



Mobile Payment steht kurz vor dem Durchbruch! Dieses Jahr ist es soweit. Der Markt wird explodieren. Jetzt aber. So war es 2011 zu lesen. Auch 2012. Und 2013. Auch schon früher und noch später. Inzwischen trauen sich nur noch Anfänger diesen Satz zu formulieren. Wer länger dabei ist, ist spätestens aus Erfahrung vorsichtiger geworden.

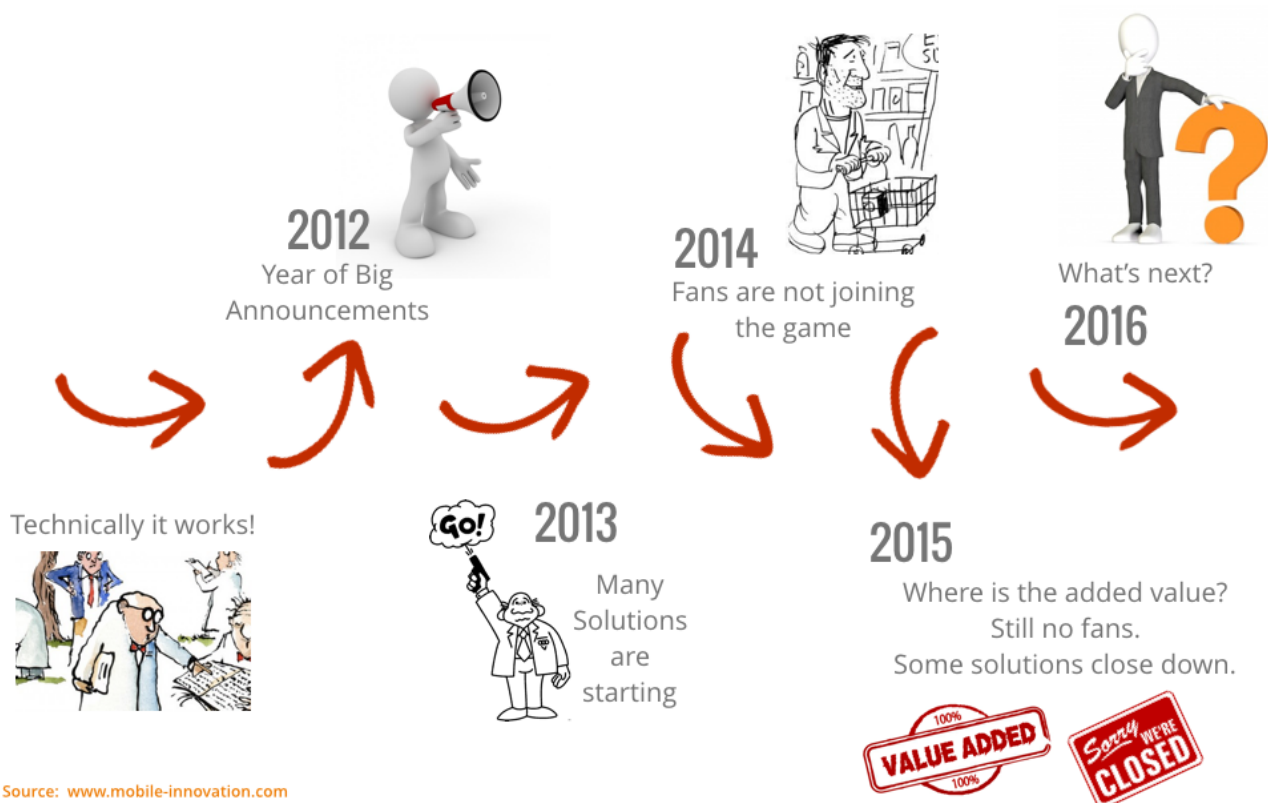


Im Sommer 2012 habe ich in mein Portemonnaie geschaut und mich gefragt, was davon bald ins Smartphone wandert. Das Foto davon habe

ich in 2012, 2013 und 2014 gezeigt und muss auch leider in 2016 feststellen: Sieht immer noch so aus (nur dass ich inzwischen ein neues Portemonnaie habe).

In meinem Smartphone hingegen haben sich in der Zeit einige neue Bezahl-Apps bzw. Bezahl-Möglichkeiten angesammelt. Aber immer noch keine, die mein Portemonnaie schmälern würde. Auch (fast) keine, die mein Bezahl-Verhalten in der Offline-Welt nachhaltig verändert hätten. Fünf Jahre und nichts wirklich Entscheidendes ist passiert? Nein, das wäre auch nicht richtig.

Timeline Mobile Proximity Payment in Germany

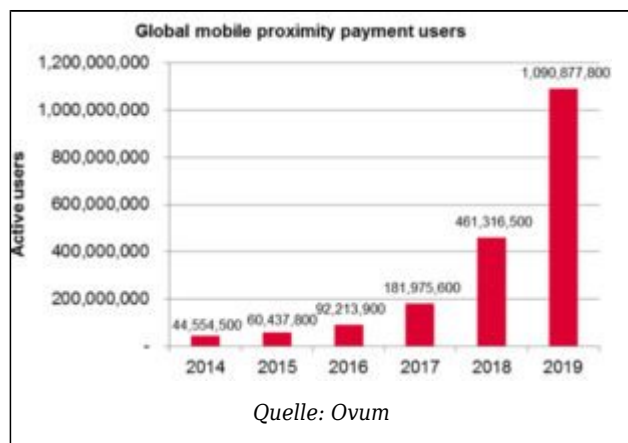


In der Kampfarena des Mobile Payment gibt es weiterhin heftige Gefechte. Manche Kämpfer mussten schon aufgeben, andere sind angeschlagen, wieder andere können sich erste

Gewinner-Pokale ins Regal stellen. So einige Lessons Learned lassen den nebeligen Blick auf Zukunftserfolg etwas klarer erscheinen. Aber der Markt befindet sich weiterhin im Tal der Tränen, denn Nutzer gibt es nur sehr wenige.

Die Fans kommen nicht zum Spiel

Welches Vertrauen haben die deutschen Nutzer inzwischen in das mobile Bezahlen an der stationären Kasse? Was die Veröffentlichung von Nutzerzahlen betrifft, hält die Mehrzahl der Anbieter sich sehr bedeckt. Das hat meistens seine Gründe. Eine Studie des Beratungshauses PwC schätze die Anzahl der Nutzer in Deutschland in 2014 auf rund 180.000. Seither kursiert immer wieder die Zahl von mehr oder weniger 200.000 Usern. In schöner Regelmäßigkeit werden immer wieder blendende Prognosen veröffentlicht: in 2020 soll es 11 Millionen Kunden für mobile Bezahlssysteme im B2C-Segment in Deutschland geben laut PwC. Bisher bleibt die kleine Zahl der Tech-Freaks allerdings konstant homöopathisch bei 0,4% der deutschen Smartphone Nutzer. Die Marktentwicklung ist bei den „Innovatoren“ stecken geblieben und hat noch nicht einmal Begeisterung bei „Early Adoptern“ auslösen können.

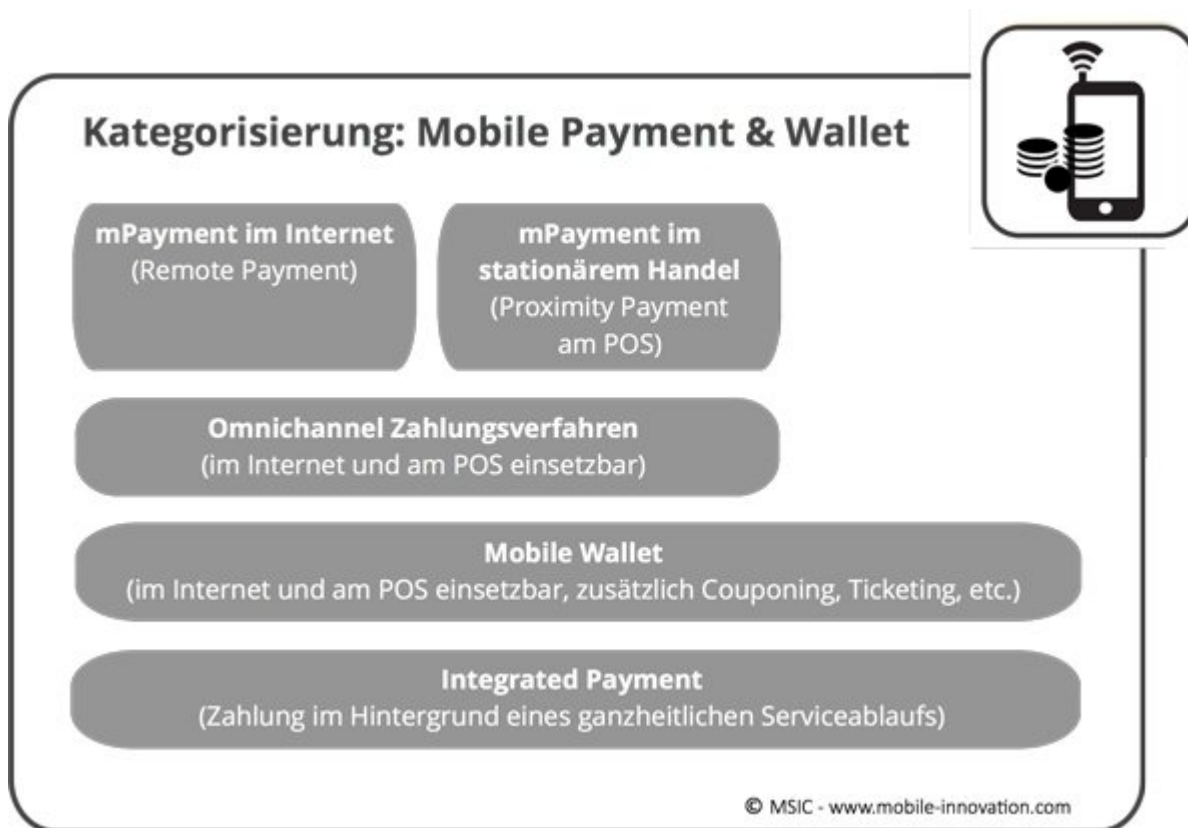


Trotz allem haben FinTech Investoren das Vertrauen in die Zukunft des Payment Marktes nicht verloren. Die investierten Summen in Payment Services Startups aus Deutschland stiegen in 2014 und 2015. Diese Zahlen sind womöglich relevanter, um Vertrauen in den Markt zu behalten, als die üblichen Prognosen der gängigen Analystenhäuser. Die Grafiken sehen seit Jahren gleich aus, nur verschieben sich die Jahreszahlen stets weiter nach links. Eine der letzten Prognosen kam gerade erst von Ovum (siehe Grafik).

Best of Mobile Payment 2016

Wo steht Mobile Payment in Deutschland in 2016? Oder vielmehr: wie reagieren Mobile Payment Anbieter auf die anhaltende Flaute in der Nutzung. Diese Frage soll näher beleuchtet werden. Nicht aus allen Blickwinkeln, aber mit unterschiedlichen Praxiserfahrungen, Rückmeldungen aus Unternehmen und immer aus der Perspektive des Kunden. Die Erkenntnis, dass Mehrwerte für den Kunden geschaffen bzw. Probleme des Nutzers gelöst werden müssen, ist inzwischen zu einer Art Hype-Botschaft im Mobile Payment geworden (auf dem „Höhepunkt der überhöhten Erwartungen“ könnte man hinzufügen). Wie ernst diese Botschaft allerdings von den Anbietern genommen wird bzw. ob die Botschaft korrekt verstanden ist, soll auch Gegenstand der Analyse sein. Vom Nutzer geschätzte Mehrwerte zu schaffen ist meist nicht einfach, noch schwerer dessen Umsetzung im Markt. Viele Lösungen scheitern weiterhin daran. Andere machen gute Fortschritte.

Und nicht zu vergessen: die Definitionen für Mobile Payment und Mobile Wallet sind weiter gültig und wichtig, damit ein gemeinsames Verständnis für die Diskussion vorliegt. Hier noch einmal der Überblick:



Hier die Links zu den Mobile Payment Serien auf mobile zeitgeist aus der Vergangenheit:

[Mobile Payment Serie 2014](#)

[Mobile Payment SWOT 2013](#)

[Mobile Payment Update 2012](#)

Während bisher die Startups immer zuletzt dran waren, soll es dieses Mal umgekehrt sein. Im nächsten Beitrag startet der Blick auf die Mobile Payment Startups in Deutschland.

Über die Autorin: Maike Strudthoff ist Zukunftsanalytikerin, Autorin, Speaker, freie Beraterin und Inhaberin. Ihre Spezialisierung: Mobile Services Innovationen und Customer Centricity. Sie hilft Unternehmen die Zukunft zu antizipieren und sich auf Veränderungen vorzubereiten, u. a. durch Workshops, Ideation, Konzept Reviews, Analysen, Benchmarks,

usw. Mehr über Maike auf [XING](#), ihrer Website oder per Mail maikestrudthoff@mobile-zeitgeist.com

Dieser Artikel erschien zuerst auf mobile zeitgeist.