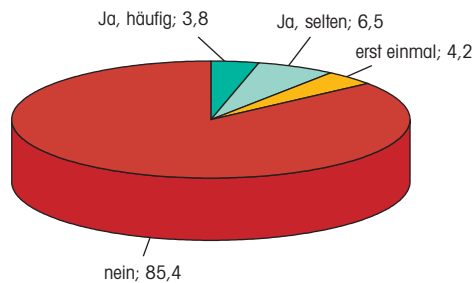


## Potenzial für Mobile-Payment-Nutzung

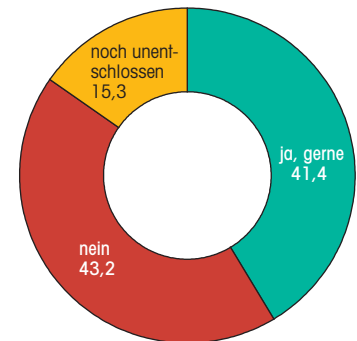
Nur etwa 15 Prozent der Verbraucher hierzulande haben Erfahrung mit Mobile Payment. Von den übrigen 85 Prozent fühlen sich 61,3 Prozent über die Möglichkeiten unzureichend informiert, 25,7 Prozent kennen sie gar nicht. 41,4 Prozent der Nichtnutzer würden die Möglichkeit, mit dem Mobiltelefon zu bezahlen, in Zukunft gerne nutzen. Von den Nutzern möchten 42,1 Prozent dies künftig häufiger tun.

### Mobile-Payment-Nutzung aus Verbrauchersicht

Bisherige Nutzungserfahrung  
(in Prozent)



Künftige Nutzungsbereitschaft  
der Nichtnutzer (in Prozent)

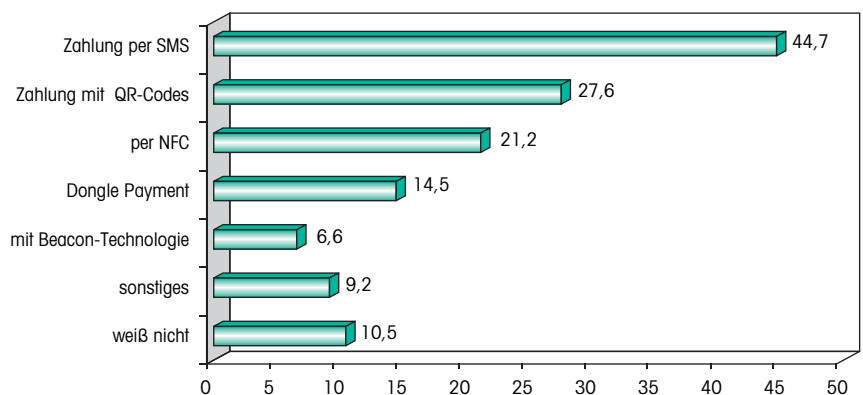


Quelle: KPMG, Consumer-Barometer

## Bezahlung per SMS am weitesten verbreitet

Die Bezahlung per SMS ist momentan vor QR-Codes und NFC die am stärksten verbreitete Variante des mobilen Bezahls. Der Anteil der Nutzer eines Kartenlesegerätes oder -adapters (sogenanntes Dongle Payment) ist in der Gruppe der 16- bis 29-Jährigen mit 26 Prozent am höchsten.

### Beim Mobile Payment von Verbrauchern bereits genutzte Verfahren (Angaben in Prozent der Befragten)

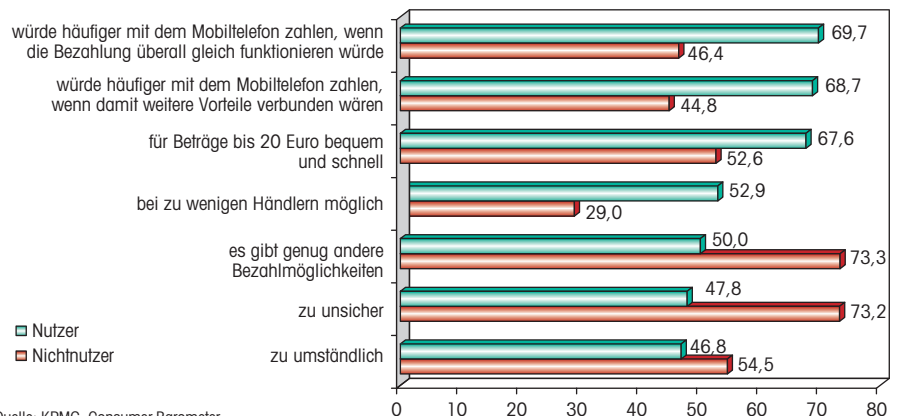


Quelle: KPMG, Consumer Barometer

## Mobile Payment: Jedem Zweiten zu umständlich

Gut jedem zweiten Verbraucher ist das Mobile Payment im Geschäft zu umständlich. Und selbst Verbraucher, die bereits Nutzungserfahrungen haben, würden häufiger mobil zahlen, wenn es mehr Standardisierung gäbe. Hauptargument der Nichtnutzer sind Sicherheitsbedenken und bereits ausreichende andere Bezahlungsmöglichkeiten.

### Gründe für die Nutzung oder Nichtnutzung von Mobile Payment aus Verbrauchersicht (Angaben in Prozent der Befragten)



Quelle: KPMG, Consumer Barometer