

Mobile Payment - Kurzreport

Chancen und Barrieren

Zürich, September 2011

1	Zielsetzung, Studiendesign, Stichprobenstruktur	2
2	Besitz eines internetfähigen Mobilendgerätes und Nutzungsintensität	6
3	Bekanntheit und Nutzung von Mobile Payment	10
4	Attraktivität von Mobile Payment	12
5	Nutzung Abrechnungsverfahren	15
6	Anforderungen an Mobile Payment	17
7	Barrieren für Mobile Payment	19
8	Aussagen zu Mobile Payment	22
9	Kurzfasit	24

1. Zielsetzung, Studiendesign, Stichprobenstruktur

Die Idee mit dem Handy zu bezahlen, ist nicht neu. Dennoch hat sich diese Bezahlungsmöglichkeit in der Schweiz bislang nicht im grossem Stil durchgesetzt. Was könnten die Gründe dafür sein, dass die Verbreitung von Mobile Payment bislang eher verhaltene Zustimmung bei den Konsumenten findet?

Die Studie «Mobile Payment – Chancen und Barrieren» wurde im August 2011 durchgeführt. Ziel dieser internetrepräsentativen Befragung war es, Chancen und Barrieren von Mobile Payment-Angeboten aus Sicht der Konsumenten der Deutschschweiz aufzudecken.

Im vorliegenden Kurzreport werden einige Basis-Ergebnisse der Studie dargestellt. Sie liefert einen aktuellen Ist-Zustand zur Bekanntheit, Attraktivität und Nutzung von mobilen Zahlungsmöglichkeiten. Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse auf, welche Anforderungen an Mobile Payment von den Konsumenten gestellt werden oder erfüllt werden müssten, um die Nutzung von Mobile Payment attraktiver zu machen.

Diese Ergebnisse direkt aus dem Blickwinkel der Konsumenten liefern somit einige interessante Erkenntnisse im Urteil und in der Wahrnehmung von Mobile Payment bei «potentiellen» Endnutzern.

Neben diesem kostenfreien Kurzreport mit den wichtigsten Key-Charts bietet die INNOFACT für einen Unkostenbeitrag von CHF 350.– (exkl. MwSt.) einen vertiefenden und weiterführenden Analysebericht an. Dieser beinhaltet zusätzliche Grafiken sowie detailliertere Auswertungen in Form eines Tabellenbandes mit Aufrissen.

INNOFACT AG
Mirco Marrone, Nora Rigozzi

Zielgruppe: Befragt wurden Männer und Frauen in der Deutschschweiz ab 15 Jahren, Internetnutzer

Methode: Adhoc Online-Befragung

Instrument: Online-Access-Panel

Stichprobe: Eine zufällige Stichprobe wurde per E-Mail eingeladen und konnte an der Online-Befragung teilnehmen.

Der Zugang zur Onlinebefragung war für jeden Teilnehmer nur über eine individuelle Transaktionsnummer möglich. Mehrfachteilnahmen waren ausgeschlossen.

Gesamtbasis n=500

Insgesamt realisierte Interviews n=507

Internetrepräsentativ, quotiert nach Geschlecht und Alter

Erhebung: August 2011

Studienorganisation: INNOFACT AG, Zürich

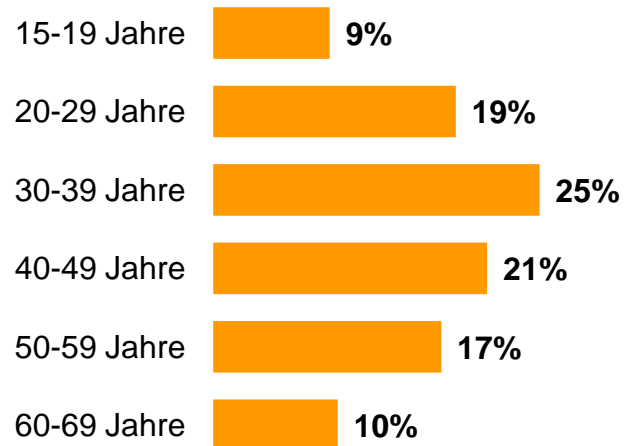
Basis: 507 Interviews in der deutschen Schweiz, internetrepräsentativ.

Enddatensatz gewichtet hinsichtlich Geschlecht und Alter.

GESCHLECHT



ALTER



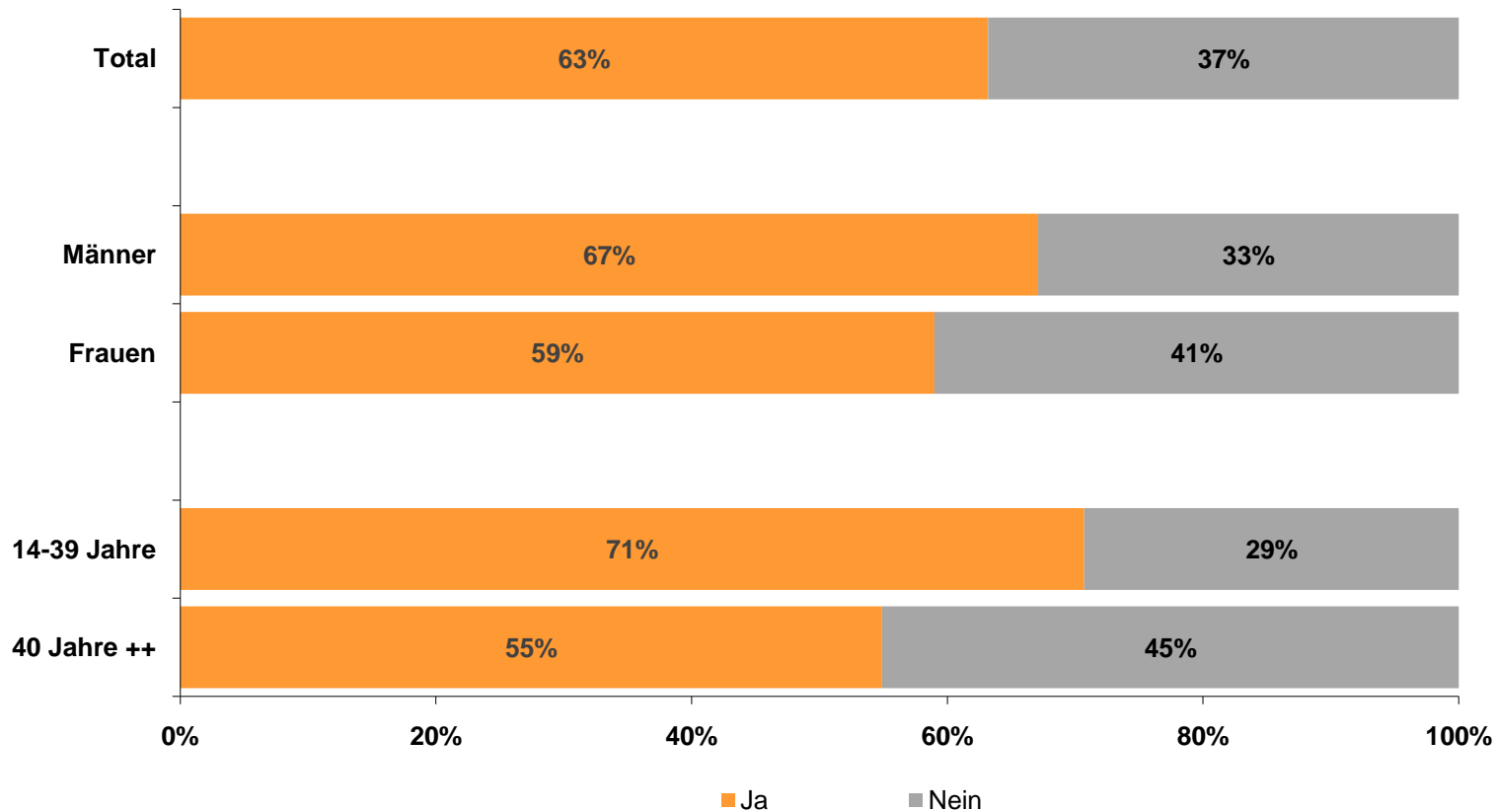
2. Besitz eines internetfähigen Mobilendgerätes und Nutzungsintensität

Besitz eines internetfähigen Mobilendgerätes

Rund zwei Drittel aller Befragten besitzen ein internetfähiges mobiles Endgerät, Männer häufiger als Frauen. Mit steigendem Alter sinkt der Besitz eines internetfähigen Mobilgeräts.

Frage 1: Besitzen Sie persönlich ein internetfähiges mobiles Endgerät (z.B. internetfähiges Mobiltelefon, I-Phone, Smartphone, Tablet-PC, I-Pad usw.)?

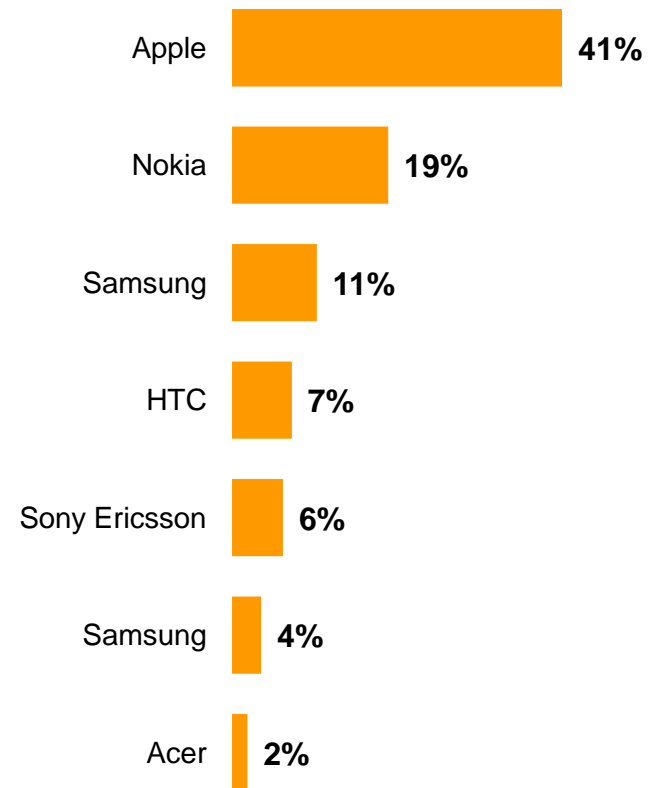
Basis: n=507, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht



Frage 2: Von welcher Marke ist Ihr internetfähiges mobile Endgerät?

Basis: Befragte, die ein internetfähiges Mobilendgerät besitzen: n=320, offene Frage / Antwortpflicht / Top7-Nennungen

MARKE DES INTERNETFÄHIGEN MOBILENDGERÄTES

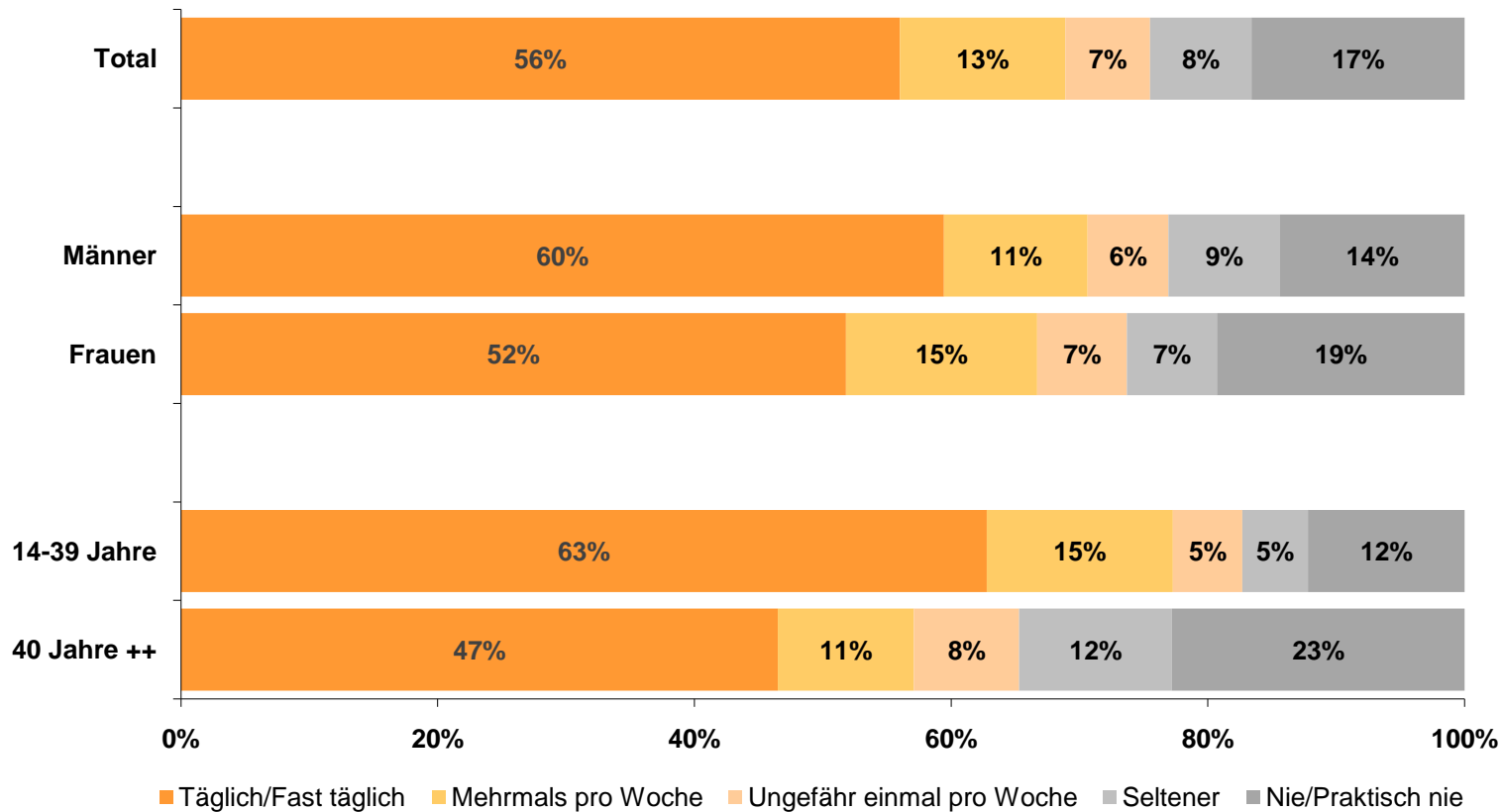


Top 7 der Nennungen

Jüngere Befragte besitzen häufiger ein internetfähiges Mobilgerät als ältere und nutzen dieses auch regelmässiger und intensiver für Internetanwendungen.

Frage 3: Wie häufig gehen Sie mit diesem Gerät ins Internet (z.B. um Websites aufzurufen, E-Mails zu versenden/empfangen usw.)?

Basis: Befragte, die ein internetfähiges Mobilendgerät besitzen: n=320, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht



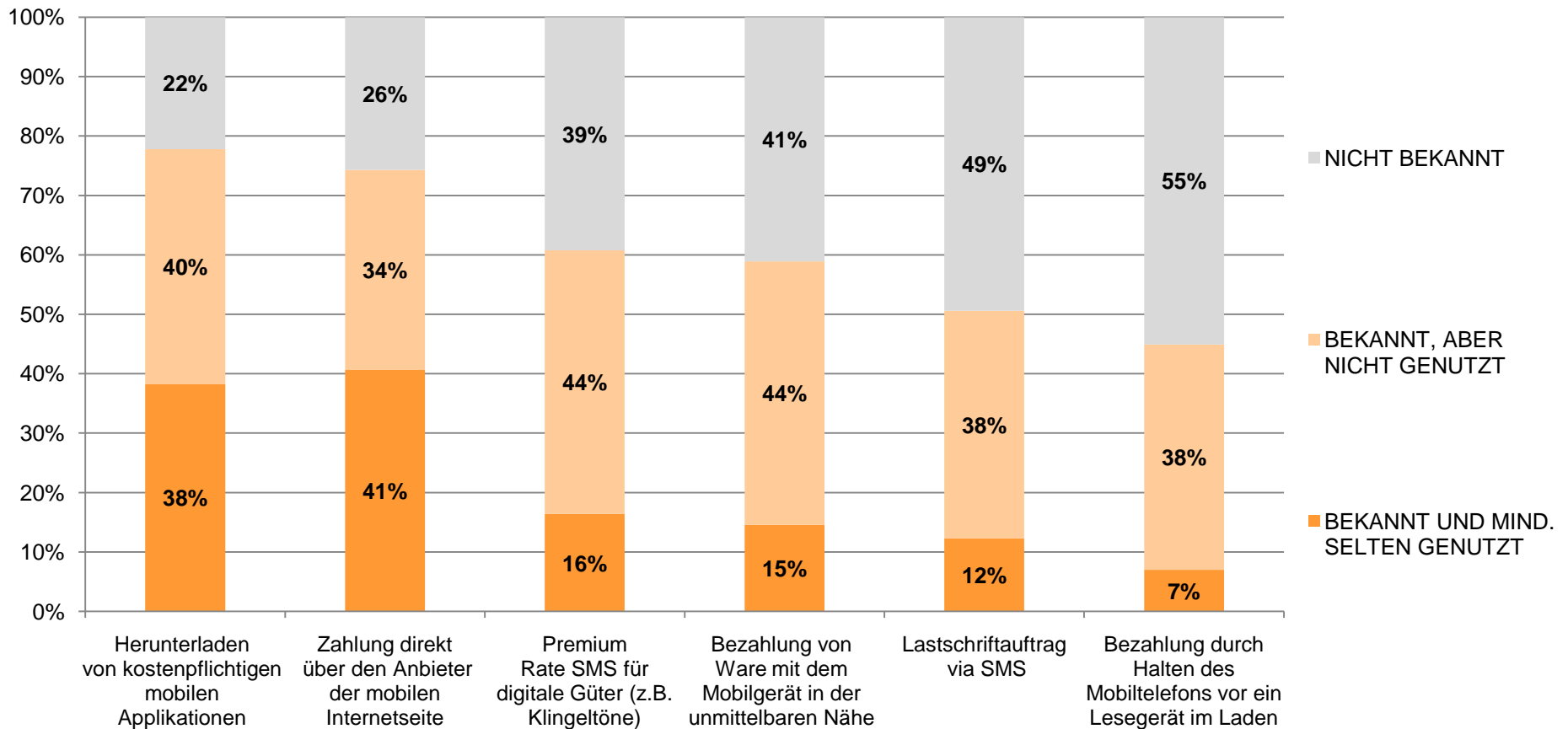
3. Bekanntheit und Nutzung von Mobile Payment

Bekanntheit und Nutzung von Mobile Payment

Das Herunterladen von kostenpflichtigen mobilen Applikationen und die direkte Zahlung über den Anbieter einer Internetseite wird am häufigsten genutzt. Über der Hälfte aller Befragten ist der Bezahlvorgang durch Halten des Mobiltelefons vor ein Lesegerät im Laden nicht bekannt.

Frage 4: Welche Möglichkeiten des Mobile Payment kennen Sie und welche haben Sie bereits genutzt?

Basis: n=507, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht

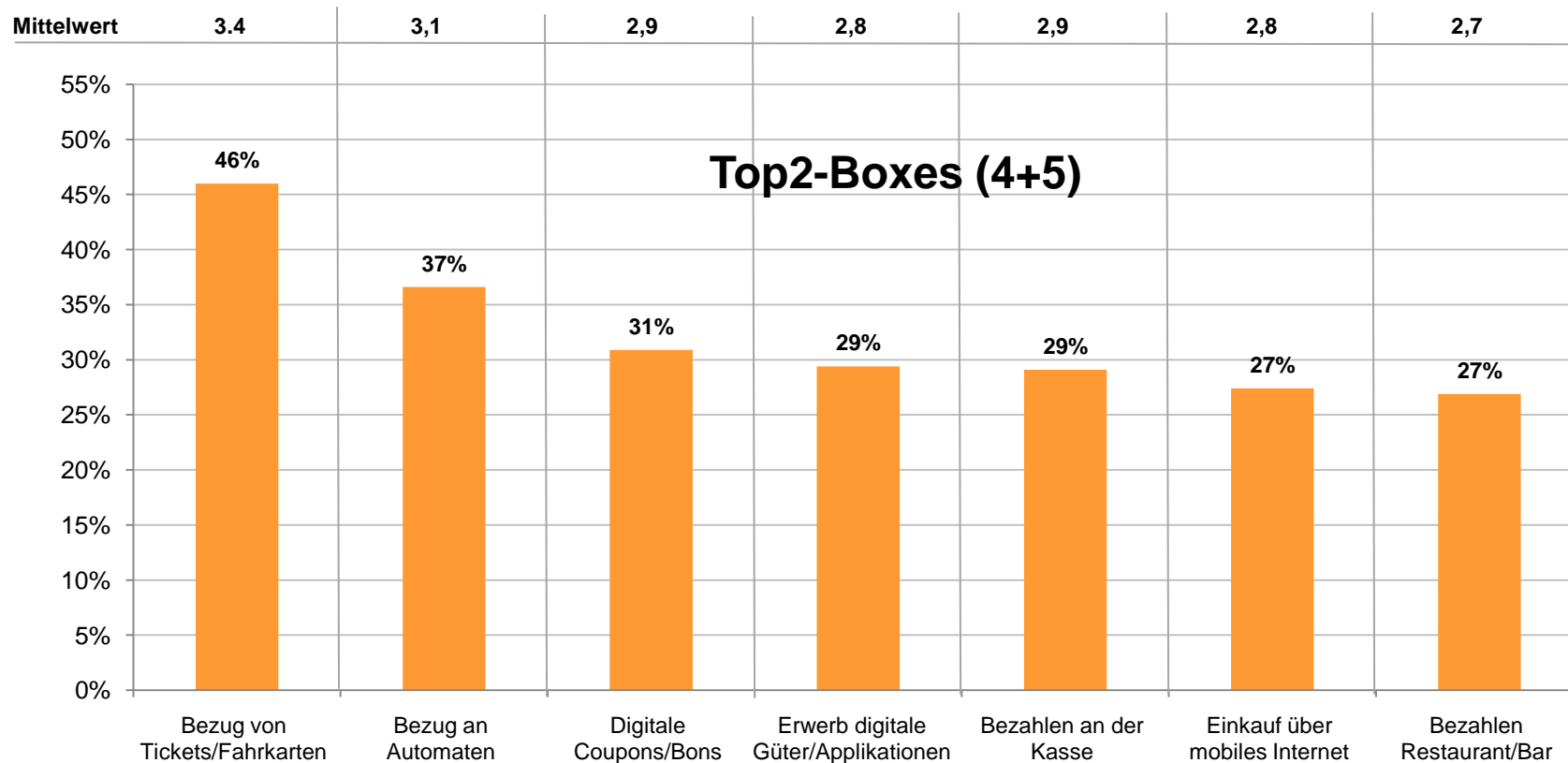


4. Attraktivität von Mobile Payment

Am attraktivsten ist die Möglichkeit, Tickets und Fahrkarten über das mobile Gerät zu beziehen, gefolgt von der Möglichkeit an Automaten Ware zu kaufen.

Frage 5: Wie attraktiv sind diese Einsatzmöglichkeiten von Mobile Payment für Sie, unabhängig ob Sie diese schon einmal genutzt haben oder nicht?

Basis: n=507, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht / Skala von 5 („sehr attraktiv“) bis 1 („überhaupt nicht attraktiv“) / dargestellt: Top2-Boxes (4+5)

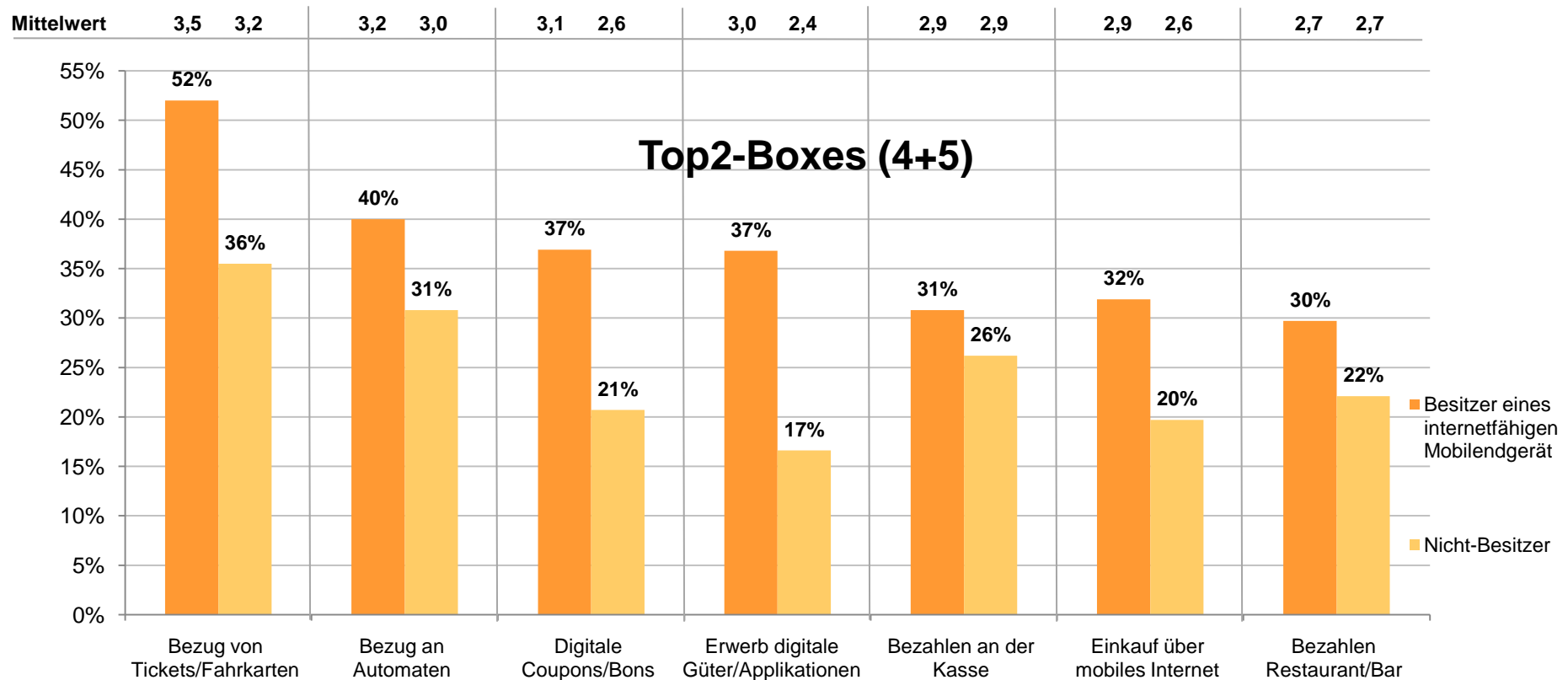


Attraktivität Mobile Payment – internetfähiges Mobilendgerät

Wenig überraschend: Für Besitzer von internetfähigen Mobilgeräten sind die Einsatzmöglichkeiten attraktiver als für Nicht-Besitzer.

Frage 5: Wie attraktiv sind diese Einsatzmöglichkeiten von Mobile Payment für Sie, unabhängig ob Sie diese schon einmal genutzt haben oder nicht?

Basis: n=507, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht / Skala von 5 („sehr attraktiv“) bis 1 („überhaupt nicht attraktiv“) / dargestellt: Top2-Boxes (4+5)



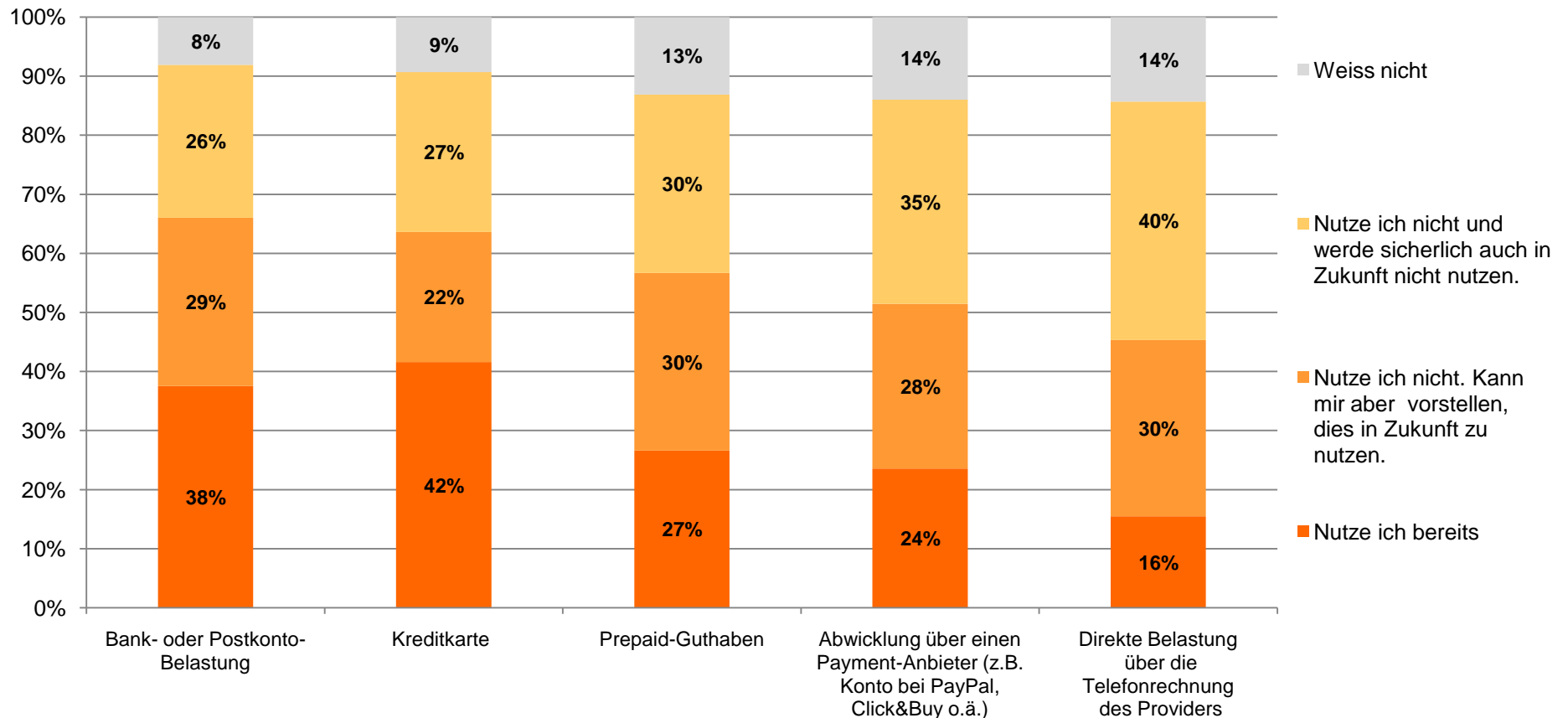
5. Nutzung Abrechnungsverfahren

Nutzung Abrechnungsverfahren

Die direkte Belastung über die Telefonrechnung des Providers scheint insgesamt das am wenigsten interessante Abrechnungsverfahren zu sein.

Frage 6: Die Bezahlung via Mobilendgerät kann über unterschiedliche Abrechnungsverfahren abgewickelt werden. Welche Abrechnungsverfahren nutzen Sie bereits oder können Sie sich vorstellen, künftig zu nutzen?

Basis: n=507, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht

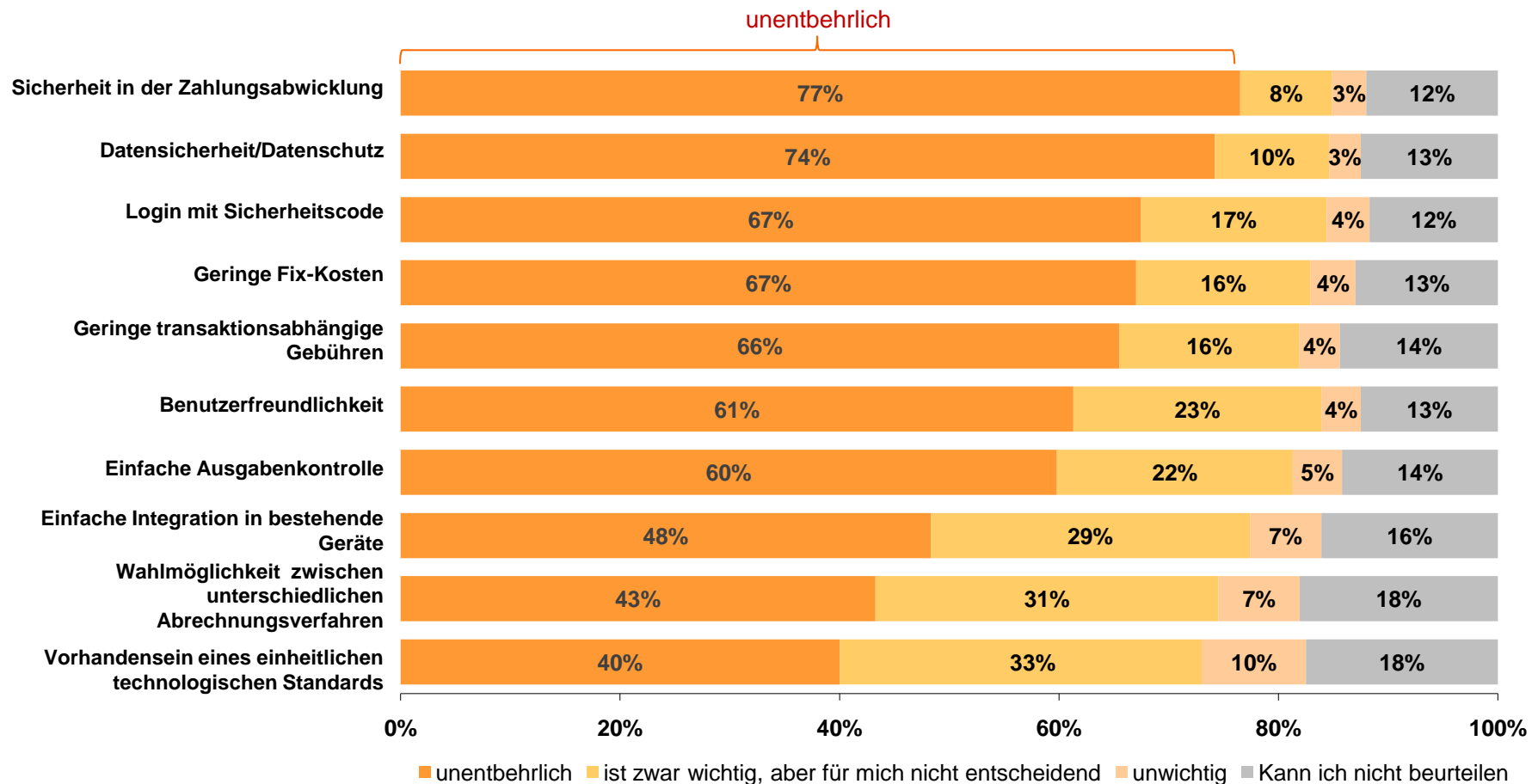


6. Anforderungen an Mobile Payment

Sicherheit in der Zahlungsabwicklung und Datensicherheit sind für die meisten Befragten «unentbehrliche» Voraussetzungen, für die Bereitschaft Mobile Payment zu nutzen. Ebenso sind geringe Fix-Kosten und geringe transaktionsabhängige Gebühren wichtige Faktoren.

Frage 7: Wie wichtig ist für Sie die Erfüllung von folgenden Kriterien, damit Sie sich vorstellen könnten Mobile Payment in Zukunft zu nutzen bzw. falls Sie dies bereits heute schon tun, noch häufiger zu nutzen?

Basis: n=507, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht

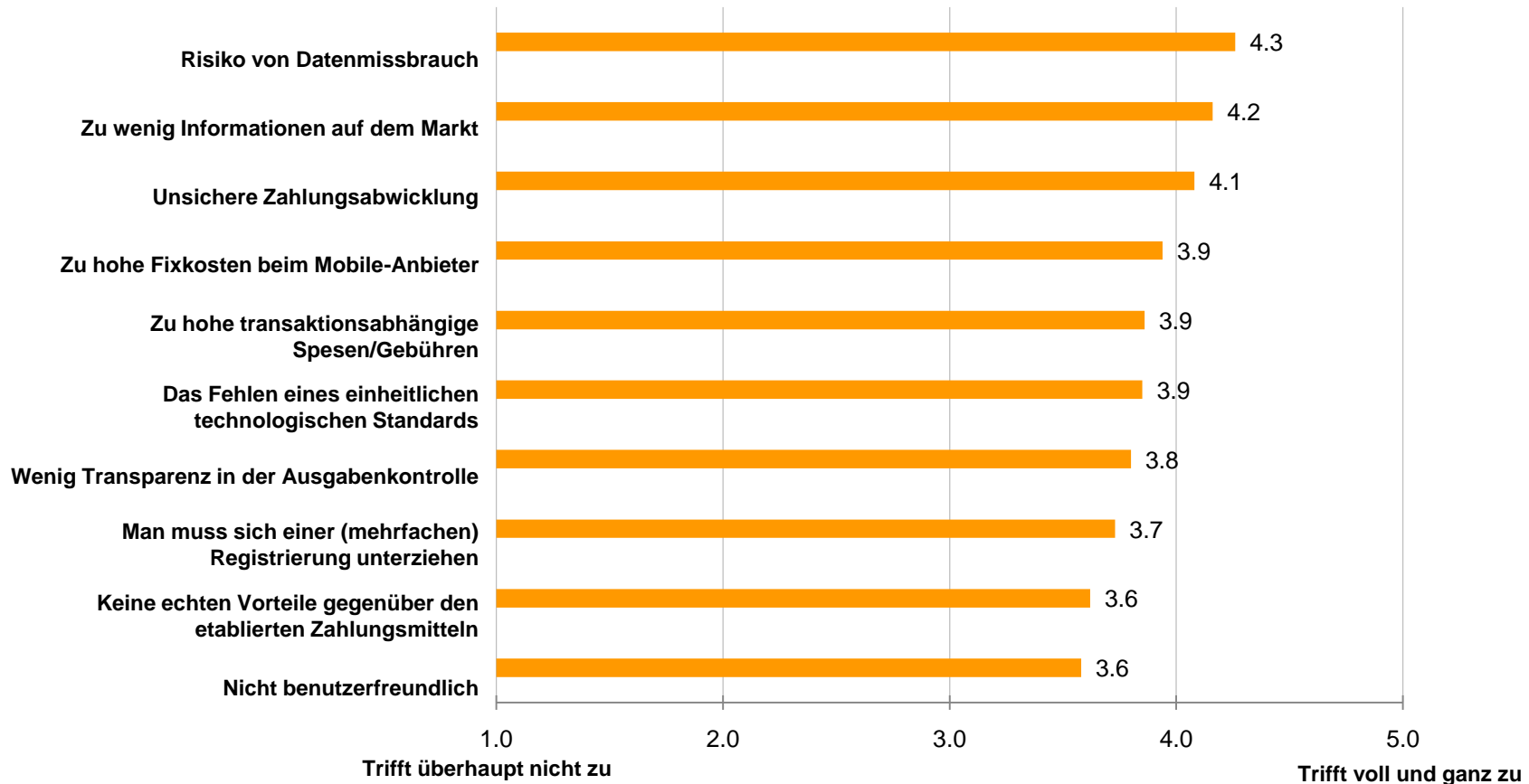


7. Barrieren für Mobile Payment

Neben der Angst vor Datenmissbrauch sind fehlende Informationen auf dem Markt und die Unsicherheit in der Zahlungsabwicklung aus Sicht der Konsumenten die wichtigsten Hinderungsgründe, dass der Einsatz von Mobile Payment nicht weit verbreitet ist.

Frage 8: Was sind Ihrem Eindruck nach mögliche Hinderungsgründe, dass Mobile Payment als Bezahlungsmöglichkeit in der Bevölkerung noch nicht weit verbreitet ist?

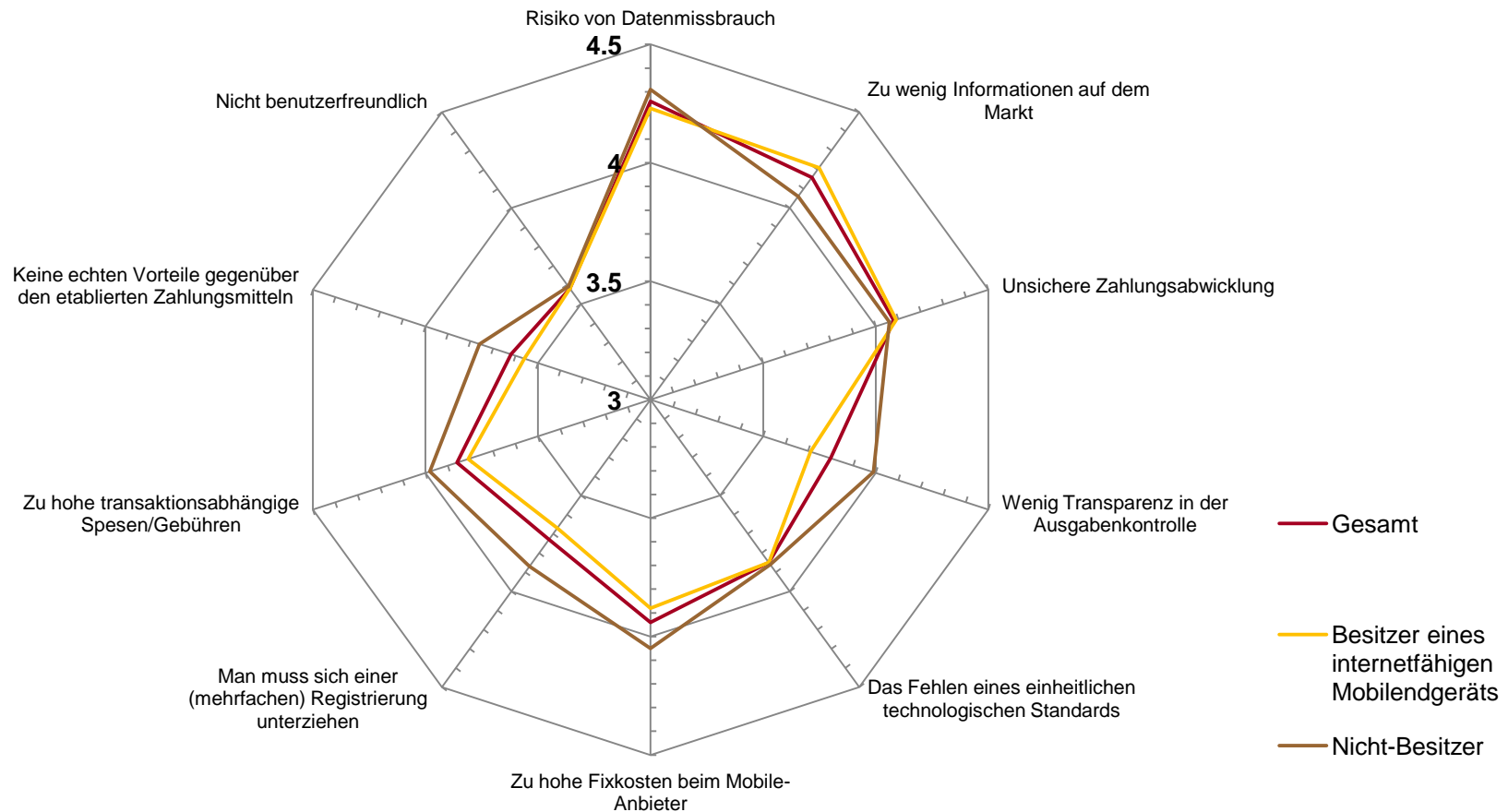
Basis: n=338_{min}, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht / dargestellt: Mittelwerte auf einer Skala von 5 („trifft voll und ganz zu“) bis 1 („trifft überhaupt nicht zu“), ohne „kann ich nicht beurteilen“



Barrieren für Mobile Payment

Besitzer eines internetfähigen mobilen Endgerätes sind häufiger als der Durchschnitt der Meinung, dass fehlende Informationen ein Hinderungsgrund für die Verbreitung von Mobile Payment sind. Nach Ansicht der Nicht-Besitzer eines internetfähigen Mobilgerätes sind die vermeintlichen oder realen hohen Kosten und Gebühren und die fehlende Transparenz in der Ausgabenkontrolle die wichtigsten Barrieren.

Frage 8: Was sind Ihrem Eindruck nach mögliche Hinderungsgründe, dass Mobile Payment als Bezahlungsmöglichkeit in der Bevölkerung noch nicht weit verbreitet ist?

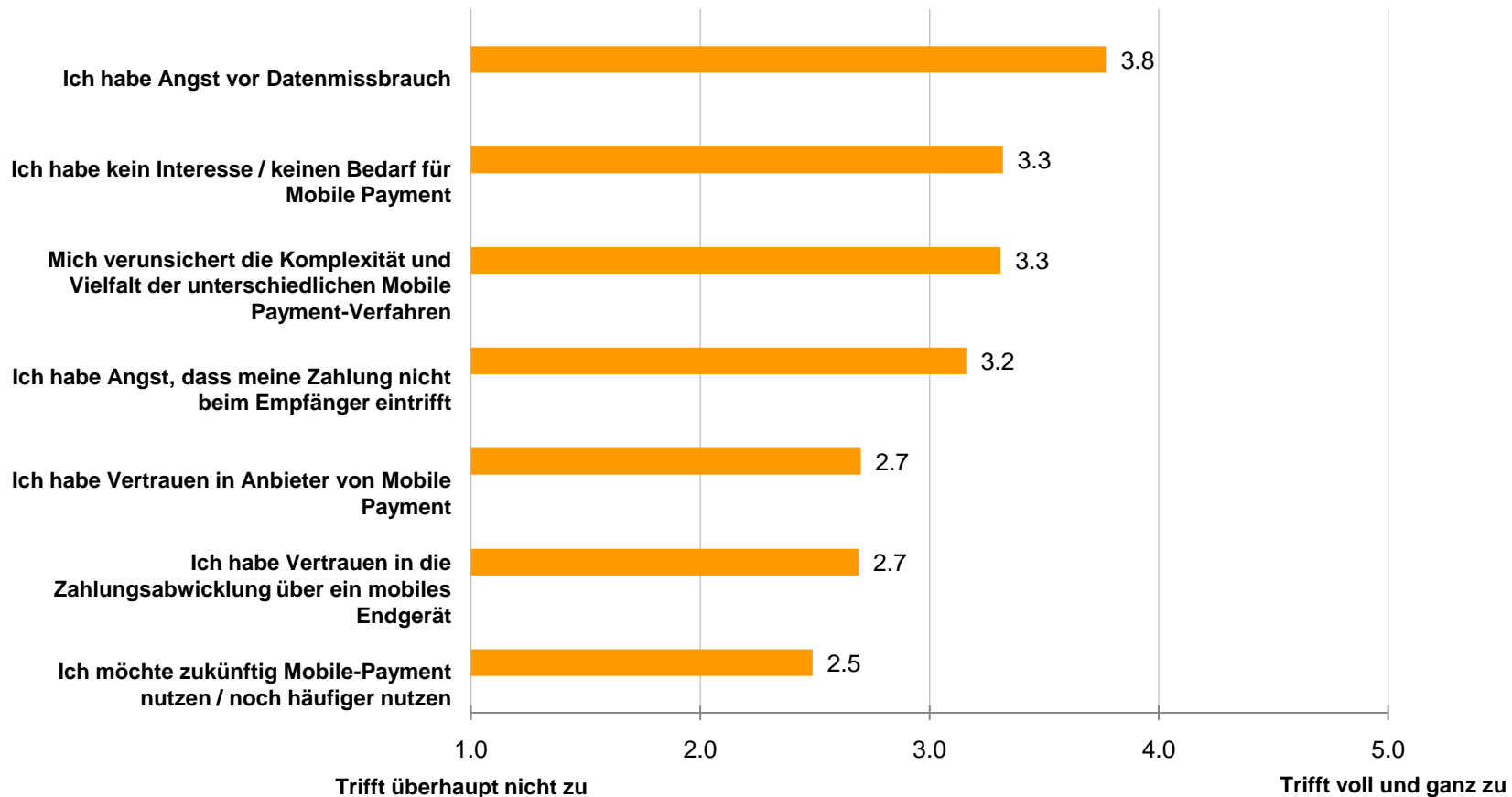


8. Aussagen zu Mobile Payment

Das Vertrauen in Anbieter von Mobile Payment sowie auch das Vertrauen in die Zahlungsabwicklung ist gering. Die Bereitschaft Mobile Payment in Zukunft zu nutzen oder noch häufiger einzusetzen, ist demzufolge unter allen Befragten nicht besonders gross.

Frage 9: Zum Schluss bitte wir Sie, folgende Aussagen zu beurteilen. Wie stark treffen diese für Sie zu?

Basis: n=397_{min}, geschlossene Frage / eine Antwort möglich / Antwortpflicht / dargestellt: Mittelwerte auf einer Skala von 5 („trifft voll und ganz zu“) bis 1 („trifft überhaupt nicht zu“), ohne „kann ich nicht beurteilen“



9. Kurzfazit

Aus der Gesamtanalyse der Ergebnisse kann hergeleitet werden, dass die heute bei vielen Konsumenten vorhandene Skepsis gegenüber Mobile Payment abgebaut werden könnte. Dazu wäre eine verbesserte Informationsstrategie zu Einsatzmöglichkeiten und Nutzen notwendig. Auch vertrauensbildende Massnahmen bezüglich Datensicherheit und Kontrolle in der Zahlungsabwicklung sind empfehlenswert.

Mit einheitlich geregelten, sicheren Abrechnungsverfahren und intuitiv bedienbaren Endgeräten könnte Mobile Payment durchaus auf eine grössere Resonanz stossen. Jedoch gilt es zu bedenken, dass rund ein Drittel der Nutzer in Ihrer Grundhaltung generell relativ «resistent» gegenüber digitalen Zahlungsmethoden sein dürften.



Düsseldorf
Hamburg
Lengerich
Berlin
Zürich

INNOFACT AG Research & Consulting
Hardstrasse 301
8005 Zürich
Tel. +41 44 / 276 46 52
Fax +41 44 / 276 46 67
www.INNOFACT.ch

Kontakt:
Mirco Marrone
Geschäftsleitung
m.marrone@innofact.com

INNOFACT AG Research & Consulting
Neuer Zollhof 3
D-40221 Düsseldorf
Tel. +49 211 / 86 20 29 0
Fax +49 211 / 86 20 29 10
www.innofact.com