

## PRESSEINFORMATION

Oliver Wyman-Analyse „Digital Banking“

### **Mobile Payment in Deutschland: Bald überholt?**

*München, 29. April 2018* – In Deutschland ist Mobile Payment noch weit davon entfernt, sich flächendeckend durchzusetzen. Die „Digital Banking“-Umfrage der Strategieberatung Oliver Wyman zeigt, dass nur 7 Prozent der Befragten mit ihrem Smartphone am Point-of-Sale (PoS) bezahlen. Lediglich 33 Prozent der Nicht-Nutzer gaben an, sich vorstellen zu können, künftig Mobile Payment zu verwenden. Mehrere Faktoren könnten jedoch dazu führen, dass diese Zahlungsmethode durch neue Bezahlösungen abgelöst wird, noch bevor sie sich am Markt behaupten konnte.

Seit 2010 wird das Thema Mobile Payment regelmäßig in der deutschen Medienlandschaft diskutiert. Und jedes Jahr herrscht Einigkeit: Der Durchbruch steht unmittelbar bevor. Die Deutschen lieben das Bargeld, wie Analysen zum Zahlungsverhalten der Deutschen Bundesbank zeigen. Jedoch sind Veränderungen erkennbar: Gemessen am Umsatz ist der Bargeldanteil in 2017 von über 53 Prozent auf unter 48 Prozent zurückgegangen. Der Umsatzanteil von Debit- und Kreditkarten hat zur selben Zeit 40 Prozent erreicht. Wie die Analyse von Oliver Wyman zeigt, spielt Mobile Payments nach Umsatz (0,0 Prozent) im Jahr 2017 keine Rolle. Das bestätigen auch die Ergebnisse der Analyse: nur 7 Prozent der über 2000 Befragten gaben an, mit ihrem Smartphone am Point-of-Sale (PoS) zu bezahlen.

#### **Nordische und asiatische Länder weit voraus**

Obwohl sich in Deutschland 33 Prozent der Nicht-Nutzer vorstellen könnten, mit Mobile Payment zu bezahlen und dies ein großes Potenzial für Anbieter darstellt – andere Länder sind weit voraus: In vielen nordeuropäischen und asiatischen Ländern zahlen viele Kunden bereits über sogenannte Mobile-Payment-Apps mit dem Smartphone. In China wurden in 2017 beispielsweise nach Berechnungen der Deutschen Bundesbank bereits 56 Prozent des gesamten Zahlungsvolumens mobil bezahlt „Messenger Dienste wie Alipay und WeChat haben sich zum zentralen Ökosystem für Verbraucher in China entwickelt indem sie kommerzieller eingesetzt werden als vergleichbare Dienste aus Deutschland“, sagt René Fischer, Partner bei Oliver Wyman. „Mobile Payment ist ein Nebenprodukt, welches komplett in den Alltag integriert ist.“

#### **Vielschichtige Gründe für die Zurückhaltung der Deutschen**

Neben der fehlenden Integration von Mobile Payment in den Alltag führen weitere Faktoren dazu, dass diese Zahlungsmethode heute noch keinen Mehrwert für Verbraucher bietet. Einer der Gründe ist die starke Fragmentierung des Mobile Payment-Markts: Eine flächendeckende, standardisierte und händlerübergreifende Bezahlösung sucht man derzeit noch vergeblich.

Zudem bieten Banken ihren Kunden mit kontaktlosen Kredit- und Girokarten eine praktische Alternative: 36 Prozent der befragten Verbraucher geben an, bereits die Möglichkeit zu haben, kontaktlos mit ihren Kredit- und Debitkarten zu zahlen. 42 Prozent sagten, dies auch bereits zu tun.

## **Ungewisse Zukunft für Mobile Payment**

Mit der Einführung von Instant Payments – einer Bezahlösung, die in der SEPA-Zone Zahlungen in Echtzeit ermöglicht – könnte nun zusätzlich neuer Schwung in den Markt für Bezahlösungen kommen. Hierzu muss es Banken und Händlern gelingen, einen einheitlichen Standard zu schaffen und den Autorisierungsprozess zu beschleunigen.

Neue Bezahlwege etablieren sich erst, wenn sie eine große Nutzerbasis erreichen, sie Mehrwert für den Kunden bieten, eine einfache User Experience aufweisen und Vertrauen in den Anbieter genießen. „Es drängt sich die Frage auf, ob Mobile Payment in Zukunft überhaupt noch gebraucht wird,“ sagt Gökhan Öztürk, Partner bei Oliver Wyman. Auch die kassenlose Bezahlinnovation, die von Amazon Anfang des Jahres mit „Amazon Go“ eingeführt wurde, könnte für Mobile Payment bald das Aus bedeuten.

## **Über die Analyse**

Für die Analyse wurden insgesamt 2006 Verbraucher zu ihren Bezahlgewohnheiten befragt, um den Stand der Mobile Payment Nutzung und der Durchdringung zu analysieren. Die Analyse wurde im September und Oktober 2017 durchgeführt.

## **Pressekontakt**

Davina Zenz-Spitzweg  
Communications Manager DACH  
Oliver Wyman  
Tel. +49 89 939 49 243  
Mobil +49 172 5739 774  
[davina.zenz-spitzweg@oliverwyman.com](mailto:davina.zenz-spitzweg@oliverwyman.com)

## **ÜBER OLIVER WYMAN**

Oliver Wyman ist eine international führende Strategieberatung mit weltweit über 4.700 Mitarbeitern in mehr als 50 Büros in rund 30 Ländern. Wir verbinden ausgeprägte Branchenexpertise mit hoher Methodenkompetenz bei Digitalisierung, Strategieentwicklung, Risikomanagement, Operations und Transformation. Wir schaffen einen Mehrwert für den Kunden, der seine Investitionen um ein Vielfaches übertrifft. Wir sind eine hundertprozentige Tochter von Marsh & McLennan Companies (NYSE: MMC). Unsere Finanzstärke ist die Basis für Stabilität, Wachstum und Innovationskraft. Weitere Informationen finden Sie unter [www.oliverwyman.de](http://www.oliverwyman.de). Folgen Sie Oliver Wyman auf Twitter @OliverWyman.