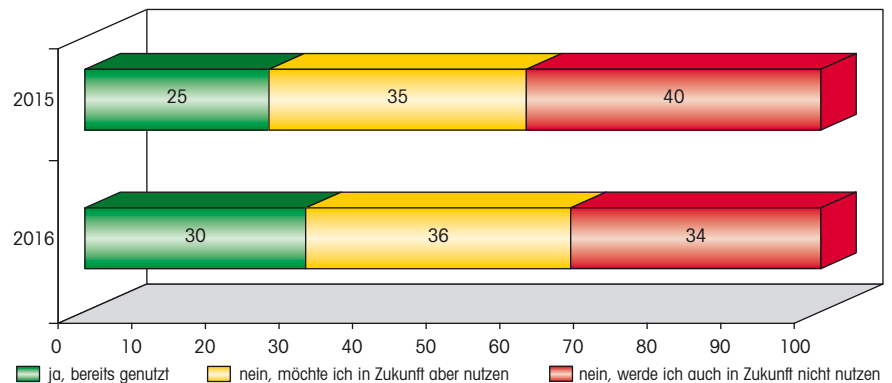


Verbraucherakzeptanz des mobilen Zahlens steigt

Die Offenheit der Verbraucher in Deutschland dem mobilen Bezahlen gegenüber scheint in den letzten 12 Monaten gestiegen zu sein. Das geht aus einer PwC-Umfrage vom Januar 2016 hervor. Noch immer hat aber weniger als jeder Dritte schon einmal mit dem Smartphone bezahlt.

Nutzung und Nutzungsabsichten von Mobile Payment in Deutschland (Angaben in Prozent)

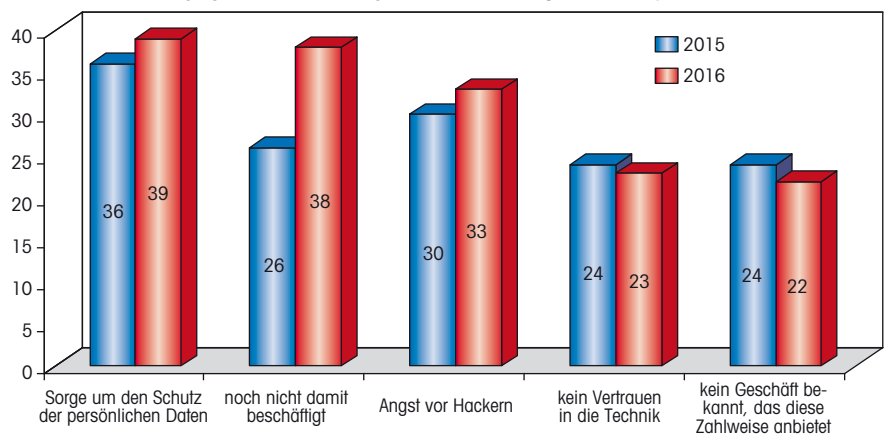


Quelle: PwC n = 1 035 (2016) beziehungsweise 1 020 (2015) Verbraucher ab 18 Jahre, bevölkerungsrepräsentativ, Januar 2016

Sicherheitsbedenken beim Mobile Payment nehmen zu

Unter denjenigen Verbrauchern, die noch nicht per Smartphone gezahlt haben, nimmt die Sorge um den Schutz ihrer Daten und auch die Angst vor Hackern zu, so die PwC-Studie. Zu geringe Einsatzmöglichkeiten im Handel verlieren hingegen an Bedeutung. Und 38 Prozent haben sich schlicht noch nicht mit dem mobilen Bezahlen beschäftigt.

Gründe gegen die Nutzung von Mobile Payment (Angaben in Prozent)

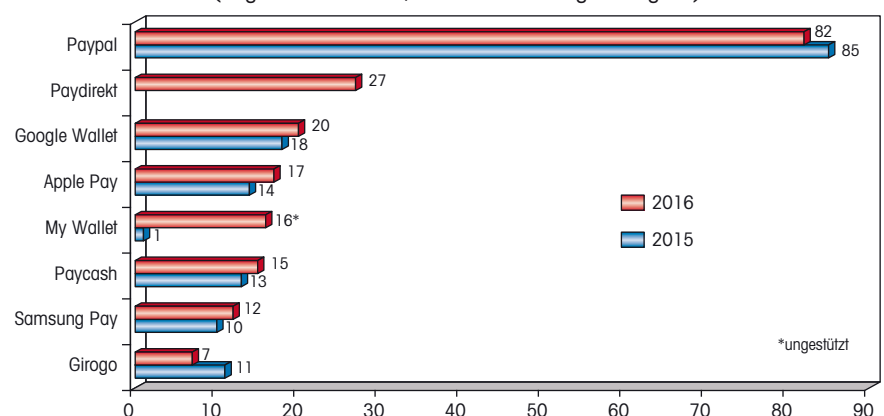


Quelle: PwC n = 728 (2016) beziehungsweise 7 669 (2015) Verbraucher, die noch kein Mobile Payment genutzt haben, bevölkerungsrepräsentativ für die Altersgruppe ab 18 Jahren, Januar 2016

Anbieter-Bekanntheit: Paydirekt auf dem zweiten Platz

Paydirekt scheint es – obwohl eigentlich gar kein Mobile-Payment-Verfahren – aus dem Stand auf Rang zwei unter den bekanntesten Mobile-Payment-Anbietern geschafft zu haben, so die PwC-Umfrage vom Januar 2016. Auch wenn die Abfrage gestützt war – das heißt den Befragten verschiedene Namen zum Auswählen vorgelegt wurden – ist dies sicher ein beachtliches Ergebnis. Apple Pay kommt dagegen trotz des breiten Medienechos erst auf dem vierten Platz.

Bekanntheit von Mobile-Payment-Anbietern (Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: PwC, n = 1 035 (2016) beziehungsweise 1 020 (2015); bevölkerungsrepräsentativ ab 18 Jahren, Januar 2016