

## Pressemitteilung

### Neuaufgabe der größten Mobile Payment Benchmarking Studie Deutschlands 2015: Mobile Payment erwächst den Kinderschuhen, aber nur wenige bekommen es mit

*Mobile Payment ist auf dem Vormarsch, es ist einiges in Bewegung im Markt des mobilen Bezahlers. In den vergangenen 12 Monaten sind in Deutschland etliche Player von der Bildfläche verschwunden und einige Neue versuchen sich zu positionieren, um einen Teil des Kuchens abzugreifen. Die beiden unabhängigen Consulting-Unternehmen Mücke, Sturm & Company und How2Pay haben erneut gemeinsam den Mobile-Payment-Markt in Deutschland analysiert und die aktuellsten Entwicklungen beim „Bezahlen per Handy“ bewertet. Die Studie beantwortet die Frage: Wie gut sind die in Deutschland aktiven Lösungen für mobiles Bezahlen aufgestellt, und wie gut sind diese Lösungen im Markt etabliert?*

**München, 14. September 2015** - Die beiden Branchenexperten für Payment und Digitalisierung How2Pay und Mücke, Sturm & Company haben in einer umfassenden Neuaufgabe Deutschlands Mobile Payment Services untersucht. Über einen Zeitraum von drei Monaten wurden bundesweit insgesamt 15 Anbieter für Mobile Payment systematisch in der Praxis am Point of Sale getestet und bewertet. Ergebnis ist ein umfassendes Update der größten Mobile Payment Studie für den deutschen Markt aus dem Vorjahr.

Der Fokus, der in 2015 einbezogenen Services, liegt in rein Handy-basierten Bezahlssystemen: Ohne jegliche Zusätze wie NFC-Sticker, Dongles oder klassische Karten soll der Nutzer bezahlen können. Lediglich ein Smartphone soll für die Zahlung zwingend erforderlich sein. Dem angenommenen Erfolgsfaktor von Mobile Payment, dass Autorisierung, Authentifizierung und Geldtransfer mit nur einem Device abgewickelt werden muss, wurde demzufolge Rechnung getragen.

Wichtige Kriterien für die Teilnahme an der Studie waren darüber hinaus:

- Der jeweilige Service muss in Deutschland in mehr als einer Region verbreitet und akzeptiert sein, idealerweise landesweit.
- Die Zahlung erfolgt am Point-of-Sale – der auch das Taxi oder ein öffentliches Verkehrsmittel sein kann: Auf diese Weise sollen die Einkäufe abgegrenzt werden, die zwar über das Smartphone getätigt werden, jedoch nur über den mobilen Browser auf den Online-Shop zugreifen.

## **Zwei Lösungsansätze buhlen um die Gunst der Kunden:**

### **Reine Zahlungs-Apps, und Anbieter-Apps mit integrierter Zahlungsfunktion.**

Der Mobile Payment-Markt hat sich in den letzten zwölf Monaten deutlich gewandelt. Anbieter-Apps mit integrierter Zahlungsfunktion wie Handyticket oder myTaxi werden immer zahlreicher, während im Segment der reinen Zahlungs-Apps wie z.B. PayPal oder Yapital, eine deutliche Konsolidierung stattgefunden hat. Waren in der Studie 2014 noch die reinen Zahlungs-Apps deutlich in der Überzahl, so hat sich das Bild binnen eines Jahres umgekehrt. Anbieter, die in Ihre App eine Zahlungsfunktion integrieren, haben die Zahlungs-Apps in der Anzahl, und vor allem in der Akzeptanz der User deutlich abgehängt.

Die Anzahl der Akzeptanzstellen für reine Zahlungs-Apps ist seit vergangenem Jahr deutlich gestiegen. Vodafone mit seiner Wallet und die Deutsche Telekom mit myWallet bieten ihren Kunden bereits ein flächendeckendes Netz an Akzeptanzstellen der unterschiedlichsten Produktbereiche (vom Baumarkt bis zum Supermarkt) – Kooperationen mit MasterCard/VISA und mehreren Handelsketten machen es möglich. Die Akzeptanz seitens der Kunden ist bisher jedoch noch gering – wie bereits in der Studie aus 2014 festgestellt, ist insbesondere die fehlende Erkennbarkeit des klaren Zusatznutzens hierbei relevant. Inzwischen haben einige Anbieter dieses Problem erkannt und legen fleißig mit der Integration von Mehrwert-Services wie Bonuskarten, Rabatt- und Coupon-Systemen nach. Auf diesem Weg soll das Handy nicht nur Bargeld oder die EC/Kreditkarte ersetzen, sondern gleichzeitig auch zahlreiche Bonuskarten, Gutscheine und Rabatt-Coupons entbehrlich machen.

Anbieter-Apps haben es hinsichtlich der Akzeptanz durch die Kunden wesentlich leichter als reine Zahlungs-Apps. Die Nutzung des Smartphones für Fahrplanauskünfte ist mittlerweile Standard: Der Schritt zur Bezahlung der Fahrkarte mit dem Smartphone ist da nicht mehr weit. Aus diesem Grund erfreuen sich Anbieter-Apps mit integrierter Zahlungsfunktion steigender Beliebtheit. Bisher liegt der Schwerpunkt von Anbieter-Apps mit integrierter Zahlungsfunktion auf dem Transport-Sektor aber auch in den Bereichen Gastronomie und Lebensmitteleinzelhandel gibt es nun Anbieter.

Ob die reinen Zahlungs-Apps oder die Anbieter-Apps mit integrierter Zahlungsfunktion in Zukunft den größeren Teil des elektronischen Zahlungsverkehrs bedienen werden, ist noch nicht raus. Auch in Zukunft werden Lösungen beider Gattungen im Markt präsent sein, denn einzelne Händler werden sich in der Regel nur einer anbieterneutralen Zahlungs-App bedienen können, während für ganze Branchen oder große Unternehmen auch eine Anbieter-App mit integrierter Bezahlungsfunktion als Option in Frage kommt.

„Die Anbieter mobiler Zahlungslösungen haben im letzten Jahr eine gute Aufbauarbeit geleistet, was sich vor allem an einem deutlich dichteren Akzeptanzstellen-Netz bemerkbar macht. Dennoch bedarf es größerer Nutzenvorteile, um die Nutzer von ihren vertrauten Zahlungsmethoden wegzulocken.“ interpretiert Ralf Ockenfelds, Geschäftsführer bei How2Pay das anhaltend geringe Interesse der Kunden an mobilen Zahlungslösungen.

### **Technik und Prozesse wurden weiterentwickelt, im Einsatz am PoS hakt es dennoch.**

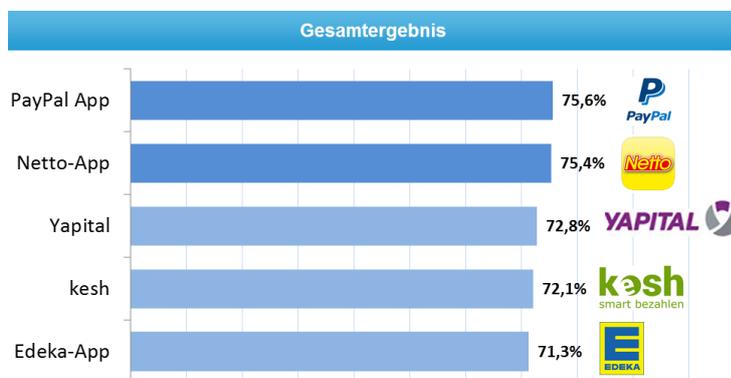
Die Apps und Systeme werden immer ausgereifter, beim praktischen Einsatz haben die Anbieter-Apps mit integrierter Bezahlungsfunktion gegenüber den reinen Zahlungs-Apps aber deutlich die Nase vorn (z.B. DB Navigator der Deutsche Bahn, Handyticket oder myTaxi). Bei diesen Anbieter-Apps wissen sowohl Kunden als auch Mitarbeiter des Anbieters hinlänglich, wie es funktioniert. Bei den Zahlungs-Apps hingegen ist die Situation eine andere: In vielen Akzeptanzstellen wird Mobile Payment bisher sehr selten eingesetzt und nicht jeder Mitarbeiter ist mit den Systemen und dem Prozess vertraut. Bezahlvorgänge scheitern demzufolge nicht selten an der Technik oder am fehlenden Know-How der Mitarbeiter.

„Auch wenn wir beim Thema Mobile Payment schon einige Evolutionsstufen hinter uns gebracht haben, sind mobiles Zahlen und die damit verbundenen Prozesse immer noch für viele Kunden aber auch für viele Händler und deren Personal Neuland. Dazu tragen die zum Teil doch recht unterschiedlichen Bedienkonzepte der verschiedenen Anbieter bei.“ weiß Frank Rother, Manager Digital bei Mücke, Sturm & Company.

### **And the winner is: PayPal**

Als Testsieger geht PayPal aus unserer Mobile Payment-Studie 2015 hervor, dicht gefolgt von der Netto-App auf Platz zwei und Yapital auf Platz 3. Die Spitzengruppe rangiert dabei auf nahezu gleichem Niveau, die drei Protagonisten setzen in den Einzeldisziplinen jedoch unterschiedliche Akzente.

PayPal zeigt sich sehr ausgewogen in allen untersuchten Kategorien auf einem der vorderen Plätze. Am meisten Nachholbedarf gibt es noch bei den Mehrwertdiensten.



Quelle: MS&C und How2Pay, Mobile Payment Benchmarking 2015

Die Netto-App ist bei den Mehrwertdiensten von allen Testkandidaten am besten aufgestellt, bleibt jedoch in der Kategorie Pricing deutlich hinter den beiden Mitbewerbern auf dem Siebertreppchen zurück.

Yapital liegt in vier der fünf getesteten Kategorien auf hohem Niveau, zeigt aber deutliche Schwächen bei den Mehrwertdiensten.

### **Blick über den Tellerrand: Apple Pay, Android Pay und Samsung Pay**

Mit Apple, Google und Samsung haben drei Größen der IT/Internet-Welt eigene Lösungen für mobiles Bezahlen angekündigt oder bereits eingeführt. Bisher ist keiner dieser Anbieter in den deutschen Markt eingetreten oder hat einen Termin für den Eintritt bekannt gegeben. Nichts desto trotz wirft die Mobile Payment-Studie einen Blick über den Tellerrand hinaus. In einem Exkurs werden die von den „großen Drei“ angekündigten bzw. in anderen Ländern bereits eingeführten mobilen Bezahlösungen beleuchtet. Hieraus prognostizieren How2Pay und Mücke, Sturm & Company, welchen Einfluss deren Einführung auf dem deutschen Markt für das Thema Mobile Payment und die bereits vorhandenen Marktteilnehmer haben könnte.

### **Verlosung auf der dmexco am 16.9. und 17.9. am Stand von How2Pay, Halle 6.1, Stand G033**

Die vollständige Mobile Payment-Studie kann für 399€ bei Mücke, Sturm & Company und How2Pay käuflich erworben werden. Während der dmexco in Köln am 16.9. und 17.9. wird täglich ein Exemplar der Studie verlost. Kommen Sie an den Stand von How2Pay in Halle 6.1, Stand G033 und werfen Sie Ihre Visitenkarte in die für die Verlosung aufgestellte Box. An beiden Tagen wird um jeweils 16 Uhr ein Gewinner aus der Box gezogen.

### **Methodik der Mobile Payment Studie**

Die Methodik der Studie orientiert sich an der Vorgehensweise des letzten Jahres. Durch eine stärkere Zusammenarbeit und Unterstützung seitens der betrachteten Unternehmen, fließen in diesem Jahr auch Informationen in die Auswertung mit ein, die durch klassische Erhebungsmethoden nicht verarbeitet werden konnten. Mücke, Sturm & Company und How2Pay haben für die Studie Services verschiedener Branchen wie Telekommunikation, Handel und Technologie sowie einiger Startups untersucht. Einige der letztjährigen Teilnehmer konnten dieses Jahr nicht mehr berücksichtigt werden. Zum einen waren sie nicht mehr bzw. nicht flächendeckend aktiv (paji, qooqo, SQWallet, PaySmart), zum anderen konnten sie aufgrund benötigter Zusätze zum Mobiltelefon nicht in der Auswahl für 2015 bestehen bleiben. Neben Cashcloud ist daher auch der Vorjahressieger mPass nicht mehr dabei. Bei letzterem Dienst ist dies besonders bedauerlich, da O2 neben Vodafone und der Telekom Partner der Initiative „Zahl-einfach-mobil.de“ ist. Unglücklicherweise befindet sich die NFC SIM-Karte von O2 immer noch in der Beta-Phase und ein Einführungstermin stand zum Erhebungszeitraum noch nicht fest.

Die Teilnehmer in alphabetischer Reihenfolge: Deutsche Bahn, Edeka, Flixbus, Handyticket, kesh, mytaxi, myWallet (Dt. Telekom), Netto, opentabs, PayCash, PayPal, Starbucks,



Quelle: MS&C und How2Pay, Mobile Payment Benchmarking 2015

Touch&Travel, Vodafone Wallet und Yapital. Die Mobile Payment-Anbieter wurden in fünf Dimensionen nach insgesamt 60 Kriterien bewertet. Die Services wurden in den Bereichen Usability, Mehrwertservices, Pricing, Sicherheit und Verbreitungspotential untersucht. Zusätzliche Informationen wurden aus Interviews, Labortests und insbesondere Praxistests in drei Monaten zusammengetragen.

Serviceanbieter und Händler beobachten derzeit gespannt die Entwicklungen auf dem Markt und sind auf Indizien angewiesen, die erkennen lassen, welche Unternehmen sich durchsetzen werden. Die Mobile Payment Studie 2015 liefert wichtige Indikatoren über den Ausgang dieser Marktentwicklung.

Die komplette Studie kann unter [kontakt@muecke-sturm.de](mailto:kontakt@muecke-sturm.de) oder [mpayment2015@how2pay.de](mailto:mpayment2015@how2pay.de) für 399€ zuzüglich MwSt. käuflich erworben werden.

### **Über How2Pay Consulting & Solutions GmbH & Co. KG:**

How2Pay hat sich auf den Einsatz und die Weiterentwicklung von E-Payment und Mobile Payment-Lösungen spezialisiert. Seit über vier Jahren beraten die Experten von How2Pay sowohl Lösungs-Anbieter als auch Händler bei der Einführung, dem Einsatz und der Weiterentwicklung von elektronischen und mobilen Zahlungslösungen. Dabei verfolgt How2Pay einen gesamtheitlichen Ansatz, bei dem auf die Aspekte Usability, Betrugsprävention und Reporting großen Wert gelegt wird. How2Pay hat Büros in München und Köln.

Mehr zu How2Pay unter [www.how2pay.de](http://www.how2pay.de)

### **Über Mücke, Sturm & Company GmbH (MS&C):**

Mücke, Sturm & Company (MS&C) wurde 2002 von Michael Mücke und Patrick Sturm als partnergeführtes Beratungsunternehmen in München gegründet. Heute begleitet MS&C als Top-Managementberatung ihre Klienten bei allen Strategie-, Organisations- und Technologiefragen. MS&C ist spezialisiert auf die unterschiedlichen Themen der digitalen Transformation und blickt dort auf eine langjährige Erfahrung mit internetbasierten Geschäftsmodellen zurück. Die Industrieausrichtung nahm ihre Anfänge in der TIME-Branche (Telekommunikation, Internet, Medien, Entertainment). Seit einigen Jahren bringt MS&C ihre Expertise auch in andere Branchen wie Energie, Automotive, Handel und Health Care ein und macht führende Unternehmen fit für den Wettbewerb in der klassischen und digitalen Ökonomie. MS&C hat Büros in München, Darmstadt und Köln.

Mehr zu Mücke, Sturm & Company unter [www.muecke-sturm.de](http://www.muecke-sturm.de)

### **Kontakt für Presseanfragen**

#### **Mücke, Sturm & Company GmbH**

Kathrin Hübner  
Marketing & PR-Referentin  
Theresienhöhe 12, D-80339 München  
Tel.: +49 (89) 461399 135  
Fax: +49 (89) 461399 777  
Mobil: +49 (151) 58243360  
E-Mail: [k.huebner@muecke-sturm.de](mailto:k.huebner@muecke-sturm.de)

#### **How2Pay Consulting & Solutions GmbH & Co. KG**

Ralf Ockenfelds  
Geschäftsführer Produktentwicklung  
Gaiglstr. 16, D-80335 München  
Tel.: +49 (89) 125908 90  
Fax: +49 (89) 125908 89  
Mobil: +49 (174) 3013601  
E-Mail: [roc@how2pay.de](mailto:roc@how2pay.de)