



Universität Regensburg

Universität Regensburg · D-93040 Regensburg

FAKULTÄT WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN
INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSINFORMATIK

Honorarprofessur
Prof. Dr. Hans-Gert Penzel

Ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25
D-93053 Regensburg

Telefon +49 151 4044-7504
hans-gert.penzel@wiwi.uni-regensburg.de
<http://www.wiwi.uni-regensburg.de>

Regensburg, 23. Januar 2025

Aufgabenstellung für eine Masterarbeit „e-Wallet“

An der Honorarprofessur Prof. Dr. Hans-Gert Penzel soll in Zusammenarbeit mit ibi research an der Univ. Regensburg die folgende Masterarbeit vergeben werden. Die Angaben sind vorläufig und können sich entsprechend Erkenntnisfortschritt ändern.

Arbeitstitel:

„Die e-Wallet und ihre Positionierung in Bankstrategien“

Die e-Wallet wird zu einem zunehmend wichtigen Baustein für einen gleichermaßen komfortablen und sicheren Zugang zu Anwendungen im e-Business und e-Government. Die Banken stehen für hohe Sicherheit und wären in der Lage, diesen Baustein anzubieten, auch als Element der Kundenbindung. Sie sehen sich aber in starker Konkurrenz zu anderen Akteuren und sind sehr unsicher. Baldige Klarheit über die strategische Positionierung ist deshalb erforderlich.

Wesentliche Inhalte der Arbeit können sein:

1. Definition der e-Wallet und Abgrenzung

Es existieren sehr unterschiedliche Definitionen, von „eng“ (Wallet als elektronische Geldbörse) bis „weit“ (Wallet als Super-App). Eine zielführende Definition ist zu erarbeiten, wobei die erste Arbeitshypothese für eine eher enge Definition spricht: z.B. Funktionalitäten e-Identity (Ausweise), Zahlverfahren und Zahlungen (auch kommende europäische Angebote wie WERO und Digitaler Euro der EZB), Aufbewahrung und Nutzung von Tickets und Gutscheinen.

2. Analyse des Ökosystems rund um die e-Wallet

Dieses Ökosystem umfasst Akteure und deren Beziehungen zur Wallet. Bei enger Definition der e-Wallet werden einerseits mehr Funktionen abgegrenzt, andererseits können sich diese natürlich im Ökosystem wiederfinden.

3. Analyse der Stakeholder und ihrer Interessenlagen

Die Kern-Stakeholder, die bei der Analyse des Ökosystems identifiziert wurden, sind zu analysieren. Dazu gehören:

- Anbieter wie BigTechs (z.B. Apple, Google), Banken und Zahlungsverkehrsdienstleister, der öffentliche Bereich
- Anbieter von Leistungen im e-Business und im e-Government, also z.B. Direktanbieter, Händler, öffentliche Institutionen,
- die Endnutzer der e-Wallet.

Für Abschnitt 3. ff. ist zu entscheiden, ob man sich (1) auf Europa mit vertieftem Beispiel Deutschland und (2) auf das B2C / G2C-Geschäft konzentriert.

4. Möglichkeiten der strategischen Positionierung der Stakeholder. Value Propositions der Stakeholder und deren Wille und Fähigkeit zur Umsetzung sind zu untersuchen. Die Betrachtung von Banken sollte dabei vertieft werden.

5. Aktuelle Positionierung und Positionierungspläne der Banken
Den Möglichkeiten aus Abschnitt 4 werden die heutigen Realitäten und Pläne der Banken gegenübergestellt.

6. Prognose und Empfehlung für Banken
Aus den bisherigen Erkenntnissen werden Prognosen über die weitere Entwicklung erarbeitet. Den Banken sollen Empfehlungen für deren Positionierung gegeben werden.

Voraussichtlich eingesetzte Forschungsmethoden

- Literaturanalyse (für alle Abschnitte),
- Modellbildung (z.B. Modell der Funktionen und ihres Zusammenwirkens in der e-Wallet; Modell des Ökosystems rund um die Wallet)
- Empirische Analyse: Denkbar sind sowohl Interviews von Experten ausgewählter Stakeholder als auch eine Online-Breitenbefragung insbesondere der Endnutzer.

Erwarteter Aufwand

Dies ist eine anspruchsvolle Arbeit, die für die vorgegebene Zeitstrecke (150 bzw. 180 Tage) voraussichtlich einen Einsatz von mind. 75% der Arbeitszeit erfordert. Die Betreuung durch die Honorarprofessur und ibi research wird intensiv sein, einschließlich der Unterstützung bei der empirischen Analyse (incl. Befragungstools).

Voraussetzungen

- Grundwissen rund um relevante Prozesse in Banken und/oder Zahlungsverkehrs-Dienstleistern (z.B. KYC, Zahlungsprozesse),
- Wissen um digitale Plattformen z.B. im E-Commerce,
- Kein technisches Implementierungswissen, keine Programmierkenntnisse.
- Start der Arbeit vorzugsweise im März/April 2025.