



Ich möchte meinem Kommentar einen wichtigen Punkt voranstellen: Ich bin davon überzeugt, das mobiles Bezahlen in Zukunft relevant sein wird. Aber in Zukunft eben! Als Head of Innovation der METRO Group habe ich im Metro Future Store bereits 2008 die ersten NFC- und Biometrie- Bezahlszenarien entwickelt und mit vielen Fokusgruppen untersucht. Ich war damals fest davon überzeugt, dass im Jahre 2011 der mobile Bezahlanteil bei 15% liegen wird. Wir haben gelernt damit umzugehen, dass man falsch liegen kann!

Zurück zum Titel, er spricht von einer Revolution, und der Charakter einer solchen bedingt das Vorhandensein von Revolutionsführern. Nun, übertragen auf das Thema „Mobile Payment“ sind diese bereits in Massen vorhanden. Zahlreiche Mobilfunkunternehmen, Banken, andere Zahlungsdienstleister sowie mit viel Wagniskapital ausgerüstete Start-up´s

versuchen, die Massen für die Revolution zu begeistern. „Auf die Barrikaden mit euch, zückt das Smartphone und bringt die digitale Wallet zum glühen.“ könnte man aus den schönen Präsentationen herauslesen. Womit wir auch schon bei dem Kernproblem wären: Es gibt derzeit deutlich mehr Präsentationen über mobiles Bezahlen, als getätigte Zahltransaktionen. Woran liegt es, dass die Konsumenten nicht scharenweise auf diese Lösung wechseln? Nun, ganz einfach: Der Kunde hat mit Bezahlen derzeit kein Problem, und wer kein Problem hat braucht auch keine Lösung. Man muss also nicht an der Lösung schrauben, sondern ein Problem herbeiführen. Hinzu kommt, dass zwar alle Revolutionsführer die Veränderung fordern, aber jeder dem Volke einen anderen Weg empfiehlt. Das sorgt dafür, dass die Bürger verwirrt sind und aus Verunsicherung bei bestehenden Lösungen bleiben.

Sieht man sich die Mannigfaltigkeit der Lösungen an, ist das auch kein Wunder. Die multiple mobile Wallet würde einem Geldbeutel gleichen, in dem sich mit Lira, Zloty, Rubel und Euro verschiedene Währungen befinden. Das mag schließlich auch keiner, und deshalb bleibt die Revolution ohne Gefolgschaft.

Aus Sicht des Handels sieht es ähnlich aus. Kein Händler trimmt sein Kassensystem auf 20-30 verschiedene mobile Bezahlverfahren nur weil diese Möglichkeiten verfügbar sind. Kassensysteme sind im Handel das Heiligste, denn wer darin implementiert sein möchte, muss schon handfeste Gründe liefern.

Nun das Gute: Die Revolution kommt und den Zeitpunkt kann man gut beschreiben: Wenn der Markt die Anbieter konsolidiert hat, der Kunde auf die kontaktlose Informationsübertragung in anderen Bereichen konditioniert ist und Bezahlen ein integrativer Bestandteil einer mobilen Customer Journey ist - Dann kann der Sturm beginnen!

Erschienen auf www.denkubator.de