



MOBILE PAYMENT IN DEUTSCHLAND: ÜBERSPRINGEN WIR DIESE EVOLUTIONSSTUFE?

STANDORTBESTIMMUNG UND AUSBLICK

Dr. René Fischer, Partner

Gökhan Öztürk, Partner

Martina Weimert, Partnerin

Robert Kayser, Associate

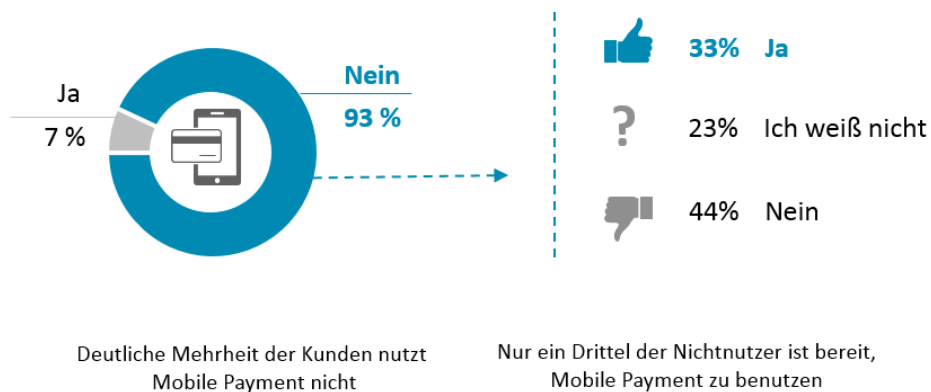


DAS ZAHLUNGSVERHALTEN DER DEUTSCHEN

Seit 2010 wird das Thema Mobile Payment regelmäßig in der deutschen Medienlandschaft diskutiert. Und jedes Jahr herrscht große Einigkeit: Der Durchbruch steht unmittelbar bevor. Allerdings lieben die Deutschen noch immer Bargeld, wie Analysen zum Zahlungsverhalten der Deutschen Bundesbank zeigen. Noch immer ist es hierzulande das liebste Zahlungsinstrument. Doch gemessen am Umsatz ist der Anteil in 2017 von über 53 Prozent auf unter 48 Prozent zurückgegangen und hat damit eine psychologisch kritische Schwelle unterschritten¹. Gleichzeitig hat der Umsatz von Debit- und Kreditkarten einen Anteil von 40 Prozent erreicht. Der Anteil von Mobile Payments nach Umsatz spielt in 2017 keine Rolle (0,0 Prozent). In vielen Ländern ist dies anders. Hier zahlen viele Kunden bereits über sogenannte Mobile-Payment-Apps völlig selbstverständlich mit dem Smartphone. In China wurden in 2017 beispielsweise nach Berechnungen der Deutschen Bundesbank bereits 56 Prozent des gesamten Zahlungsvolumens mobil bezahlt². In Europa ist Schweden mit einem Mobile-Payments-Anteil von über 2 Prozent des Volumens eine der führenden Nationen³.

In Deutschland hat sich Mobile Payment als Bezahlösung noch nicht durchgesetzt, wie eine Umfrage der Strategieberatung Oliver Wyman unter mehr als 2000 Konsumenten zeigt. Lediglich 7 Prozent der Befragten gaben an, schon mindestens einmal mit ihrem Smartphone am Point-of-Sale (PoS) bezahlt zu haben, allerdings können sich 33 Prozent der Nichtnutzer vorstellen in Zukunft Mobile Payment zu nutzen.

MOBILE PAYMENT: NUTZUNGSVERHALTEN (UMFRAGE N=2006)



Oliver Wyman Digital-Banking-Umfrage Deutschland 2017 (n=2006)

Zweifelloos ein großes Potenzial, was auch die Vielzahl der Anbieter im deutschen Markt erklärt. Dennoch ist für viele Deutsche Mobile Payment noch immer Zukunftsmusik. Die Gründe für den fehlenden Durchbruch sind vielschichtig.

- Innovationen bei Kredit- und Debitkarten: Die Entwicklung von kontaktlosen Kredit- und Girokarten lässt den Einsatz von Mobile Payment für Verbraucher überflüssig erscheinen. 36 Prozent der befragten Verbraucher geben an, bereits die Möglichkeit zu haben, kontaktlos mit ihren Kredit- und Debitkarten zu zahlen. Davon geben 42 Prozent an, dies auch bereits

¹ Quelle: Deutsche Bundesbank Studie „Zahlungsverhalten in Deutschland 2017“

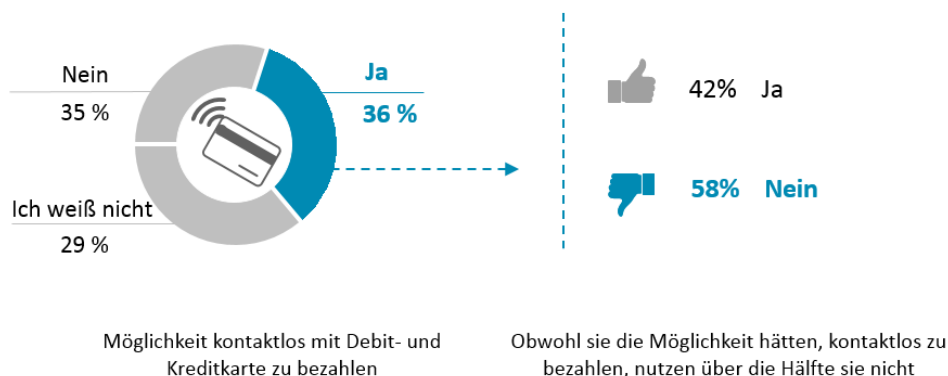
² Quelle: Deutsche Bundesbank Studie "Retail payment behaviour in China and Germany"

³ Quelle: Riksbank "Payment Statistik 2017"

getan zu haben. Die Geschwindigkeit und der Komfort an der Kasse im stationären Handel sind dabei die ausschlaggebenden Argumente.

- **Starke Fragmentierung und Insellösungen:** Es gibt verschiedene Mobile-Payment-Anbieter, mit individuellen Bezahlverfahren. Allerdings erreicht keiner der Anbieter bislang eine flächendeckende, standardisierte und händlerübergreifende Bezahlösung, die sich am PoS durchgesetzt hat. Dies könnte sich jedoch mit einem Markteintritt von Apple und Google in 2018 ändern.
- **Integration in den Alltag:** Messenger Dienste wie Alipay und WeChat haben sich zum zentralen Ökosystem für Verbraucher in China entwickelt, indem sie viel kommerzieller eingesetzt werden als vergleichbare Dienste aus Deutschland. Mobile Payment ist dabei nur ein Nebenprodukt. Das in Deutschland oft beschriebene „Henne-Ei-Dilemma“ zwischen Zahlungsakzeptanz und Zahlungsmitteln existiert dort nicht. Einen vielversprechenden Ansatz in diesem Zusammenhang hat das Bonusprogramm Payback gewählt. Neben PayPal ist Payback Pay das bekannteste deutsche Mobile-Payment-Verfahren. 35 Prozent der von uns befragten Verbraucher kennen die Funktion innerhalb der App – 17 Prozent würden sie beim Einkaufen nutzen. Mit der hohen Kundenbasis von 28 Millionen Nutzern, dem hohen Vertrauen in das Programm und einem echten Mehrwert im Rahmen seines Treueprogramms könnte es Erfolg haben. Doch die komplizierte User Experience mittels QR-Code kann momentan nur eingesottene Punktesammler überzeugen.
- **Fehlende Einigkeit innerhalb der Banken:** 36 Prozent der Verbraucher würden Paydirekt – das Online-Bezahlverfahren der deutschen Banken und Sparkassen – nutzen, wenn es neben dem Online-Bezahlverfahren auch ein integriertes mobiles Verfahren anbieten würde. Darauf haben die beteiligten Banken bereits reagiert und eine entsprechende Mobile-Payment-Funktion als Beta-Version auf den Markt gebracht. Ungeklärt bleibt die Frage, wieso der Kundenwunsch nicht eher umgesetzt wurde und stattdessen weiter eigene mobile Peer-to-Peer-Zahlungsverfahren – wie beispielsweise Kwitt seitens der Sparkassen und „Geld senden & anfordern“ seitens der Volksbanken – verfolgt wurden.
- **Geringes Vertrauen und Datenschutz:** Was im Ausland längst gang und gäbe ist, stößt in Deutschland noch auf viel Zurückhaltung – bei Handelshäusern insbesondere aber bei den Verbrauchern. So wird Mobile Payment als Bezahlösung bisher nur in den Bereichen Lebensmittel, Filme/Spiele und im Nahverkehr genutzt. Bei allen drei Kategorien handelt es sich um tendenziell kleinere Warenkorbwerte mit geringem Risiko. Zudem ist das Bedürfnis nach Datenschutz – selbst bei den jungen Generationen – sehr hoch.

KONTAKTLOS BEZAHLEN: NUTZUNG UND DURCHDRINGUNG



Oliver Wyman Digital-Banking-Umfrage Deutschland 2017 (n=2006)

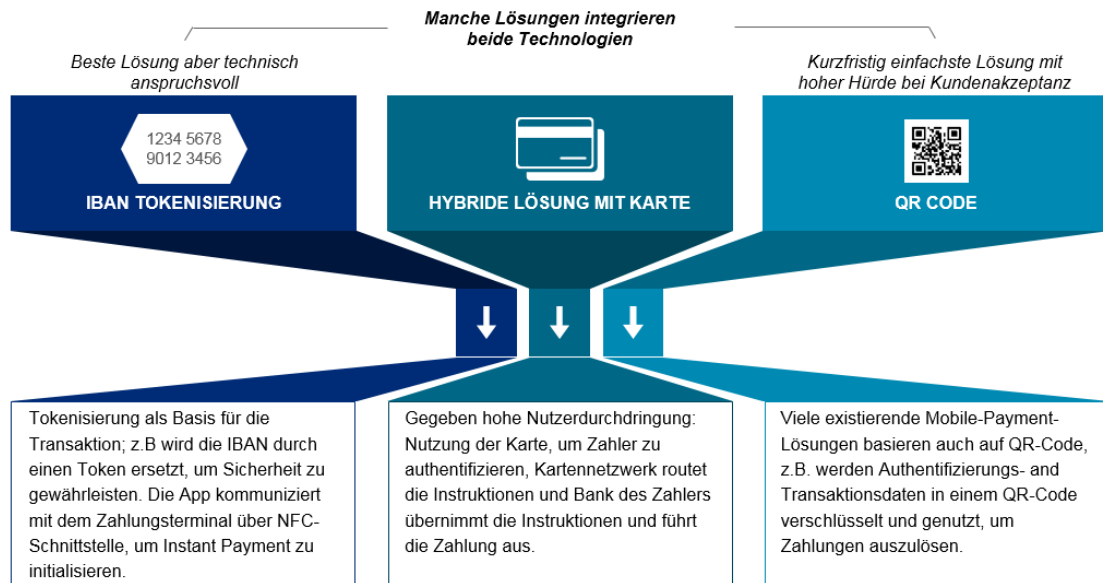
Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass Mobile Payment aus Verbrauchersicht derzeit keinen Mehrwert bietet und vom Verbraucher auch nicht als komfortabel angesehen wird. Bedenkt man, dass sich neue Bezahlwege erst etablieren, wenn sie eine große Nutzerbasis erreichen, sie Mehrwert für den Kunden bieten, eine einfache User Experience aufweisen und Vertrauen in den Anbieter genießen, drängt sich die Frage auf, ob Mobile Payment in Zukunft noch gebraucht wird. Denn nach heutigem Stand sieht es nicht danach aus, dass einer der Anbieter in Deutschland künftig all diese Merkmale in einer Lösung vereinen wird.

DER BLICK NACH VORN

Mit dem Start von Instant Payments im November 2017 könnte nun neuer Schwung in den Markt für Bezahlösungen kommen. Instant Payments ermöglichen es innerhalb der Sepa-Zone in "fast"-Echtzeit Konto-zu-Konto-Zahlungen auszuführen. In Deutschland steht diese Funktion allerdings bislang nur Kunden der HypoVereinsbank zu Verfügung, die Sparkassen wollen flächendeckend im Sommer angebunden sein. Sukzessive werden weitere Banken Instant Payment einführen – immer wenn sowohl die Bank des Zahlungsgebers als auch die Bank des Zahlungsempfängers angebunden sind, wird der Effekt aus Kunden- und Händlersicht konkret erlebbar.

Sobald es Banken, Ausrüstern und Händlern gelingt, einen einheitlichen und sicheren technischen Standard zu schaffen und der Autorisierungs- und Übertragungsprozess deutlich schneller als die avisierten 10 Sekunden werden wird, kommt in den nächsten Jahren eine ernst zu nehmende neue Bezahlösung auf den Markt. Hinsichtlich der technischen Umsetzung über das Smartphone oder sogar die Karte gibt es verschiedene Optionen mit entsprechenden Vor- und Nachteilen.

ÜBERBLICK MÖGLICHER TECHNISCHER VERFAHREN



Zusätzliche Komplexität durch Standardisierungserfordernis über verschiedene Anwendungsfälle (POS, Online, P2P)

Kurzfristig bleibt der Charme der existierenden Lösungen bestehen. Kunden schätzen z. B. die Möglichkeit der Lastschriftrückgabe oder die zeitverzögerte Abbuchung bei der Kreditkarte. Händler sind die existierenden Vorteile, z. B. zur Betrugserkennung oder die Synergien mit Loyalitätsprogrammen gewohnt. Die Nutzung des deutlich schnelleren kontaktlosen Zahlvorgangs wird nach unserer Einschätzung die Kunden über die nächsten Jahre auf die Instant Payment-Lösung vorbereiten. Mit einer kostengünstigeren Lösung über Instant Payment im Vergleich zu existierenden Verfahren wird es dann auch aus Sicht der Händler eine aktive Nachfrage nach diesem Angebot geben.

Es ist daher durchaus zu hinterfragen, inwieweit bereits die nächste Innovationswelle Mobile Payment im herkömmlichen Sinne überflüssig macht und diese in der Entwicklung übersprungen werden. Amazon hat beispielsweise in seinen Konzept-Filialen „Amazon Go“ Anfang des Jahres den klassischen Bezahlvorgang an der Kasse abgeschafft. Nutzer können ihre Waren direkt in Einkaufstaschen legen und das Geschäft am Ende einfach verlassen. Der Betrag wird automatisch vom Amazon-Konto des Nutzers abgebucht. Sollte die technologische Entwicklung weiter so schnell vorangehen, sind beispielsweise auch biometrisch angestoßene Zahlungen via Fingerabdruck oder Iris-Scan bald denkbar. Fakt ist: Die Liebe der Deutschen zum Bargeld wird abnehmen – ob mit oder ohne Mobile Payment.

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. Folgen Sie Oliver Wyman auf Twitter @OliverWyman.

www.oliverwyman.com

Copyright © 2018 Oliver Wyman

Alle Rechte vorbehalten. Weder die vorliegende Studie noch Kopien oder Teile davon dürfen in Rechtsordnungen verbreitet werden, in denen die Verbreitung von Gesetzes wegen beschränkt ist. Personen, die in den Besitz dieser Studie gelangen, sollten sich über besagte Einschränkungen informieren und selbige einhalten. Der vorliegende Bericht darf ohne die schriftliche Genehmigung von Oliver Wyman weder ganz noch teilweise vervielfältigt oder weiterverbreitet werden. Oliver Wyman übernimmt keinerlei Haftung für Handlungen Dritter in diesem Zusammenhang.

Der vorliegende Bericht stellt weder eine Empfehlung, ein Angebot noch eine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf der eventuell hierin genannten Wertpapiere dar. Eine dahingehende Auslegung darf nicht erfolgen. Zudem sollten weder dieser Bericht noch Teile hieraus die Grundlage eines Vertrags oder einer sonstigen beliebigen Verpflichtung darstellen noch sollten derartige vertragliche Verpflichtung im Vertrauen auf diesen Bericht eingegangen werden. Des Weiteren darf der vorliegende Bericht nicht als Empfehlung zum Kauf von oder zur Verfügung über bestimmte Investitionen oder als Aufforderung oder Veranlassung zur Beteiligung an Investitionsaktivitäten betrachtet werden.

Die Informationen, die in diesem Bericht enthalten sind oder auf denen der Bericht basiert, wurden von Quellen bezogen, die Oliver Wyman für zuverlässig und korrekt hält. Es hat jedoch keine unabhängige Überprüfung der Richtigkeit oder Vollständigkeit der von Dritten erhaltenen Informationen stattgefunden noch wurden dahingehende, ausdrückliche oder konkludente Zusicherungen und Gewährleistungen abgegeben. Die Informationen und Schlussfolgerungen werden zum Zeitpunkt des vorliegenden Berichts bereitgestellt und können ohne vorherige Benachrichtigung verändert werden. Oliver Wyman übernimmt keine Verpflichtung zu einer, durch neue Informationen, zukünftige Ereignisse oder auf sonstige Weise bedingten Aktualisierung oder Überarbeitung der hierin enthaltenen Informationen oder Schlussfolgerungen. Die in diesem Bericht bereitgestellten Informationen und Schlussfolgerungen berücksichtigen nicht die individuellen Umstände der jeweiligen Personen; sie dürfen nicht als konkrete Empfehlung zu einer Investitionsentscheidung verstanden werden und stellen keine angemessen ausreichende Grundlage für das Treffen einer Investitionsentscheidung dar. Oliver Wyman übernimmt keinerlei Haftung für Verluste in Zusammenhang mit Handlungen, die aufgrund von Informationen oder Schlussfolgerungen, die in diesem Bericht, oder in den darin zitierten Berichten oder Quellen enthalten sind, unternommen oder unterlassen werden. Oliver Wyman übernimmt selbst dann keine Haftung für mittelbare und Folgeschäden oder vergleichbare Schäden, wenn ihm die Möglichkeit derartiger Schäden bekannt war.

Durch Annahme des vorliegenden Berichts erklären Sie sich mit der Bindungswirkung der vorstehenden Einschränkungen einverstanden.

