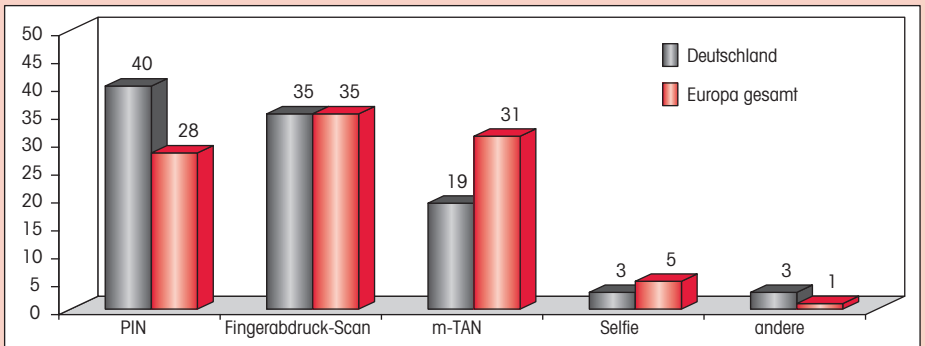
Mobile Payment

Biometrische Authentifikation mit Kommunikationsbedarf

Mehr als 90 Prozent der Verbraucher verwenden ihr Smartphone weitaus häufiger als alle anderen Geräte. In Deutschland führt das Smartphone die Liste der häufig benutzten Geräte noch vor Laptop und PC an. Zu diesem Ergebnis kommt die Ende September veröffentlichte Studie „Impact of Innovation" von Mastercard, für die 23 000 Verbraucher aus 23 verschiedenen Ländern in Europa, Afrika und dem Nahen Osten zu ihrer Haltung gegenüber digitalen Technologien befragt wurden.

Abbildung 1: Bevorzugte Authentifikationsmethode beim Bezahlen mit Karte aus Verbrauchersicht (Angaben in Prozent)



n = 1 000 pro Land, repräsentativ für die online-affine urbane Bevölkerung nach Geschlecht, Alter und Region
Quelle: Mastercard/Ipsos, Impact of Innovation, September 2016

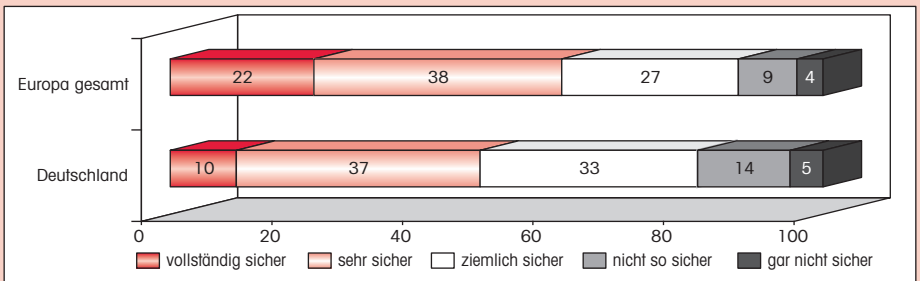
Smartphone für 37 Prozent der Europäer eine Alternative zur Karte

78 Prozent der Studienteilnehmer aus Deutschland glauben demnach, dass künftig verstärkt digitale Dienstleistungen in immer mehr Lebensbereiche Einzug halten werden. Dienstleistungen rund um Online-Shopping werden von 82 Prozent der Deutschen besonders häufig genutzt, knapp hinter allgemeinen Services, wie E-Mail-Diensten (90 Prozent) und Internetsuchmaschinen (85 Prozent). Die Beliebtheit von digitalen Einkaufsmöglichkeiten zeigt sich auch darin, dass die Deutschen von allen digitalen Dienstleistungen am ehesten Online-Shopping weiterempfehlen würden.

Gefragt nach neuen Bezahlmethoden, gaben Verbraucher in allen Regionen an, dass sie ihr Smartphone als Alternative zu Plastikkarten verwenden würden. Dabei ist die Offenheit für das Bezahlen per Smartphone in Afrika und im Nahen Osten mit 73 Prozent deutlich höher als in Westeuropa. Hier fällt die Quote mit nur 37 Prozent von allen Regionen am niedrigsten aus, wobei Schweden mit 72 Prozent einen Ausreißer darstellt.

Bei ihrer generellen Einstellung zu digitalen Veränderungen sind die Westeuropäer ebenfalls am zurückhaltendsten. Fast jeder Fünfte (17 Prozent) bezeichnet sich hier als Gegner, nur elf Prozent bekennen sich dazu, ausgesprochene Fans des digitalen Wandels zu sein. Im Vergleich dazu zeigen die Verbraucher in technologisch weniger entwickelten Regionen eine deutlich größere Begeisterung.

Abbildung 2: Sicherheit biometrischer Authentifikationsverfahren aus Sicht europäischer und deutscher Verbraucher (Angaben in Prozent)



n = 1 000 pro Land, repräsentativ für die online-affine urbane Bevölkerung nach Geschlecht, Alter und Region
Quelle: Mastercard/Ipsos, Impact of Innovation, September 2016

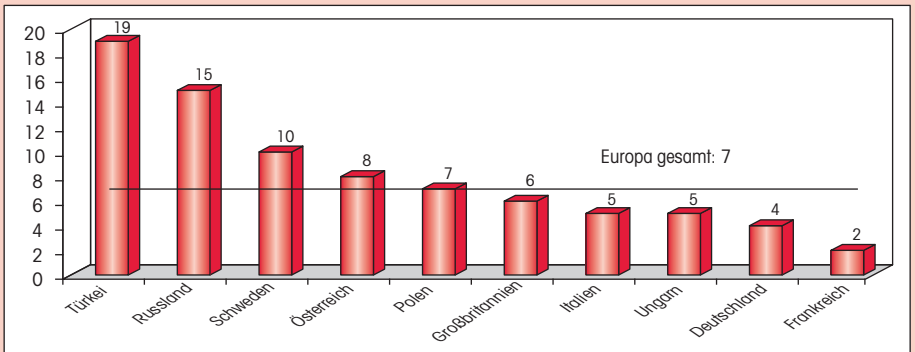
Bezahlen per Smart Watch noch nicht durchgesetzt

Relativ nah beieinander liegen die Einschätzungen der Verbraucher aus den einzelnen Regionen hingegen beim Bezahlen per Smart Watch, das sich überall nur einer überschaubaren Beliebtheit erfreut: Die Uhr als Trägermedium wird in Westeuropa von neun Prozent der Befragten bevorzugt, in Zentral- und Osteuropa von 14 Prozent, im Nahen Osten und Afrika von 16 Prozent und in Russland, der Ukraine und der Türkei von 17 Prozent.

Auf die Frage nach dem bevorzugten Identifikationsverfahren beim elektronischen Bezahlen schneidet die biometrische Authentifikation länderübergreifend am besten ab. 34 Prozent plädieren für die Transaktionsfreigabe per Fingerabdruck, 32 Prozent für eine m-TAN und nur 17 Prozent für die PIN.

In Deutschland kommt die PIN allerdings mit 40 Prozent der Nennungen noch auf Platz eins, gefolgt vom Fingerabdruck, den 35 Prozent der Befragten nennen. Die m-TAN erfreut sich nicht einmal bei jedem fünften Deutschen der größten Beliebtheit, das Bezahlen per Selfie nennen lediglich drei Prozent.

Abbildung 3: Penetration biometrischer Authentifikationsverfahren in Europa
(ausgewählte Länder, Angaben in Prozent)



n = 1 000 pro Land, repräsentativ für die online-affine urbane Bevölkerung nach Geschlecht, Alter und Region
Quelle: Mastercard/Ipsos, Impact of Innovation, September 2016

Deutsche bleiben der PIN treu

Letzteres kann aber möglicherweise schlicht an mangelnder Erfahrung beziehungsweise fehlender Kenntnis hinsichtlich der Funktionsweise des Verfahrens liegen. Insofern wäre es interessant zu beobachten, wie die Authentifikationsverfahren in einem Jahr bewertet werden. Schließlich haben der Studie zufolge gerade einmal vier Prozent der Verbraucher in Deutschland Erfahrungen mit biometrischen Authentifikationsverfahren im Bezahlprozess.

Auf die Frage nach den wichtigsten Kriterien, nach denen Verbraucher die Authentifikationsverfahren ausgewählt haben, bestätigen die Befragten aus Deutschland einmal mehr die bekannten Erwartungen: Ganz vorne steht hier die Sicherheit ihres Bankkontos, die von 65 Prozent als das wichtigste Kriterium angegeben werden.

Biometrische Authentifikation: Verbraucher zweifeln an Sicherheit

An zweiter Stelle folgt aus deutscher Sicht die Datensicherheit (für 26 Prozent der wichtigste Faktor, für 52 Prozent der zweitwichtigste). Einfachheit folgt mit 47 Prozent der Nennungen auf Rang drei, die Schnelligkeit des gesamten Prozesses nur an vierter Stelle.

Gemessen an dieser Skala decken biometrische Authentifikationsverfahren die Bedürfnisse der deutschen Verbraucher am wenigsten ab. Das lässt sich daraus ablesen, welche Eigenschaften die Befragten der biometrischen Identifikation im Bezahlprozess zuschreiben.

- Am höchsten ist die Zustimmung in den beiden Topboxen demnach beim Thema Schnelligkeit (57) – mithin also bei genau der Eigenschaft, die aus deutscher Sicht am wenigsten wichtig ist.

- 55 Prozent der Befragten aus Deutschland bewerten biometrische Verfahren als innovativ.

- An dritter Stelle folgt die Nutzerfreundlichkeit (51 Prozent), die in der Prioritätenliste erst an dritter Stelle kommt.

- Wohingegen nur 44 Prozent der Biometrie eine im Vergleich zu traditionellen Verfahren höhere Sicherheit zuschreiben.

Das aus Nutzersicht wichtigste Kriterium kommt bei den Eigenschaften, die die deutschen Verbraucher den biometrischen Verfahren zuschreiben, also erst an vierter Stelle. Das, was den Verbrauchern am wichtigsten ist, trauen sie den neuen Verfahren somit am wenigsten zu.

Kommunikationsbedarf in Sachen Biometrie

Zumindest für Deutschland lässt sich aus diesen Ergebnissen wohl ableiten, dass viele Verbraucher vom Bezahlen per Fingerabdruck oder Selfie wohl erst noch überzeugt werden müssen.

Das zeigen auch die Antworten auf die Frage, für wie sicher die Verbraucher die Transaktionsfreigabe etwa per Fingerabdruck halten: 37 Prozent der Verbraucher antworten hier mit „vollständig sicher" oder „sicher". Das ist zwar mehr als die Gruppe jener die das Bezahlen mithilfe der Biometrie für „total unsicher" oder „unsicher" halten (20 Prozent). Es ändert aber nichts an der Tatsache, dass weniger als die Hälfte der Befragten der Biometrie wirklich traut. Jeder Dritte entscheidet sich für eine mittlere Beurteilung. Diese Gruppe ist vermutlich für eine Kommunikation zum Thema Sicherheit und Biometrie besonders empfänglich. **Red.**