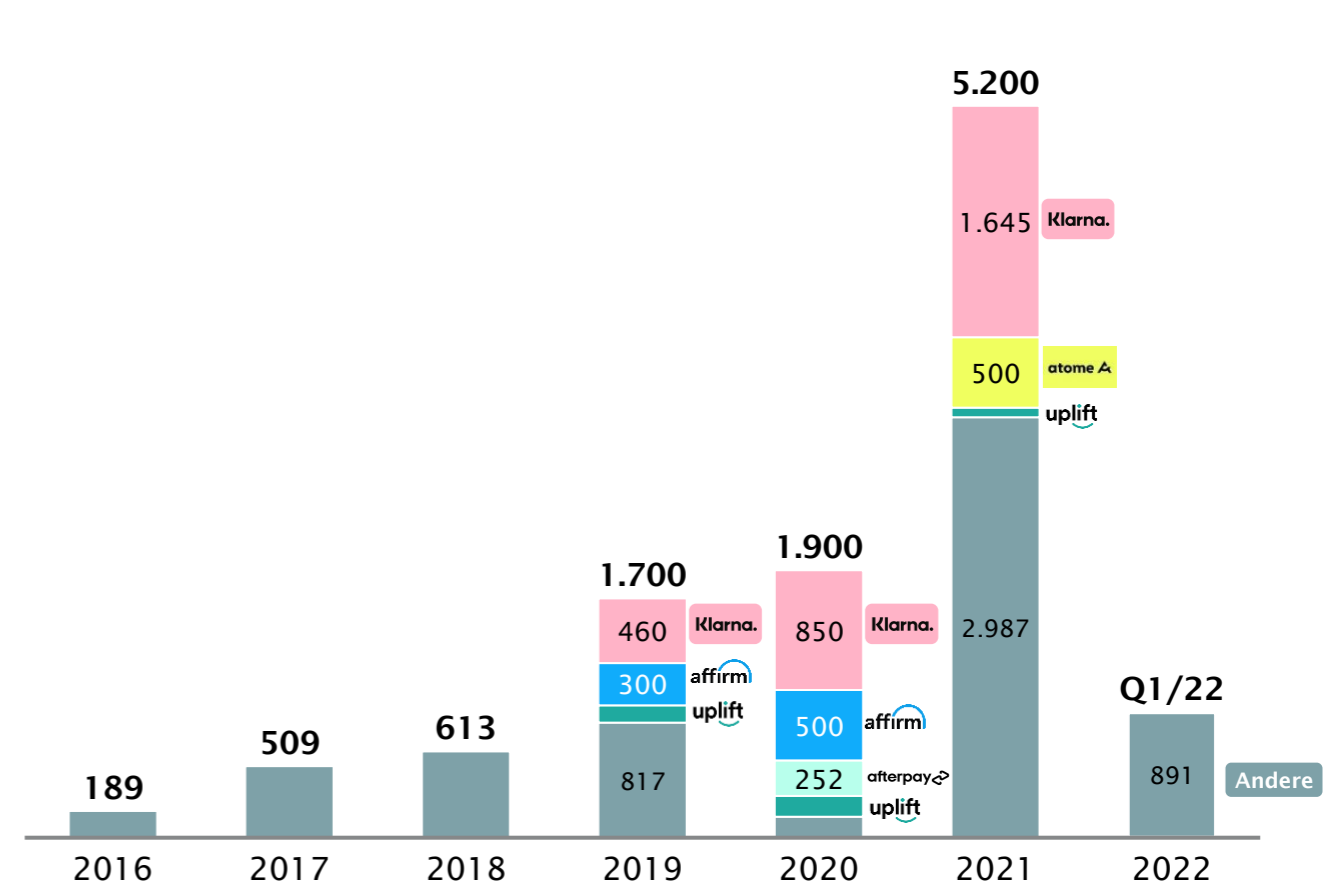
Prognose Entwicklung BNPL

bis 2030 (global, in mUSD)

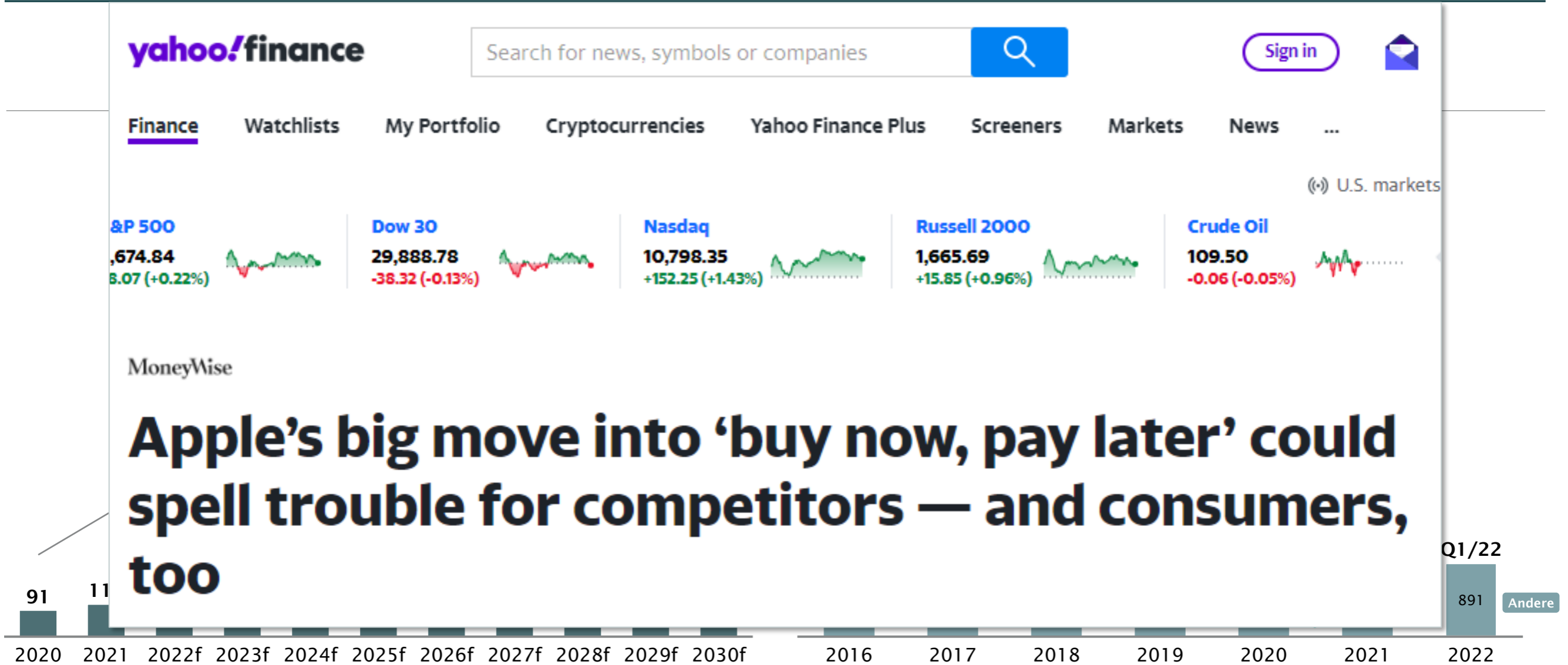


Finanzierungsvolumen in BNPL

Erfasstes Investitionsvolumen nach BNPL-Anbieter seit 2016 (in mUSD)



Boom? Marktexperten, VCs und BigTechs rechnen weiterhin mit erheblichem Wachstum des BNPL-Segments



Agenda

Aktuelle Beobachtungen

Hypothesen zur weiteren Entwicklung

Profil Arkwright

Boom oder Bubble? Basis für eine Einschätzung ist die Analyse des BNPL-Segments entlang von 5 Kernfragen

Kernfragen zum Status quo

Aktuelle Beobachtungen

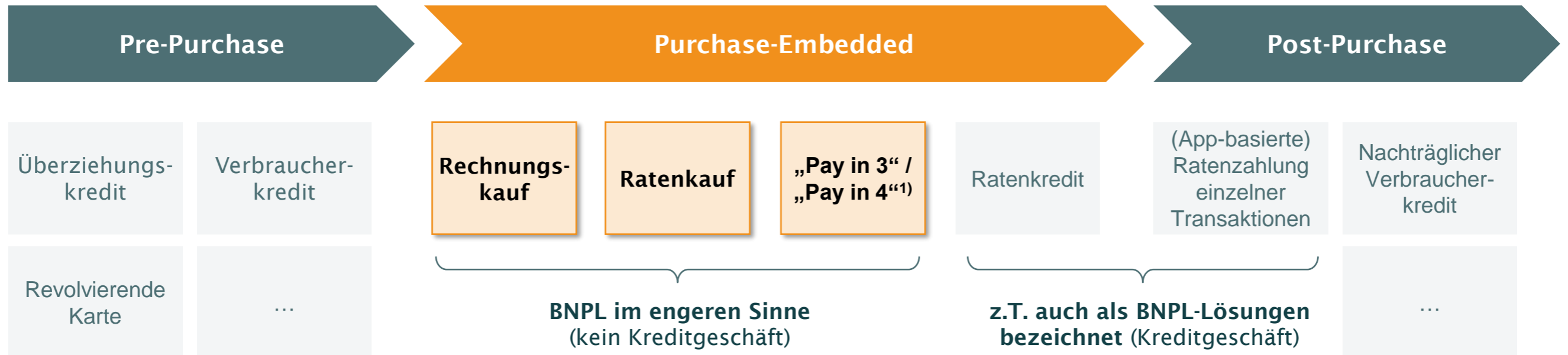


1. **Definition** Was ist unter BNPL zu verstehen?
2. **Treiber** Welche Treiber stecken hinter dem Erfolg?
3. **Zielgruppe** Wer nutzt BNPL?
4. **Relevanz** Wie groß ist der Anteil von BNPL?
5. **Profitabilität** Wie profitabel wird BNPL betrieben?

Im engeren Sinne umfasst „BNPL“ nur Finanzierungsformen, die unmittelbar in den Bezahlvorgang eingebettet sind und kein Kreditgeschäft darstellen

1. Definition | Was ist unter BNPL zu verstehen?

Konsumentenfinanzierungsprodukte nach Abschlusszeitpunkt:



Der BNPL-Hype bezieht sich auf **BNPL-Produkte im engeren Sinne**, da nur bei dieser Form die **relevanten Treiber für den Erfolg von BNPL** umfassend zum Tragen kommen

BNPL bietet eine *differenzierende* Value Proposition für Konsumenten und Händler – befeuert durch Wachstumskapital von VCs

2. Treiber | Welche Treiber stecken hinter dem Erfolg? (1/2)



Konsumenten

Reibungslose Experience entlang der „Shopping Journey“

Psychologische Wahrnehmung als „Payment“, nicht als „Finanzierung“

Scheinbar **erhöhtes Budget** für spontane Konsumausgaben



Händler

Zugang zu **Neukunden**

Steigerung **Sales Conversion und Warenkorb**

Steigerung Kundenloyalität (wiederkehrende Shopper)

Vertiefung im Folgenden



Investoren

Massive Fundings in Verbindung mit Wachstumsdruck und ...

... dementsprechend einem expansiven **Salesansatz**

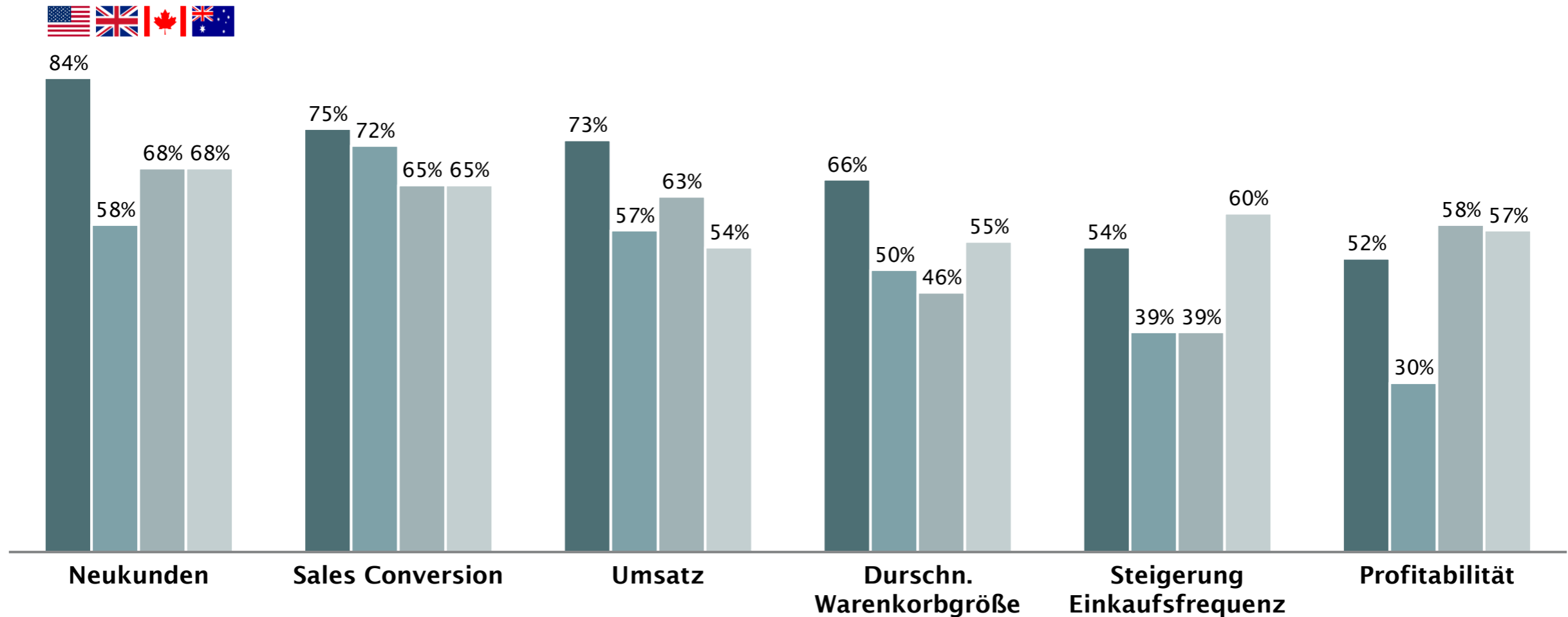
„BNPL is often positioned as a **new way of buying, not as borrowing**“ – *Steve Cocheo, The Financial Brand*

Verschiedene Studien bestätigen relevante Mehrwerte von BNPL für Händler – insbesondere der Zugang zu Neukunden, erhöhte Sales Conversion und gesteigerte Umsätze

2. Treiber | Welche Treiber stecken hinter dem Erfolg? (2/2)

Mehrwert von BNPL aus Händlerperspektive:

(Anteil Händler, die entsprechende Verbesserung festgestellt haben, N = 1.000 je Markt)

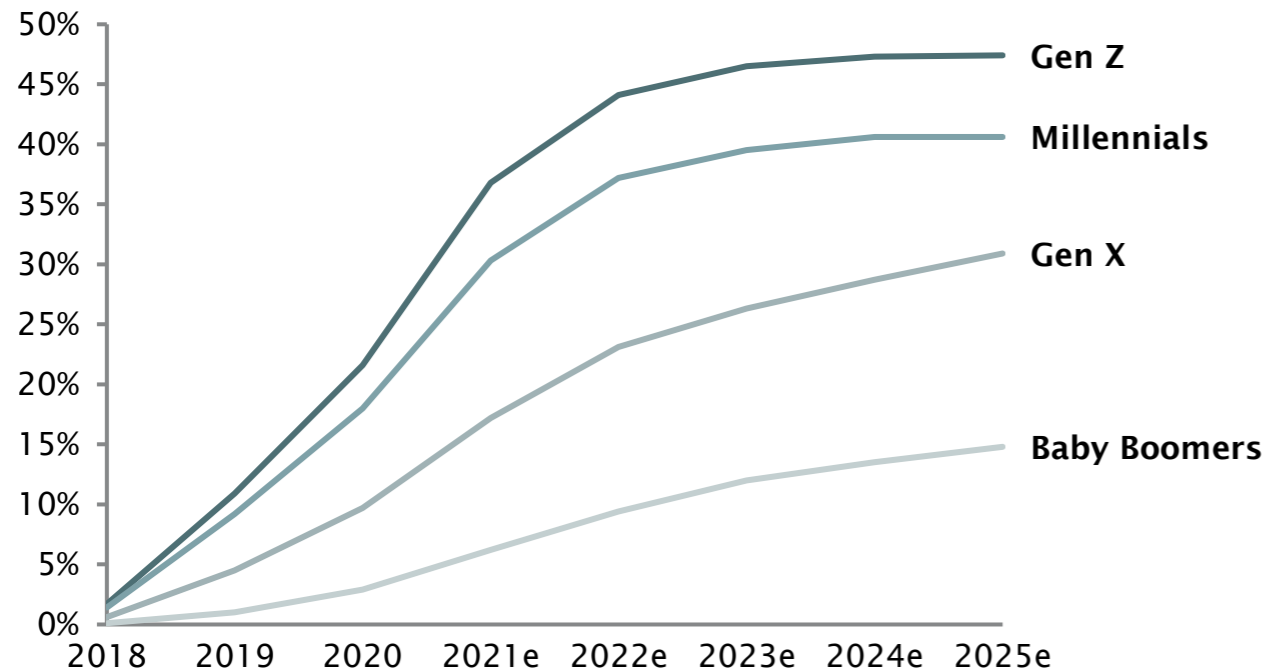


Die Adoption von BNPL wird insb. von der „Generation Z“ und den „Millenials“ getrieben, also einer vglw. jungen Zielgruppe, die nach ca. 1985 geboren wurde

3. Zielgruppe | Wer nutzt BNPL? (1/2)

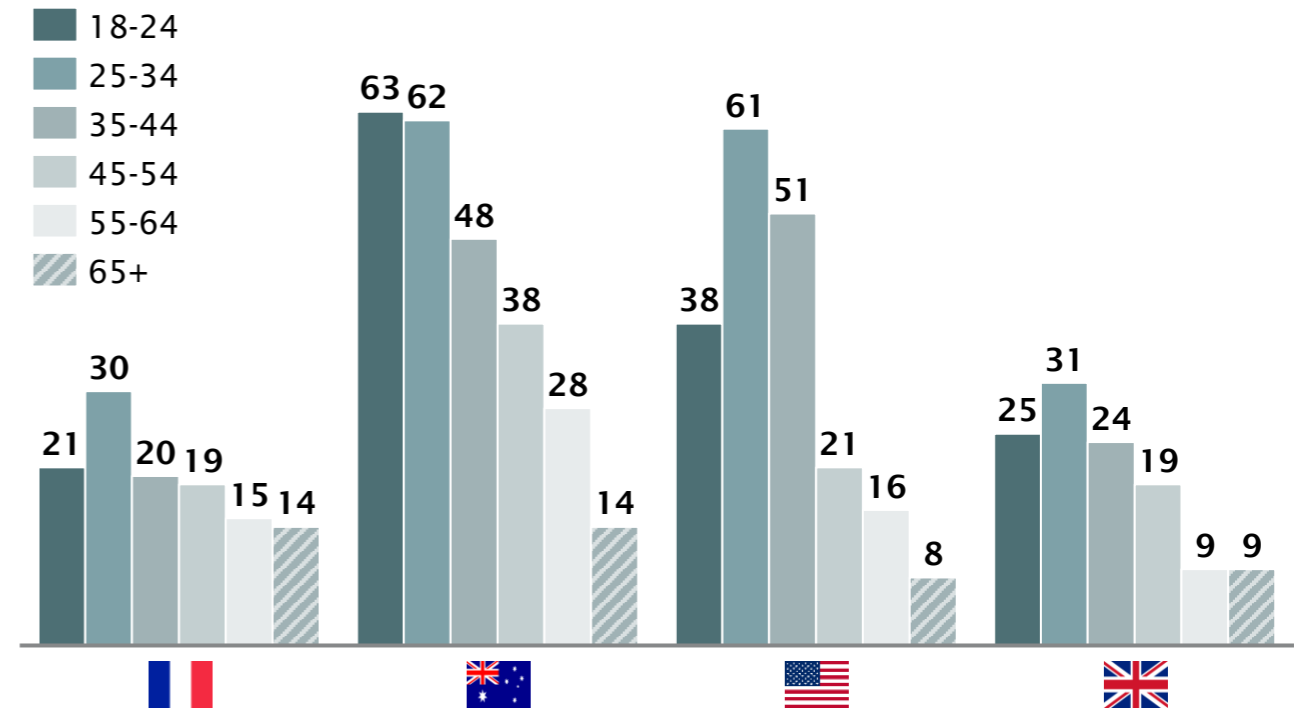
BNPL-Penetrationsraten in den USA nach Generationen

Anteil aktiver Nutzer im Zeitverlauf aufgeteilt nach Generationengruppe, USA



BNPL-Nutzung nach Alter im internationalen Vergleich

Prozentualer Anteil aktiver Nutzer aufgeteilt nach Altersgruppen



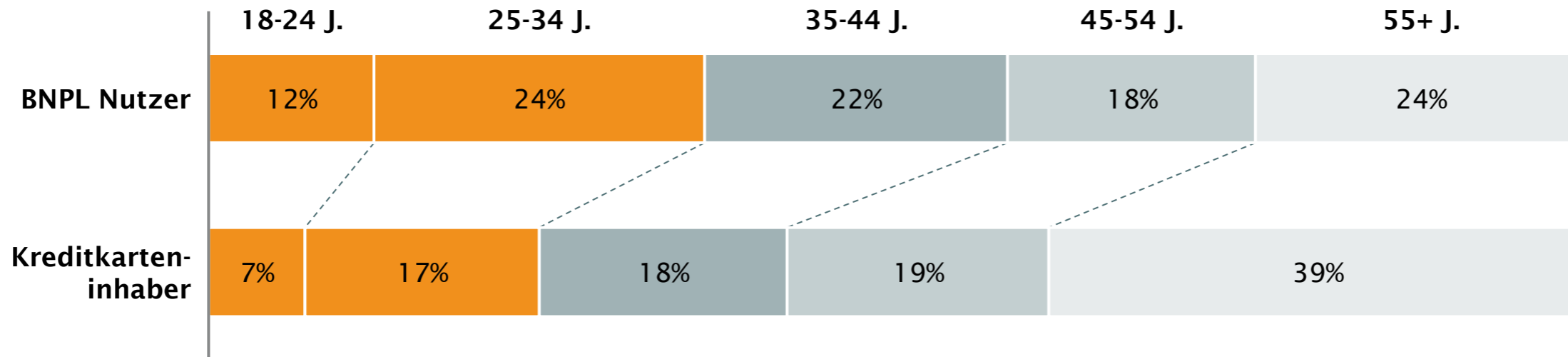
In der westlichen Welt nutzen **Gen Z und Millennials** BNPL deutlich häufiger als ältere Nutzergruppen. **Im Zeitverlauf** ist eine zunehmende **Diffusion in alle Altersschichten** zu beobachten bzw. prognostiziert

In der Konsequenz verdrängen BNPL-Lösungen in den jüngeren Zielgruppen traditionelle Produkte der Konsumentenfinanzierung

3. Zielgruppe | Wer nutzt BNPL? (2/2)

Altersverteilung Nutzer BNPL vs. Kreditkarte:

(Erwachsene, die BNPL-Produkte genutzt haben im Vergleich zu Kreditkartenbesitzern in UK, 2020)



„We do expect BNPL to **grow faster than traditional credit cards** in Europe. And we think this adds up to the trend of Fintechs slowly '**skimming the cream**' off different banks' businesses in Europe.“

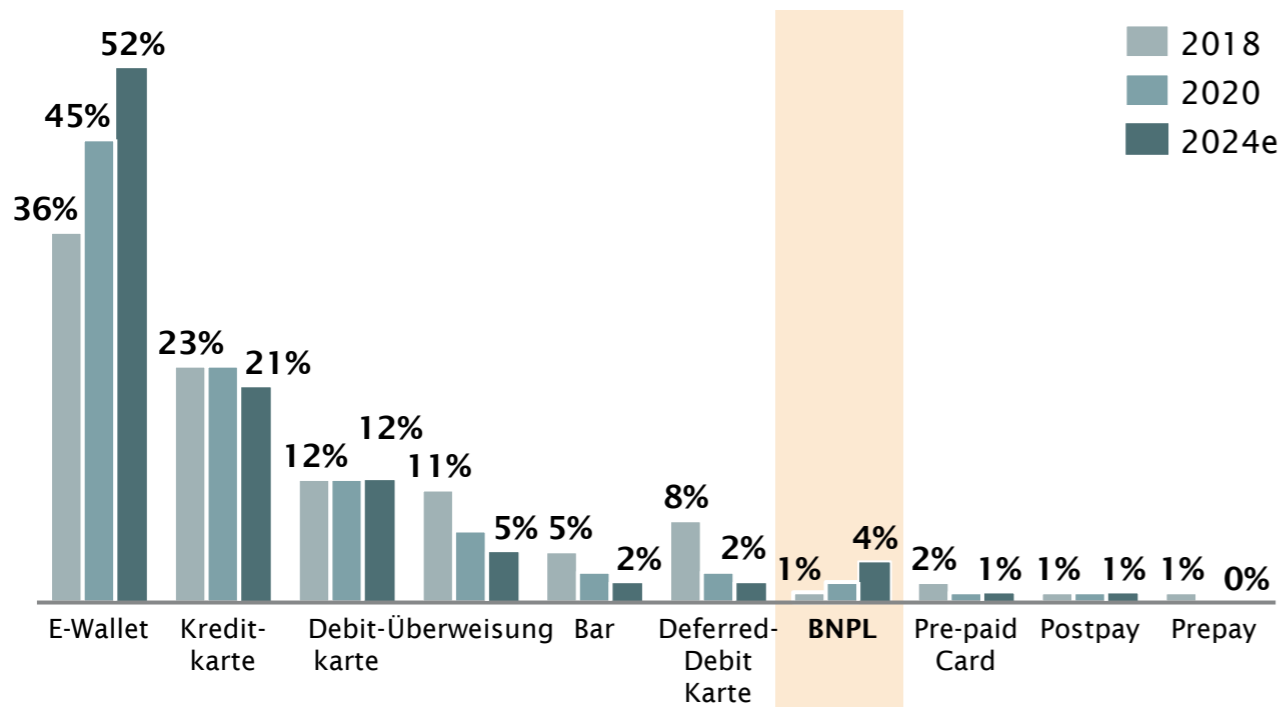
Giulia Aurora Miotto, Executive Director Morgan Stanley

BNPL spielt im eCommerce „noch“ eine untergeordnete Rolle, zeigt aber durch hohe Wachstumsraten eine deutlich zunehmende Relevanz

4. Relevanz | Wie groß ist der Anteil von BNPL?

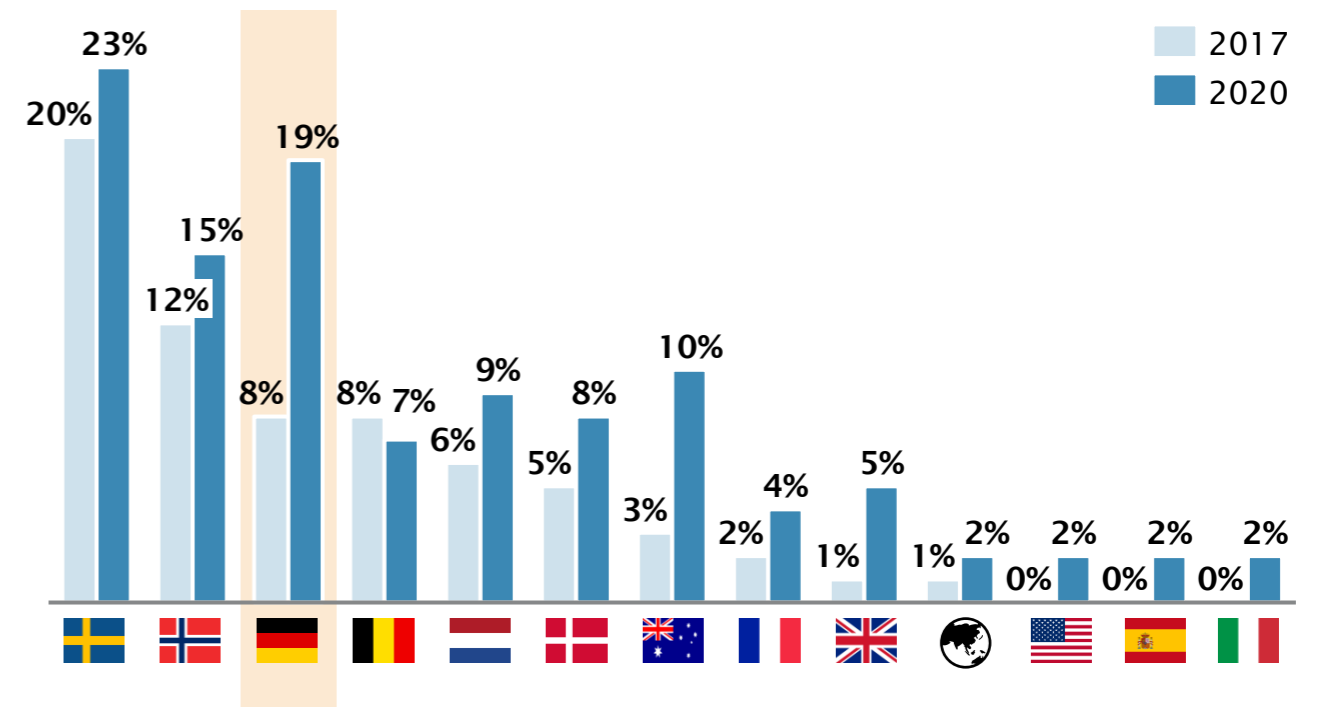
Anteil von BNPL an weltweiten eCommerce-Käufen

Prozentualer Anteil an Onlinekäufen nach Zahlungsmethode in 2018, 2020, 2024e



Anteil von BNPL an eCommerce-Käufen nach Ländern

Prozentualer Anteil von BNPL an Onlinekäufen in 2017 und 2020



BNPL macht **bisher weniger als 2% des globalen eCommerce** aus. Es ist jedoch das prozentual am **stärksten wachsende Bezahlverfahren** und weist eine stark wachsende Verbreitung auf

BNPL-Anbieter betreiben ihr Geschäft aktuell überwiegend nicht profitabel. Hintergrund dafür sind die beträchtlichen Investitionen in Wachstum, um Marktanteile zu besetzen

5. Profitabilität | Wie profitabel wird BNPL betrieben?



Hohe Umsatzerlöse auf Kosten von **Investitionen in Wachstum** und (aktuell noch?) vergleichsweise **tolerante Kreditrisikomodelle**

Agenda

Aktuelle Beobachtungen

Hypothesen zur weiteren Entwicklung

Profil Arkwright

„Boom oder Bubble? Commoditization!“ BNPL-Segment befindet sich in zunehmender Reifephase, die u.a. durch weiteres Wachstum und Konsolidierungen gekennzeichnet sein wird

Hypothesen zur weiteren Entwicklung des BNPL-Segments

Hypothesen zur weiteren Entwicklung

- H1 Wachstum**
BNPL-Produkte bieten Konsumenten und Händlern einen relevanten Mehrwert und werden **weiter an Bedeutung gewinnen** – durch die Ausweitung auf andere Segmente (z. B. KMU), andere Kanäle (z.B. physischer POS) und Penetration älterer Zielgruppen
- H2 Zunehmende Reife**
Es gibt aktuell ein **Überangebot an BNPL-Produkten und zu viele Anbieter**. Dies führt zu einer „Commoditization“ des Produktes, einem „Race for Scale“ und letztlich zu weiteren Konsolidierungen unter den Anbietern
- H3 Regulatorik**
Innerhalb der nächsten Jahre ist ein **regulatorisches „Level-playing-field“** zwischen Banken und BNPL-Anbietern absehbar, dies führt jedoch nicht zwangsläufig zu einer wesentlichen Stärkung der Wettbewerbsposition von Banken
- H4 Wettbewerb**
Entscheidende „Gatekeeper“ für das Angebot spezifischer BNPL-Lösungen in der Customer Journey werden **BNPL-Aggregatoren, Big Techs & digitale Ökosysteme** sowie BNPL-Anbieter, die in ein breiteres B2C/B2B-Angebot expandieren können
- H5 Positionierung Retailbanken**
Für Banken in Deutschland gibt es weiterhin **verschiedene Möglichkeiten**, um sich im BNPL-Segment zu positionieren; u.a. bietet der aktuelle „Shakeout“ dazu verschiedene Chancen

Vertiefung im Folgenden

Regulatorisches „Level-playing-field“ zwischen Banken und BNPL-Anbietern mittelfristig absehbar, jedoch keine wesentliche Stärkung der Wettbewerbsposition von Banken

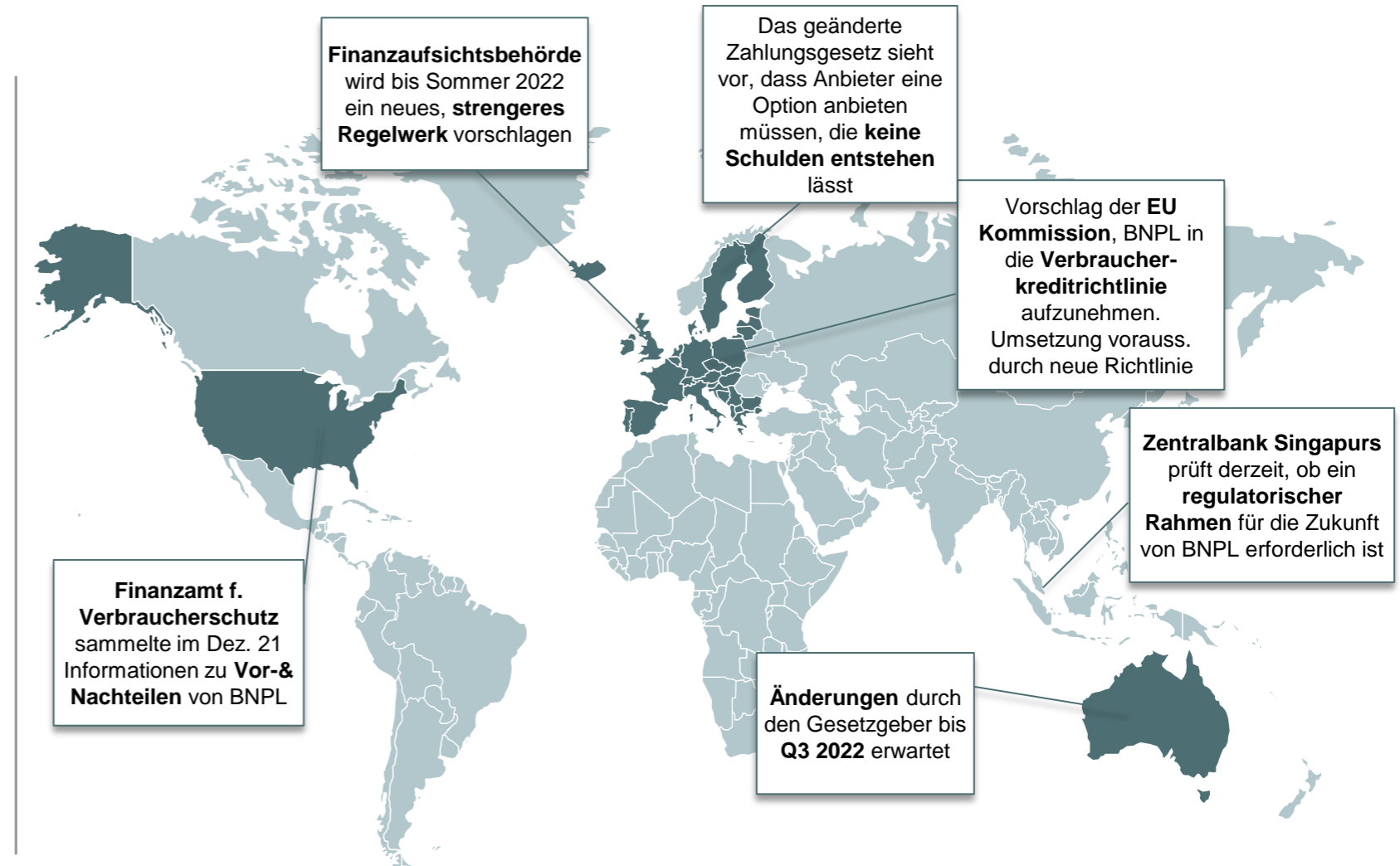
3. Hypothese | Regulatorik

BNPL führt zu Fehlanreizen für Konsumenten: (Befragung unter 1.500 Konsumenten, US)

- **Fast 70%** der BNPL-Nutzer geben zu, dass sie **weniger ausgeben würden**, wenn sie den vollen Kaufpreis bezahlen müssten
- **42%** der BNPL-Nutzer geben an, bereits einmal im **Zahlungsverzug** bei BNPL-Krediten gewesen zu sein
- **23%** der BNPL-Kunden **bereuen** die Finanzierung einer Anschaffung via BNPL im Nachgang

Schaffung regulatorisches „Level-playing-field“:

- Zunehmend weltweite Initiativen, die die **rechtlichen Voraussetzungen** für BNPL-Produkte und bankrechtliche Kredite angleichen
- Beispielsweise sollen **etablierte Instrumente** (z.B. KYC, Haushaltsrechnung, Credit Scoring) durchgesetzt und „Schlupflöcher“ geschlossen werden



Entscheidende Gatekeeper werden BNPL-Aggregatoren, Big Techs & digitale Ökosysteme sowie BNPL-Anbieter, die ein breites B2C/B2B-Angebot entwickeln können

4. Hypothese | Wettbewerb

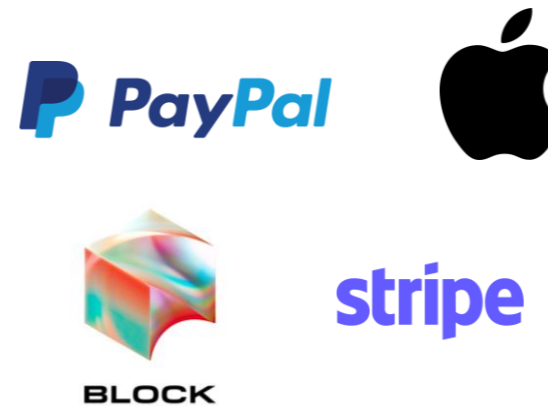
AUSWAHL

BNPL-Aggregatoren

BigTechs & digitale Ökosysteme

„Expanded“ BNPL-Anbieter

Beispiele



„Right to Play“

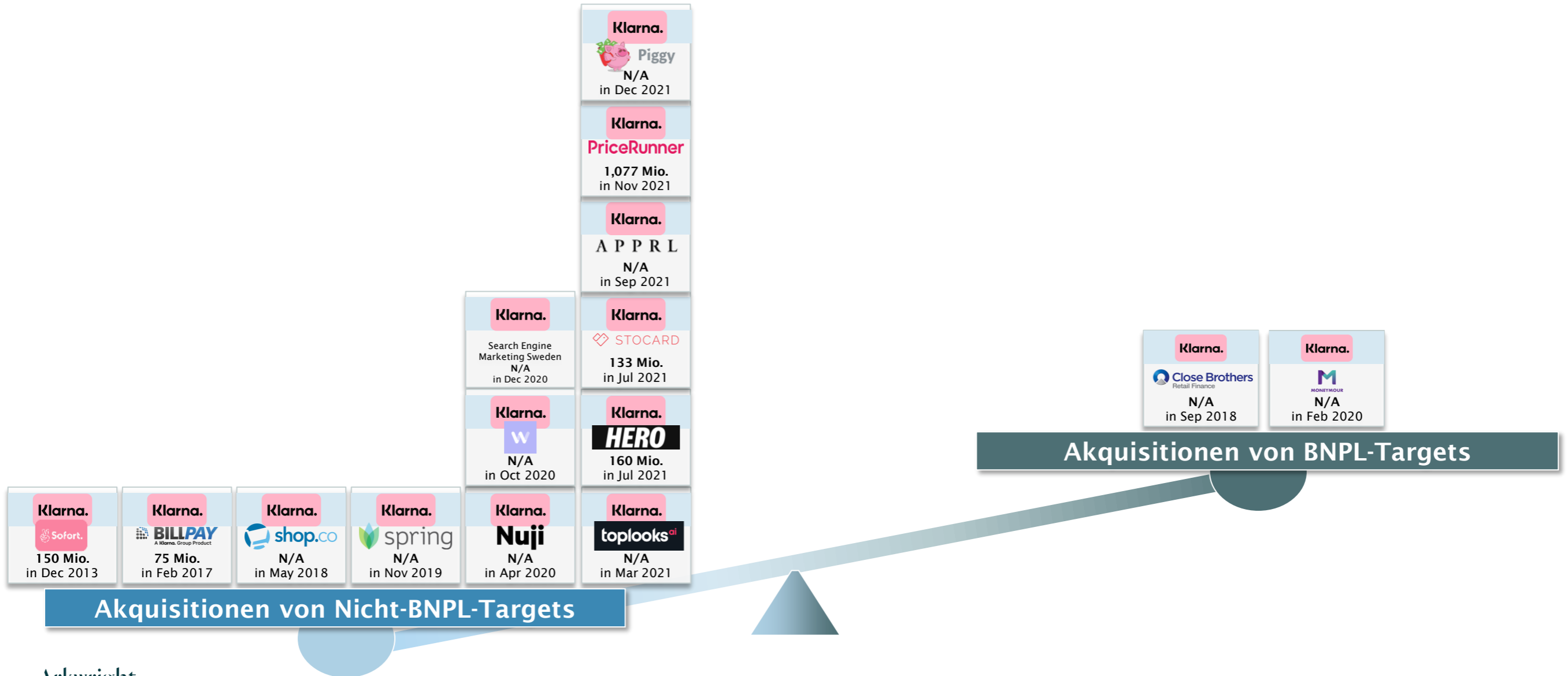
Vereinfachte technische Integration („one stop shop“)

Kundenzugang und / oder Händlerzugang

Kundenzugang und / oder Händlerzugang

Marktführer Klarna verfolgt eine ausgeprägte Expansionsstrategie und erweitert bereits seit längerem das eigene Geschäftsmodell durch Akquisitionen

4. Hypothese | Wettbewerb (Akquisitionen von Klarna seit 2013, Transaktionswerte in USD)

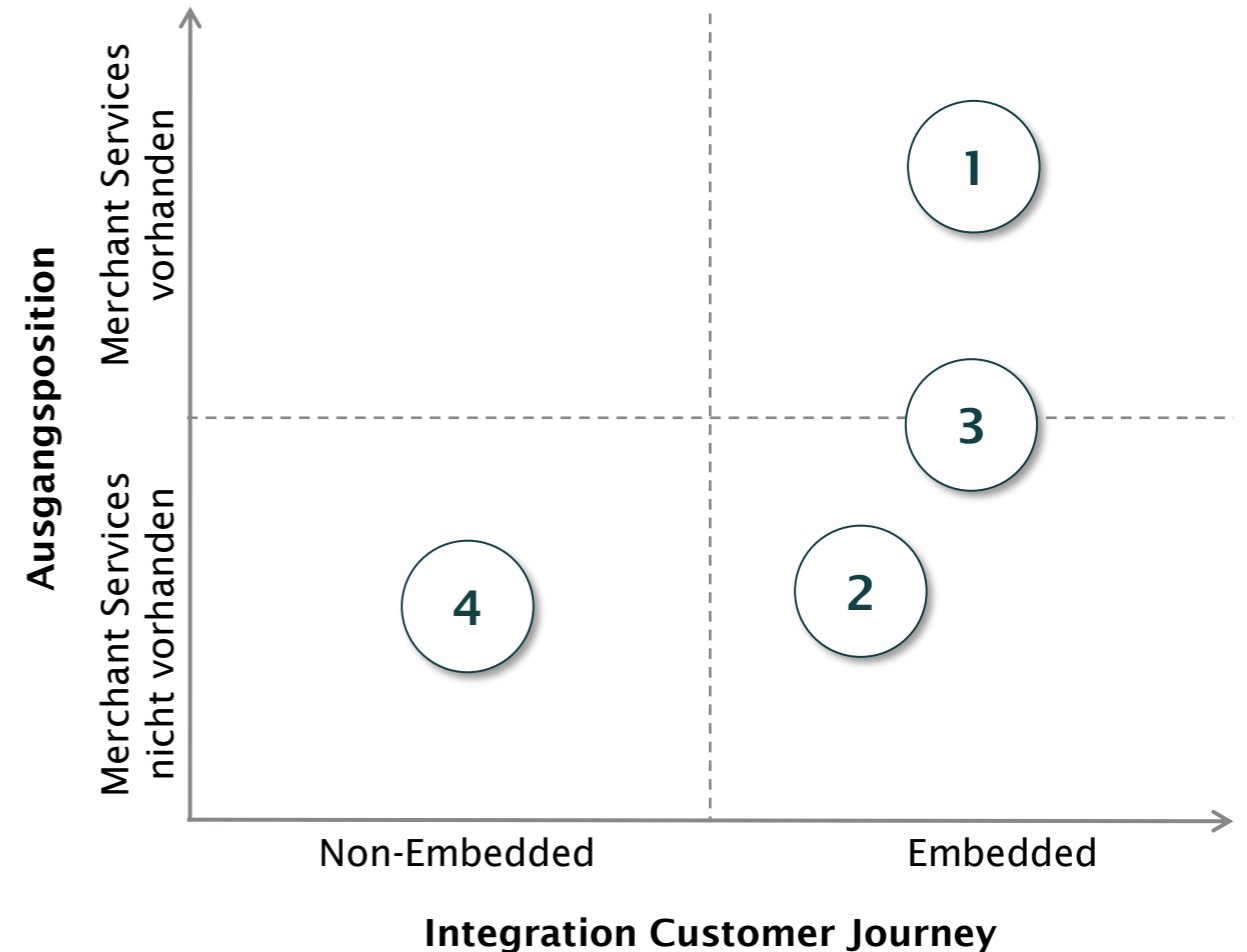


Für Banken in Deutschland gibt es weiterhin verschiedene Möglichkeiten, um sich im BNPL-Segment zu positionieren; u.a. bietet der aktuelle „Shakeout“ dazu verschiedene Chancen

5. Hypothese | Positionierung Retailbanken (Deutschland)

Strategische Optionen für Retailbanken

- 1 MAKE:** Erweiterung bestehender Merchant Services (z.B. Acquiring / PSP) durch BNPL-Lösungen
- 2 PARTNER:** Nutzung von Multiplikatoren (BNPL Aggregatoren) oder „white-label“-Anbietern
- 3 BUY:** Nutzung des aktuellen „Shakeouts“ für Zugang zu Know-how, Technologie und/oder Händlerbeziehungen durch Akquisitionen
- 4 „2nd BEST“:** B2C-Produkte mit *BNPL-ähnlichen* Lösungen (z.B: BNPL-Karten oder Finanzierung einzelner Transaktionen im Nachgang)



Agenda

Aktuelle Beobachtungen

Hypothesen zur weiteren Entwicklung

Profil Arkwright

Arkwright is a boutique management consultancy with >30 years of delivery track record and a driving force behind some of the most advanced payment business models

Overview Arkwright

OVERVIEW ARKWRIGHT

- Management consultancy with **Scandinavian origin** operating globally
- Business model based on a combination of **deep industry expertise** and rigorous **fact-based analysis** and problem solving
- Offices in **Hamburg, London, Oslo, and Stockholm** and operational presence in Washington and Dubai
- Focus on **Strategy, Organisational Efficiency, and M&A**
- Specialist **Financial Services and Payments, Cross-Industry Digital Business Models, Energy, Retail and TMT**

PAYMENTS AND DIGITAL CAPABILITIES

- >20 years of **payments and digital banking industry** (including open banking) experience, with >1.000 projects delivery track record
- Comprehensive understanding of **business and operating models** along the entire value chain extending to cross-industry convergence, platforms, ecosystems, and super-apps
- Based in the world's first **cashless societies**, Arkwright is a driving force defining the future of the payments and digital banking industry
- 8 partners** focused on the payments and digital banking industry

HIGH-IMPACT TAILORED SOLUTIONS

- High impact through **hands-on engagement of partners** and industry specialists throughout all project, from sales to completion
- Fully independent positioning with the recognition that every strategic challenge, market, and project is different, hence requiring **bespoke analysis, recommendation and implementation** support

CLIENT SAMPLE (non exhaustive)



Disclaimer

This document is prepared by Arkwright Consulting AG. The information contained herein derives from various sources. Arkwright Consulting AG has not verified the information and makes no representation as to the accuracy or truthfulness of the information. Although the information is believed to be accurate, Arkwright Consulting AG, as well as the directors, officers and employees of the company, disclaims any and all liability for the contents of, or omission from, the document and for any written or oral communication relating to the document. In particular, but without prejudice to the generality of the foregoing, no representations or warranties are made as to the accuracy or completeness of any statements or estimates relating to this document. The document is based on information and statements that may be subject to risk or uncertainties. The information may also be subject to changes, supplements or amendments without notice. The information has been prepared to assist the recipient and does not purport to include all information the recipient may require.

Arkwright Consulting AG

Person of contact:

Steven Jacob, Partner

Steven.jacob@arkwright.de

Alstertwiete 3

20099 Hamburg

Germany

Tel.: +49 173 7176 541

Fax: +49 40 27 16 62-10