

Pressekontakt:

*Capgemini
Achim Schreiber
Kurfürstendamm 21
10719 Berlin
030 88703-731
achim.schreiber@capgemini.com*

*Diane Notbohm
Berliner Str. 76
63065 Offenbach am Main
069 9515-1202
diane.notbohm@capgemini.com*

Studie von Capgemini Consulting sieht großes Potenzial für Mobile Payment

Flächendeckende Geschäftsmodelle fehlen aber noch

Berlin, 20. Oktober 2009 - Eine repräsentative Studie von Capgemini Consulting bescheinigt Mobile Payment als Zahlungsmethode über das Mobiltelefon eine hohe Attraktivität bei Verbrauchern. Das Beratungsunternehmen schätzt das mögliche Marktvolumen in Deutschland nur durch Endkundengebühren, das heißt ohne Transaktionsgebühren, auf allein 600 Millionen Euro. Demnach besteht langfristig ein großes Potenzial für Mobile Payment als Ersatz oder Ergänzung existierender Zahlungsmittel wie Bargeld. Ein Drittel der Bevölkerung ist zwar noch unentschieden, könnte aber durch eine bessere Bekanntheit für den neuen Zahlungsweg gewonnen werden. Was bisher fehlt, ist ein praktikables Geschäftsmodell, bei dem Mobilfunkanbieter, Einzelhändler und die aktuell nur mit wenigen Ausnahmen aktiven Finanzdienstleister (z.B. Banken oder Kreditkartengesellschaften) zusammenarbeiten müssen. „Schon heute sind 1,3 Millionen Konsumenten bereit, bis zu fünf Euro pro Monat für die Nutzung von Mobile Payment zu zahlen. Zuzüglich möglicher Transaktionsgelder, die durch den Handel zu entrichten wären, entsteht hierdurch ein interessanter Markt“, so Tom Lurtz, Telekommunikationsexperte von Capgemini Consulting.

Sicherheit und Transparenz für Nutzer wichtig: Banken haben Vertrauensbonus

Sicherheit ist für die befragten Bundesbürger ein entscheidender Aspekt beim Mobile Payment – der Zahlungsweg muss anonym und die Mobilfunknummer für den

Zahlungsempfänger unsichtbar bleiben. Bei der einmaligen Registrierung würden die Befragten sogar einen etwas komplizierteren Prozess in Kauf nehmen, da dieser das Vertrauen in die Sicherheit der Methode erhöht. Weitere wichtige Aspekte der Verbraucher sind Einfachheit und Transparenz: 55 Prozent der Befragten wünschen sich, dass der zu zahlende Betrag direkt vom Bankkonto abgebucht wird – nur 14 Prozent favorisieren hier die Abrechnung des Betrags über die Telefonrechnung.

Das Interesse der Verbraucher für Mobile Payment ist bereits vorhanden, praktikable Geschäftsmodelle, die eine breite Nutzung ermöglichen, jedoch noch nicht. Tom Lurtz kommt hier zu dem Schluss, dass hier vor allem die Kompetenzen von Banken gefragt sind: *„62 Prozent der Befragten erwarten ein Mobile Payment-Angebot von ihrer Bank. Banken genießen beim Verbraucher immer noch das höchste Vertrauen im Zahlungsverkehr und haben daher die Chance, sich eine führende Rolle bei der Entwicklung eines Geschäftsmodells für Mobile Payment zu sichern.“* Die von Capgemini Consulting befragten Bundesbürger nehmen Mobile Payment darüber hinaus als eine ergänzende Bezahlform zu bestehenden Bezahlverfahren, beispielsweise der EC-Karte, wahr.

Herausforderung: Akzeptanz und Einsatzbereiche im Handel schaffen

Aktuelle Mobile Payment Services werden derzeit von Mobilfunkunternehmen, insbesondere für Online Services, und Anbietern von Produkten oder Services, z.B. Mobile Parking oder auch die Handybriefmarke der Deutschen Post, direkt angeboten. Diese sind aktuell auf wenige Anwendungsfälle beschränkt. Die Anforderung an potenzielle Anbieter ist es nun, weitere Einsatzfelder für Mobile Payment bereitzustellen. Dies könnten aber auch Unternehmen aus der Internet-Branche wie zum Beispiel Ebay mit Pay Pal, die schon jetzt Bezahlssysteme für eine große Nutzergruppe anbieten, leisten und damit eine ernstzunehmende Konkurrenz in diesem Umfeld werden. Generell wird sich der Kunde erst auf Mobile Payment als Zahlungsweg verlassen und es regelmäßig nutzen, wenn eine weitreichende Akzeptanz beim Handel geschaffen wird. Dies müssen potenzielle Anbieter von Mobile Payment gewährleisten. Die stärkere Zusammenarbeit und die Nutzung von Synergien der Telekommunikationsanbieter und Banken wären daher der Startschuss für die Erschließung dieses neuen Geschäftsfeldes, das das Zusammenwachsen von Mobiltelefonen und Bezahlverfahren bietet.

Über Capgemini

Capgemini, einer der weltweit führenden Dienstleister für Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing, ermöglicht seinen Kunden den unternehmerischen Wandel durch den Einsatz von Technologien. Als Dienstleister stellt Capgemini Wissen und Fähigkeiten zur Verfügung, um seinen Kunden die notwendigen Freiräume für Wachstum und geschäftlichen Erfolg zu schaffen. Ein wesentliches Element dafür ist die besondere Form der Zusammenarbeit, genannt Collaborative Business Experience. Über das globale Liefermodell Rightshore® arbeiten bei Capgemini die kompetentesten Mitarbeiter aus den unterschiedlichen Niederlassungen weltweit als ein Team zusammen, um für die Kunden die optimale Lösung zu erzielen.

Capgemini beschäftigt in mehr als 30 Ländern rund 90.000 Mitarbeiter und erzielte 2008 einen Umsatz von 8,7 Milliarden Euro. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.de.capgemini.com>

Über Capgemini Consulting

Capgemini Consulting ist die führende Beratung in Business Transformation. Wir begleiten seit Jahrzehnten Unternehmen mit unserem mehrdimensionalen Business Transformation Framework zu messbaren und nachhaltigen Erfolgen. Über 4.000 Strategie- und Transformationsberater weltweit setzen ihre Persönlichkeit, Kompetenz und ihr Commitment ein, um Menschen und Organisationen auf dem Weg zu innovativen Veränderungen zu begleiten. Die nachhaltige Wirkung der Business Transformation von Capgemini Consulting basiert auf der Einbindung und Motivation aller Beteiligten beim Gestalten und Erleben der Veränderung. Als global agierende Beratung innerhalb eines leistungsstarken Unternehmensverbundes ergänzt Capgemini Consulting konzeptionelle und realisierende Stärke mit überlegener Expertise in Methoden und Branchen, bei Bedarf greift Capgemini Consulting auf die Fähigkeiten des Unternehmensverbundes zu. Capgemini Consulting steht für die komplette Transformation – vom Design bis zur erlebbaren, nachvollziehbaren Veränderung.

Rightshore® ist eine Marke von Capgemini