



Wenn man mit Mobile Payment in Deutschland nicht glücklich werden kann, wandert man eben in Länder aus, in denen nicht nur Goldgräberstimmung herrscht, sondern auch Gold geschöpft wird. Im letzten Artikel äußerte sich Cashcloud über die „deutsche Enttäuschung“ und das Startup konzentriert sich nun lieber auf Spanien. Auch die mPay App iPAYst spricht auf ihrer Website über andere Länder wie Spanien, Italien und Türkei. Sein wahres Glück scheint das dahinterstehende Startup UMT AG aber woanders gefunden zu haben.



Ursprünglich begonnen hat die iPAYst App mit ein paar Hand voll Restaurants und kleinen Einzelhändlern vorwiegend in München und Frankfurt. Die Bezahlung per Smartphone via QR-Code befindet sich im Kern der App, aber auch Loyalty Features oder P2P-Payments sind integrierbar.

Schnell stellte sich allerdings heraus, dass die benötigte Menge Goldgräber (sprich der Aufwand für Marktwachstum) viel zu hoch sein würde, um eine angemessene Goldmenge (sprich Impact im Markt) zu erzielen. Es wären einfach immer zu wenig Akzeptanzstellen und zu wenig Konsumenten - die sich ja dann auch noch treffen mussten, um eine Transaktion zustande zu bringen.

## Not on my own, besser starke Partnerschaften



Vor rund zwei Jahren wurde dann laut Alexander von Franckenstein, Chief Business Development Officer der UMT AG, „glücklicherweise eine schnelle und gute Entscheidung getroffen“. Seither fokussiert sich das Unternehmen auf seine Technologie

und bietet eine White-Label-Plattform für Loyalty, Advertising und mobiles Bezahlen. Ein Meilenstein für die UMT AG war die Partnerschaft mit Payback.

*„Payback wählt die UMT AG aus München als Lösungspartner für sein Smartphone basiertes Mobile Payment Verfahren“* berichtete bereits mobile zeitgeist Autor Rudolf Linsenbarth. Das hört sich zumindest vielversprechend an, schaut man auf die 27,5 Mio. Payback-Nutzer in Deutschland und über 8 Mio. Downloads der mobilen App. Auch die Anzahl der Partnerunternehmen - offline und online zusammen sind es inzwischen über 650 - kann sich sehen lassen. Vielleicht eine Goldgrube?

Hier die **4B-Fragen** an Alexander von Franckenstein:

## **Best-Move von UMT:**

Der Ausbau der Technologie zur White-Label-Plattform ermöglicht es in ganz unterschiedliche Richtungen zu denken. Die Kooperation mit Payback stellt einen Meilenstein in der Firmengeschichte dar.

## **Bad-Idea von UMT:**

Vor 3-4 Jahren war es Ziel der iPAYst App sich als eigenständiges Label in Deutschland etablieren zu wollen. Aber der Aufwand genügend Akzeptanzstellen und Konsumenten zu erreichen war letztendlich zu gewaltig.

## **Biggest-Challenge für UMT:**

Für den weiteren Ausbau der Plattform: rechtzeitig auf die richtigen Technologien zu setzen, gute Partner zu finden und die Kunden zu identifizieren, die die Lösungen annehmen.

## **Brilliant-Idea für UMT:**

Die ganzheitliche Abdeckung der Wertschöpfungskette rund um das mobile Bezahlen, inkl. Loyalty und Advertising sowie über alle Vertriebskanäle auf einer Plattform anzubieten. Längerfristig auch mit Smart Data Features und PSP Abwicklungs-Services.

## Pivot zur skalierbaren White-Label-Plattform

Das Startup UMT lässt sich in die Kategorie „Pivot“ einordnen, da es sein Geschäftsmodell verändert hat. Der Fokus des Unternehmens liegt inzwischen auf der White-Label-Tech-Plattform und die Marke iPAYst wird langsam verschwinden.

Welche weiteren Mobile Payment Startups haben sich für einen Pivot entschieden und sind diese dann dem Thema Payment treu geblieben oder haben ihm gänzlich den Rücken gekehrt? Dazu mehr beim nächsten Mal.

Übersicht der Artikel-Serie: PaySerie 2016

**Über die Autorin:** Maike Strudthoff ist Zukunftsanalystin, 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](mailto:maikestrudthoff@mobile-zeitgeist.com)

Dieser Artikel erschien zuerst auf [mobile zeitgeist](#).