

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab 16. April 2015

Händlerstudie: Mobile Payment wird erfolgreich sein – wenn es so gut wie Kartenzahlungen funktioniert

Erste Ausgabe des neuen „Payment-Barometers“ zeigt Händlermeinung zum Mobile Payment auf und erlaubt einen Blick in die Zukunft der Zahlungsabwicklung.

Regensburg/Eschborn, 16. April 2015. M-Payment-Verfahren können sich nur dann durchsetzen, wenn sie mindestens genauso günstig, schnell und verbreitet sind wie Kartenzahlungen. Das ist ein Ergebnis des jetzt veröffentlichten Payment-Barometers, das vom Zahlungsspezialisten ConCardis, den Forschern von ibi research an der Universität Regensburg und dem Wirtschaftsmagazin *Der Handel* durchgeführt wurde.

Die bargeldlose Zahlung an der Ladenkasse ist laut Studie heute von klassischen Karten geprägt. So bieten 71 Prozent der befragten Händler Zahlungen mit der girocard an, 60 Prozent akzeptieren Kreditkarten und 37 Prozent das elektronische Lastschriftverfahren (ELV). Neuere Methoden, wie beispielsweise kontaktlose Zahlungen via Kreditkarte, sind im Handel hingegen seltener (14 Prozent). Und Zahlungen über QR-Code oder mittels Apps finden sich sogar nur im niedrigen einstelligen Prozentbereich (4 Prozent bzw. 2 Prozent).

„Händler sind vor allem bereit, auf neue Zahlverfahren zu setzen, wenn ihre Kunden danach verlangen. Die fehlende Verbreitung auf Kundenseite dürfte momentan das größte Hindernis für Händler sein“, sagt Dr. Georg Wittmann, der für ibi research das Payment-Barometer betreut. „Auf Sicht von fünf Jahren erwarten die Händler allerdings, dass neue Methoden an Bedeutung gewinnen werden“, so Wittmann weiter. So werden App-basierte Zahlungsverfahren nach Angabe jedes vierten Händlers (24 Prozent) in fünf Jahren eine hohe oder sehr hohe Bedeutung besitzen, von kontaktlosen Kreditkarten erwarten dies sogar 41 Prozent der Studienteilnehmer.

Kontaktlose Bezahlmöglichkeiten sind gefragt

Mobile Zahlverfahren kommen langsam, aber sicher bei den Konsumenten an. Das zeigt die Tatsache, dass gut ein Viertel der Händler schon einmal von Kunden gefragt wurde, ob kontaktloses Bezahlen möglich sei. Dementsprechend geht momentan auch immer noch fast die Hälfte der Befragten (47 Prozent) davon aus, dass es an der nötigen Kundenakzeptanz für Zahlungen via Near Field Communication fehlt. Dennoch können sich bereits heute über zwei Drittel (68 Prozent) der Händler vorstellen, zukünftig kontaktlose Zahlungen anzubieten.

„Die Studienergebnisse zeigen, dass der Handel durch die zunehmende Verbreitung kontaktloser Zahlverfahren auf Verbraucherseite schon bald die nächste Evolutionsstufe der Zahlungsabwicklung erreichen wird“, sagt Rainer Sureth, Chief Executive Officer von ConCardis. „Wir freuen uns darauf, die weitere Entwicklung mit dem Payment-Barometer zu messen.“

Die Studienreihe wird im Spätsommer mit einer zweiten Ausgabe fortgesetzt, deren Ergebnisse dann im Oktober veröffentlicht werden.

Die komplette Studie sowie weitere Informationen zum Payment-Barometer finden Sie unter www.payment-barometer.de.



research

an der Universität Regensburg



Pressekontakt ibi research:

Dr. Georg Wittmann
ibi research an der Universität Regensburg
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg
Tel.: +49 941 943-1911
E-Mail: epayment@ibi.de
www.ibi.de

Pressekontakt ConCardis:

Kerstin Pitsch
Tel.: +49 69 7922-4681
E-Mail: presse@concardis.com
www.concardis.com

Über ConCardis

ConCardis ist ein Gemeinschaftsunternehmen der deutschen Banken und Sparkassen und gehört mit rund 30 Jahren Erfahrung im Bereich der Kartenakzeptanz zu den führenden Anbietern für den bargeldlosen Zahlungsverkehr in Europa. Das Unternehmen betreut 230.000 Kunden in Deutschland, der Schweiz, Österreich und den Benelux-Ländern und erbringt Serviceleistungen rund um das Bezahlen mit Debit- und Kreditkarten für mehr als 400.000 Akzeptanzstellen im Präsenzggeschäft sowie im E-Commerce und Versandhandel. Das von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht zugelassene Zahlungsinstitut arbeitet erfolgreich an der Expansion in weitere europäische Märkte.

Über ibi research

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Beratungs- und Forschungsinstitut ibi research betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung mit Schwerpunkt auf Innovationen rund um Finanzdienstleistungen und den Handel. Auf Basis seiner Kernkompetenzen konzentriert sich ibi research auf drei Geschäftsfelder: Retail Banking, E-Business, Governance & Controlling. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

Der Handel

Das Wirtschaftsmagazin „Der Handel“ erscheint monatlich in einer Auflage von rund 80.000 Exemplaren und berichtet umfassend und aktuell über politische und wirtschaftliche Themen aus der Handelsbranche. Seiner überwiegend mittelständisch geprägten Leserschaft dient „Der Handel“ darüber hinaus als praxisnaher Ratgeber zu den Geschäftsbereichen IT, Finanzen, Fuhrpark und Personal. In jeder Ausgabe vermittelt das Magazin detailliertes Hintergrundwissen zu besonderen Schwerpunktthemen – vom Absatzmarketing über Ladenbau bis hin zur finanziellen Absicherung des Unternehmens. „Der Handel“ wird herausgegeben von der dfv Mediengruppe (Frankfurt am Main).