

nielsen
.....

MOBILE PAYMENT STUDIE



April 2016

ZIELSETZUNG DER STUDIE

Welche Einstellung besteht deutschlandweit unter Smartphone Usern gegenüber der Möglichkeit mit Ihrem Gerät mobil zu bezahlen?

Welche Zielgruppen sind besonders affin?

• Welches sind die wichtigsten Faktoren, um Mobile Payment voran zu treiben?

STUDIENDESIGN

Land: Deutschland



Stichprobe: bevölkerungsrepräsentativ nach Alter und Geschlecht

Befragt wurden Smartphone User mit Smartphones für den privaten oder beruflichen und privaten Gebrauch



Interview Methode: Online



Stichprobengröße: $n=1014$ bereitgestellt von
Interviewlänge: 20 Minuten



Feldzeit: 25. Februar – 4. März 2016

POTENTIAL: JEDER ZWEITE SMARTPHONE NUTZER

12% zahlen bereits
über das
Smartphone

41% könnten
es sich
vorstellen

47% für 47% kommt eine Zahlung
über das Smartphone nicht in
Frage

Basis: Alle Smartphone User (1014)

Q 14: Welche der folgenden Zahlungsarten kommen grundsätzlich für Sie in Frage – egal ob Sie derzeit darüber verfügen oder nicht? Bitte lassen Sie auch hier wieder Einkäufe über das Internet außer Acht.

WARUM WIRD MOBILE PAYMENT GENUTZT?

67%

Einfach/
praktisch

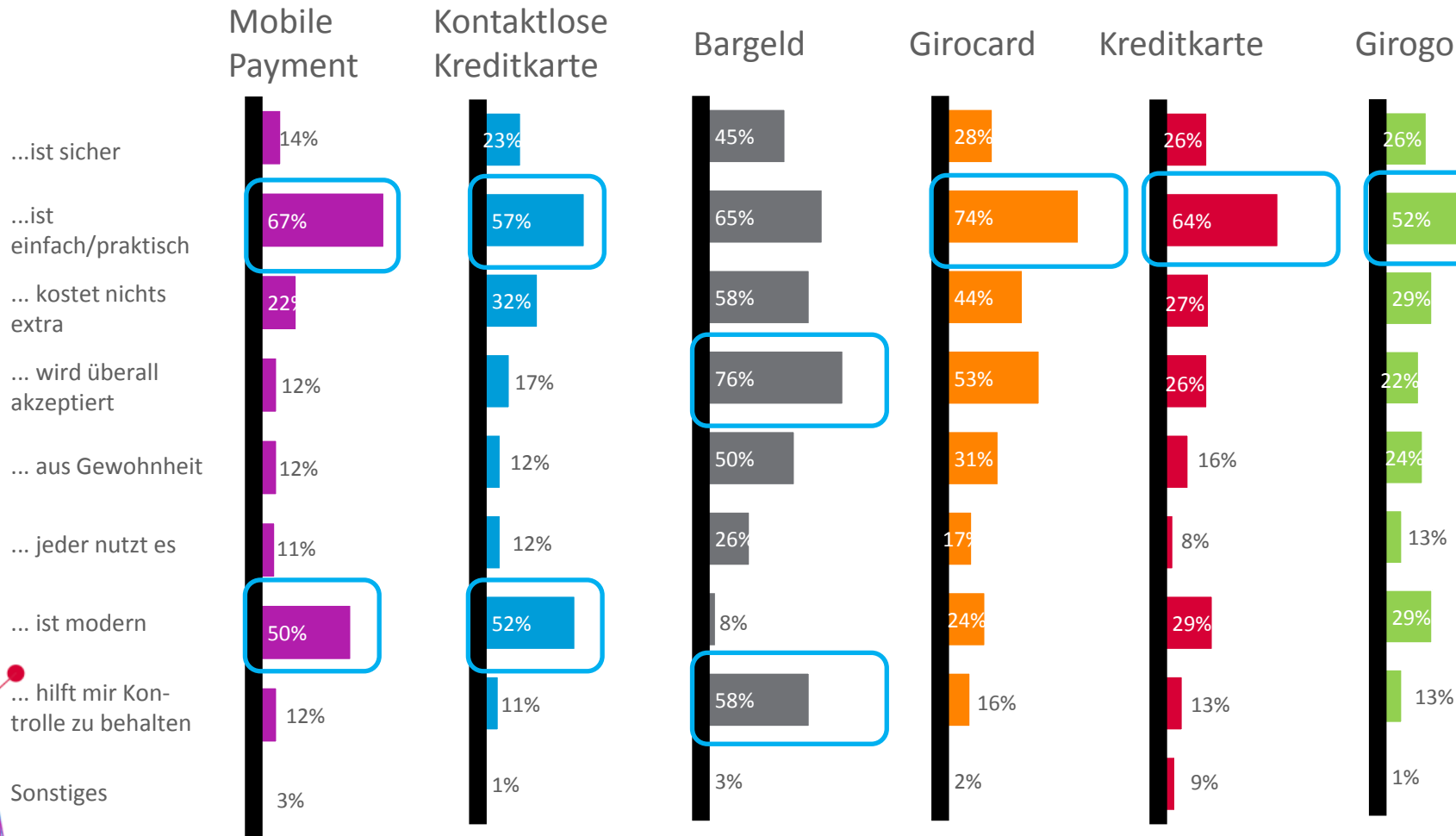
50%

modern

Basis: Aktuelle Nutzer Mobile Payment (116)

Q 18: Warum nutzen Sie die Zahlung über das Smartphone (Mobile Payment)? Bitte geben Sie an, welche der Gründe unten für Sie eine wichtige Rolle spielen.

MOBILE PAYMENT WIRD GENUTZT WEIL ES EINFACH, PRAKTISCH UND MODERN IST.



Basis: Nutzer der jeweiligen Zahlungsart: Mobile Payment (116), Kontaktlose Kreditkarte (77), Bargeld (969), Girocard (831), Kreditkarte (547), Girogo (139)
 Q 18: Warum nutzen Sie xxx? Bitte geben Sie an, welche der Gründe unten für Sie eine wichtige Rolle spielen.

WARUM KOMMT MOBILE PAYMENT NICHT IN FRAGE?

70%
zu unsicher

34%

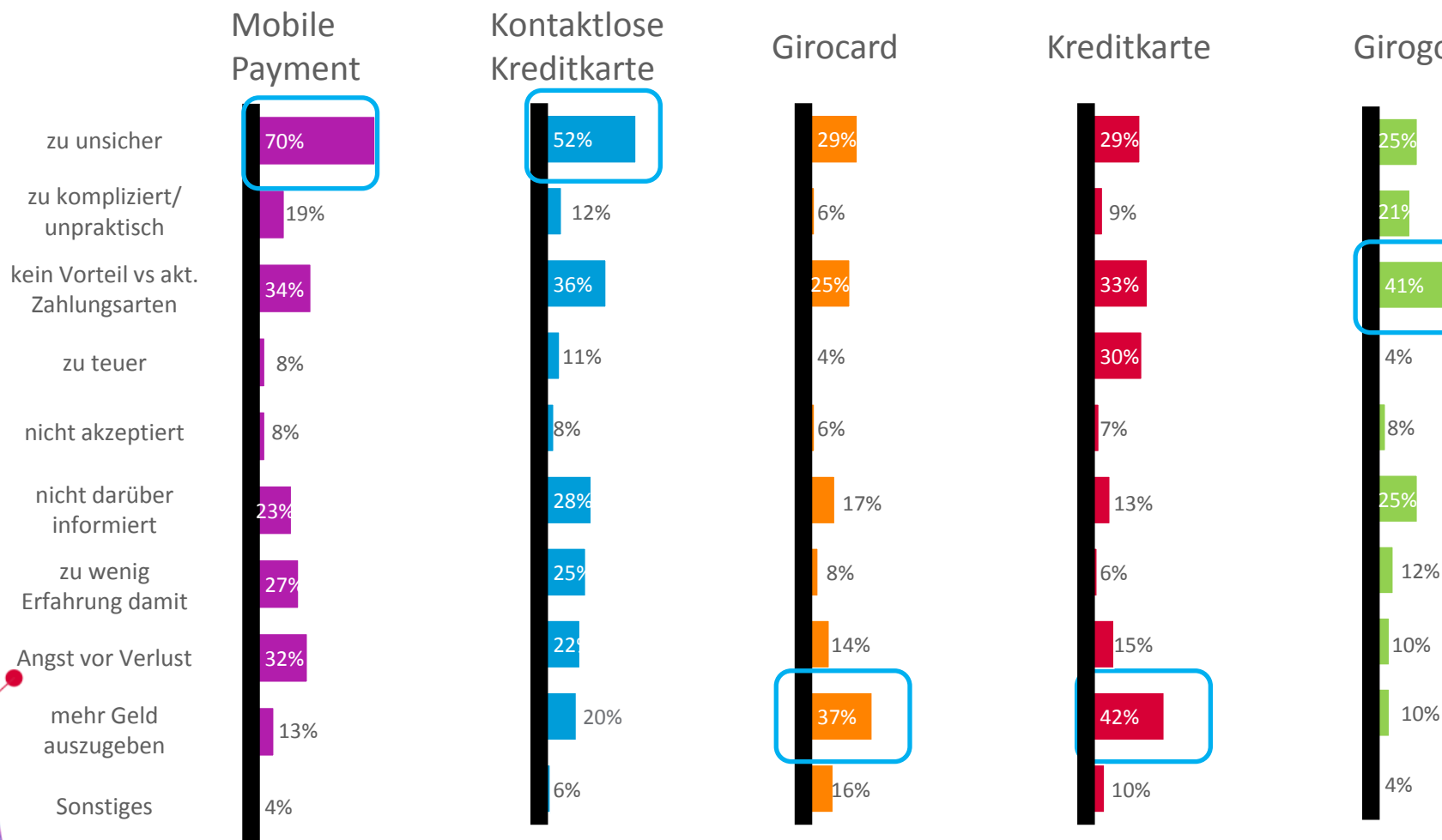
kein Vorteil gegenüber
aktuell genutzten
Zahlungsarten

32%
Angst vor
Verlust

Basis: Nutzer für die die jeweilige Zahlungsart nicht in Frage kommt: Mobile Payment (482)

Q 16: Warum kommt eine Zahlung über das Smartphone (Mobile Payment) für Sie nicht in Frage? Bitte geben Sie an, welche der Gründe unten für Sie eine wichtige Rolle spielen.

KONTAKTLOSE ZAHLUNGSARTEN GELTEN ALS ZU UNSICHER



Basis: Nutzer für die jeweilige Zahlungsart nicht in Frage kommt: Mobile Payment (482), Kontaktlose Kreditkarte (498), Girocard (49), Kreditkarte (213), Girogo (469)
 Q 16: Warum kommt eine Zahlung mit xxx für Sie nicht in Frage? Bitte geben Sie an, welche der Gründe unten für Sie eine wichtige Rolle spielen.

WELCHE VORAUSSETZUNGEN MÜSSEN ERFÜLLT SEIN UM MOBILE PAYMENT ZU NUTZEN?

71%

Sicherheit müsste
bewiesen werden

62%

es dürften keine
Extrakosten
entstehen

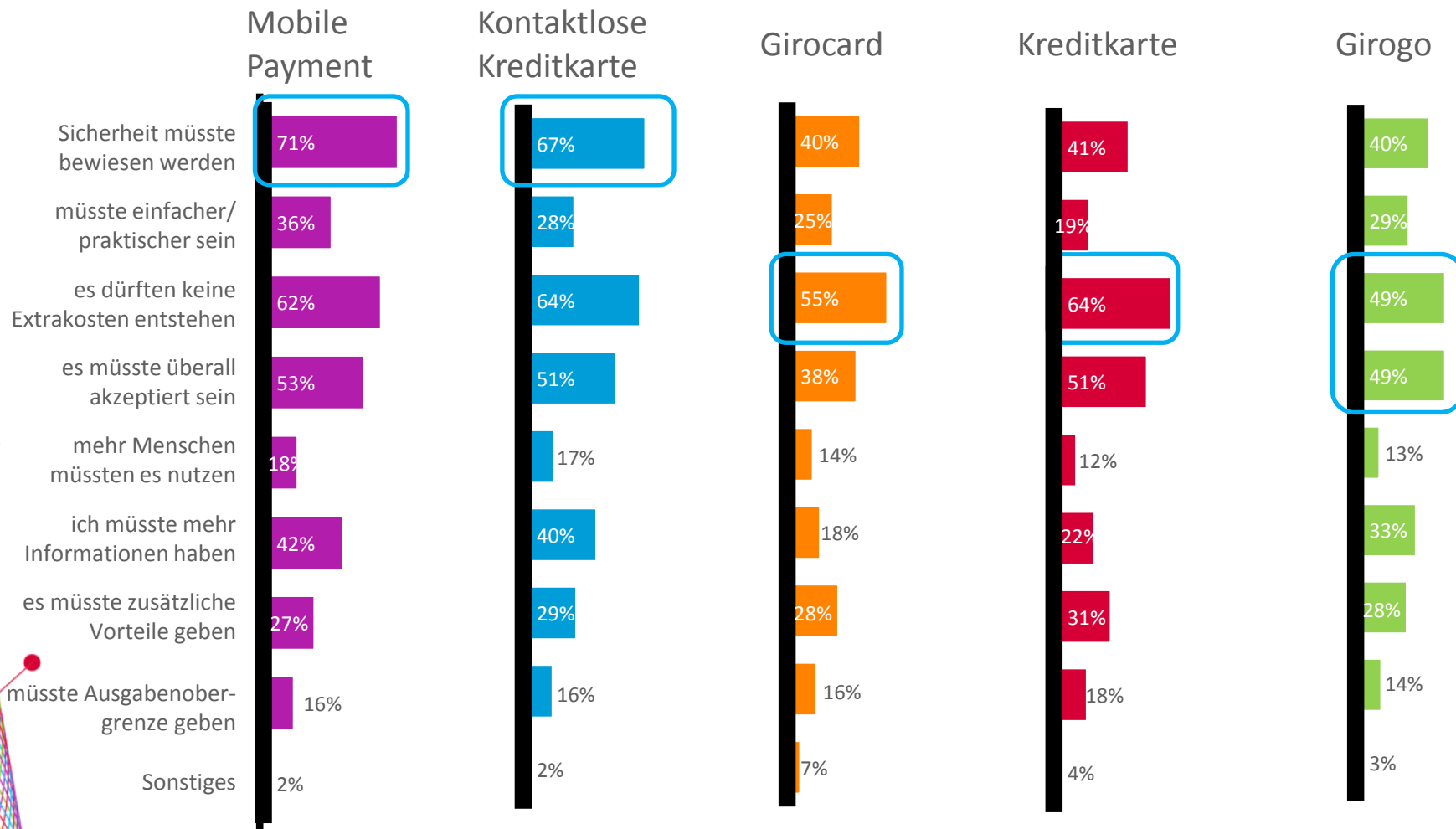
53%

es müsste überall
akzeptiert sein

Basis: Smartphone User, die Mobile Payment noch nicht nutzen, für die es jedoch in Frage kommt (418)

Q 21: Welche Voraussetzungen müssten erfüllt sein, damit Sie Zahlungen über das Smartphone nutzen würden? Bitte geben Sie noch einmal an, welche der unten genannten Voraussetzungen für Sie erfüllt sein müssten.

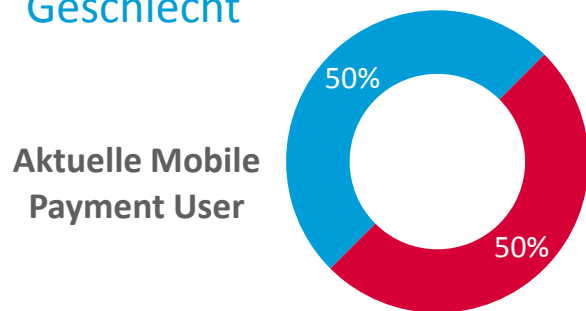
SICHERHEIT, KOSTEN UND AKZEPTANZ WICHTIGSTE VORAUSSETZUNGEN



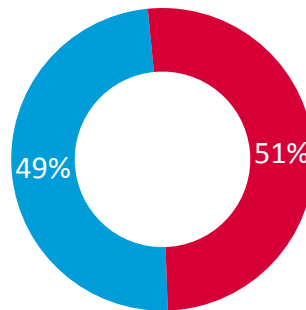
Basis: Smartphone User, für die die jeweilige Zahlungsart in Frage kommt: Mobile Payment (416), Kontaktlose Kreditkarte (439), Girocard (134), Kreditkarte (254), Girogo (406) Q 21: Welche Voraussetzungen müssten erfüllt sein, damit Sie Zahlungen über das Smartphone nutzen würden? Bitte geben Sie noch einmal an, welche der unten genannten Voraussetzungen für Sie erfüllt sein müssten.

INSBESONDERE ÄLTERE ABER AUCH FRAUEN STEHEN MOBILE PAYMENT SKEPTISCH GEGENÜBER.

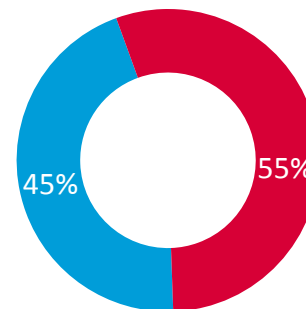
Geschlecht



User, die Mobile Payment in Betracht ziehen

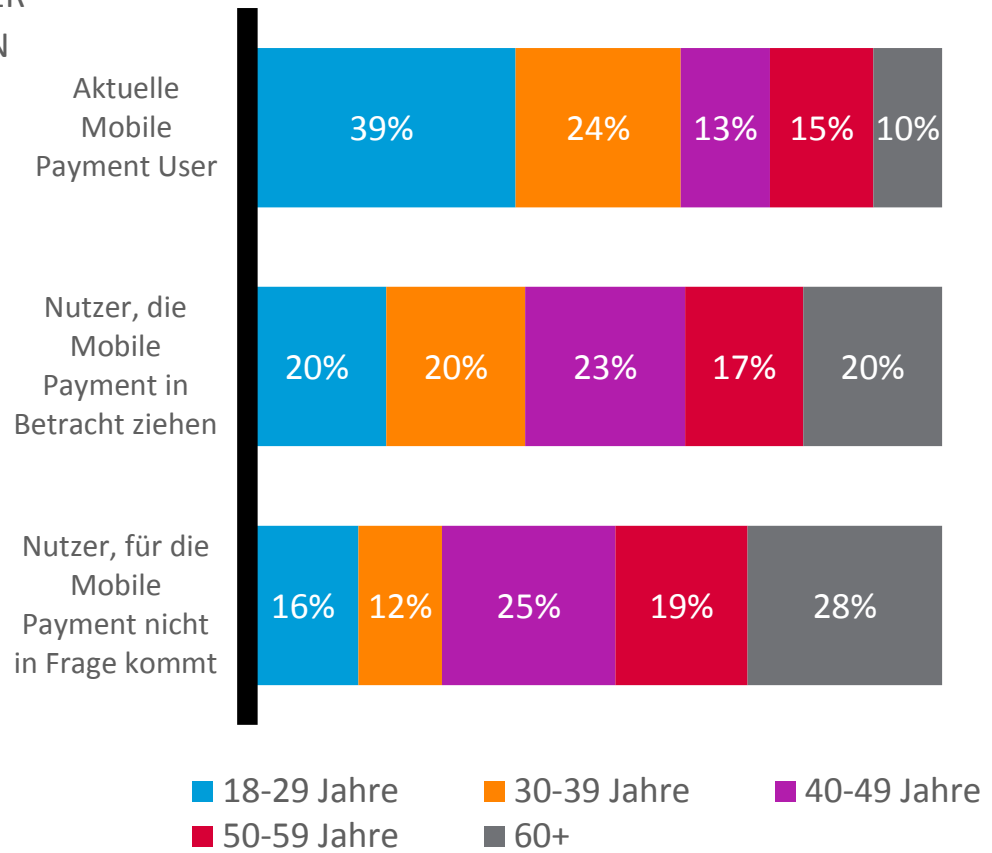


Mobile Payment kommt nicht in Frage



■ MÄNNER
■ FRAUEN

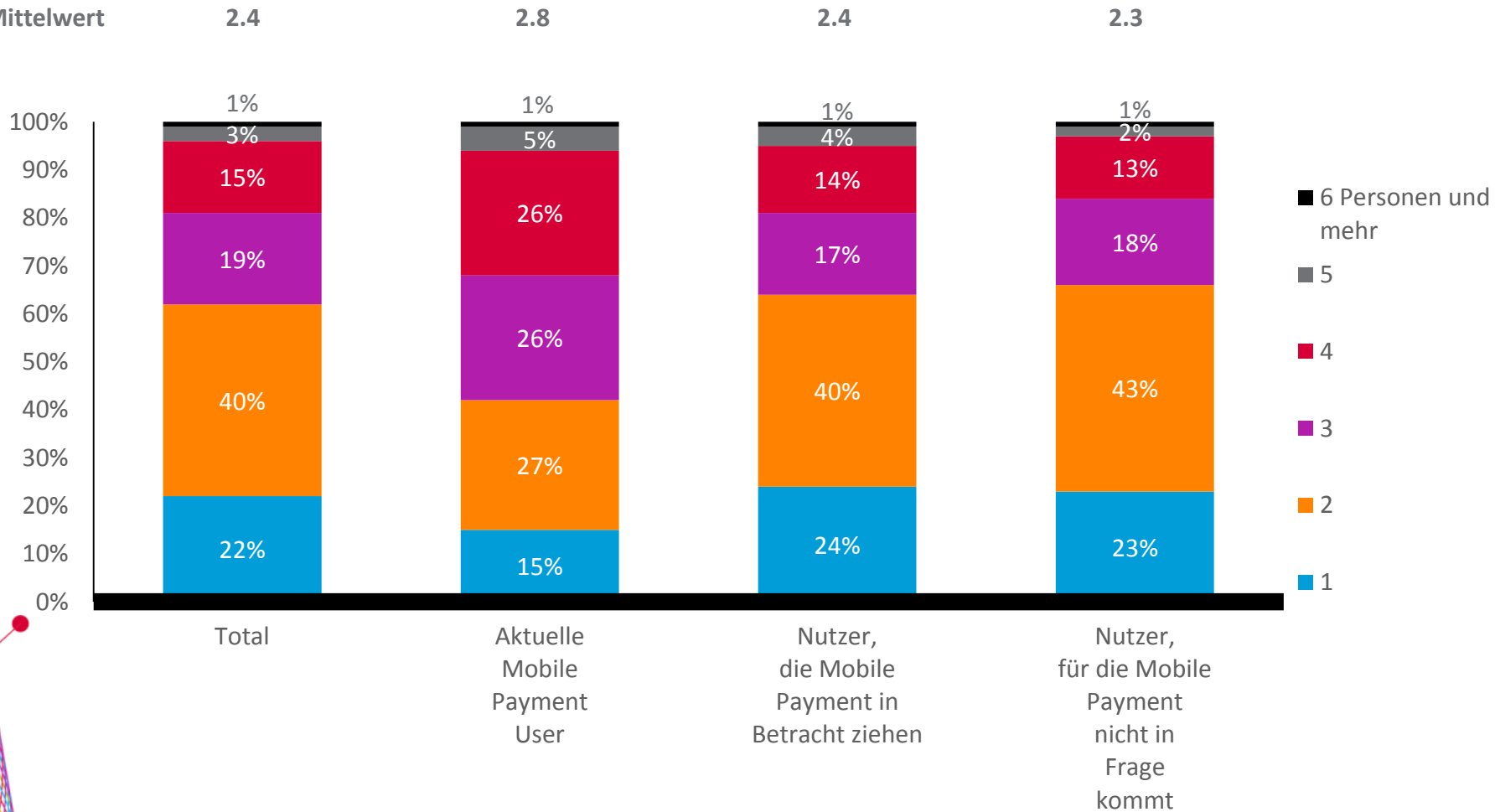
Alter



Base: Aktuelle Mobile Payment User (116), Mobile Payment wird in Betracht gezogen (416), Mobile Payment kommt nicht in Frage (482)
Q1: Geschlecht. Q2: Wie alt sind Sie?

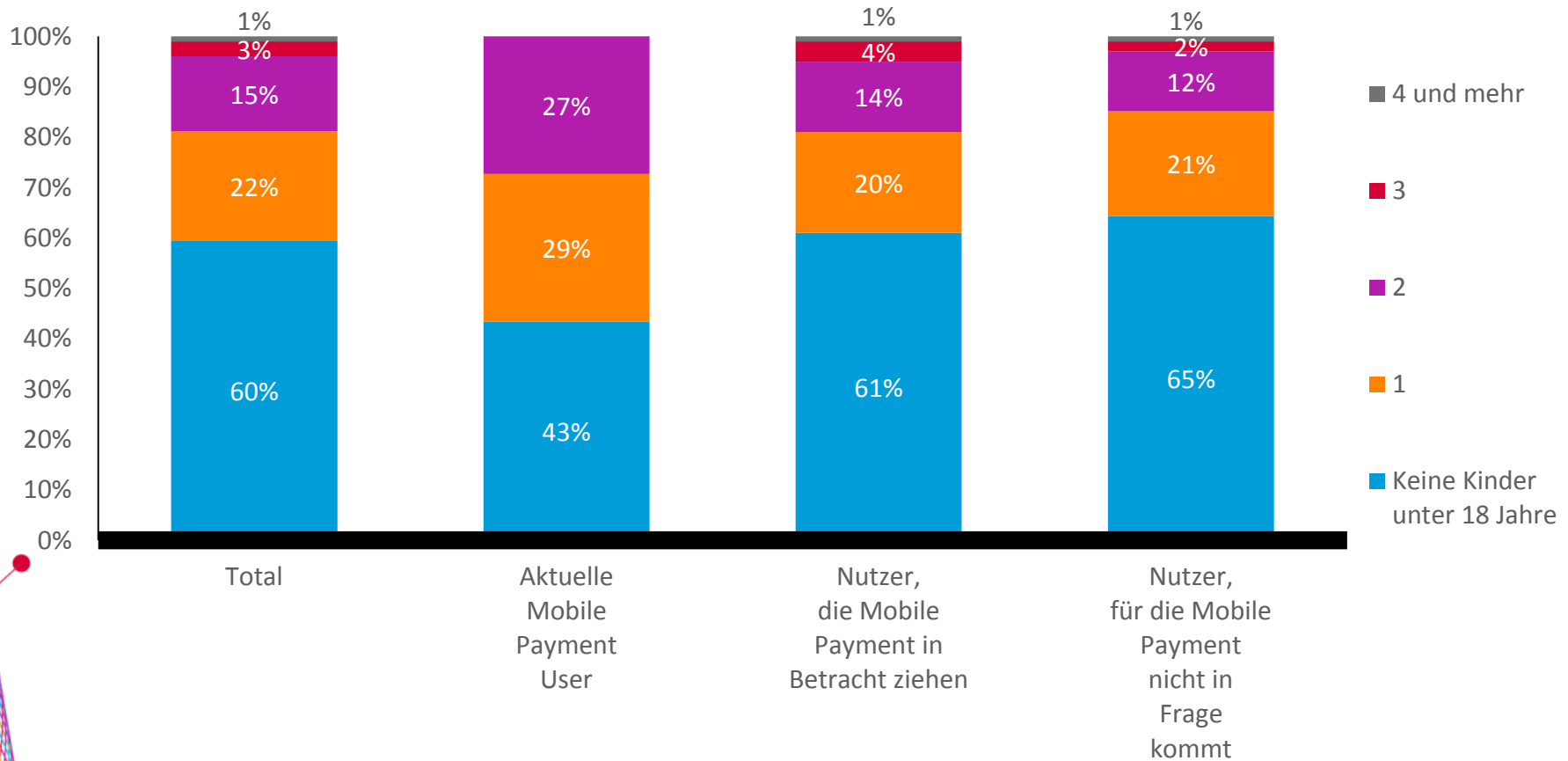
MOBILE PAYMENT USER LEBEN IN GRÖßEREN HAUSHALTEN – ABER NICHT NUR IM HOTEL MAMA.

Mittelwert



Base: Total (1014), Aktuelle Mobile Payment User (116), Mobile Payment wird in Betracht gezogen (416), Mobile Payment kommt nicht in Frage (482)
Q34. Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

DER GROSSTEIL DER MOBILE PAYMENT USER IN MEHRPERSONENHAUSHALTEN LEBT MIT KINDERN UNTER 18 IM HAUSHALT.



Base: Befragte in Mehrpersonenhaushalten (786), Aktuelle Mobile Payment User (98), Mobile Payment wird in Betracht gezogen (318), Mobile Payment kommt nicht in Frage (370)

Q35. Leben Kinder unter 18 Jahren in Ihrem Haushalt?

MOBILE PAYMENT USER UND POTENTIELLE VERFÜGEN ÜBER HÖHERES EINKOMMEN.

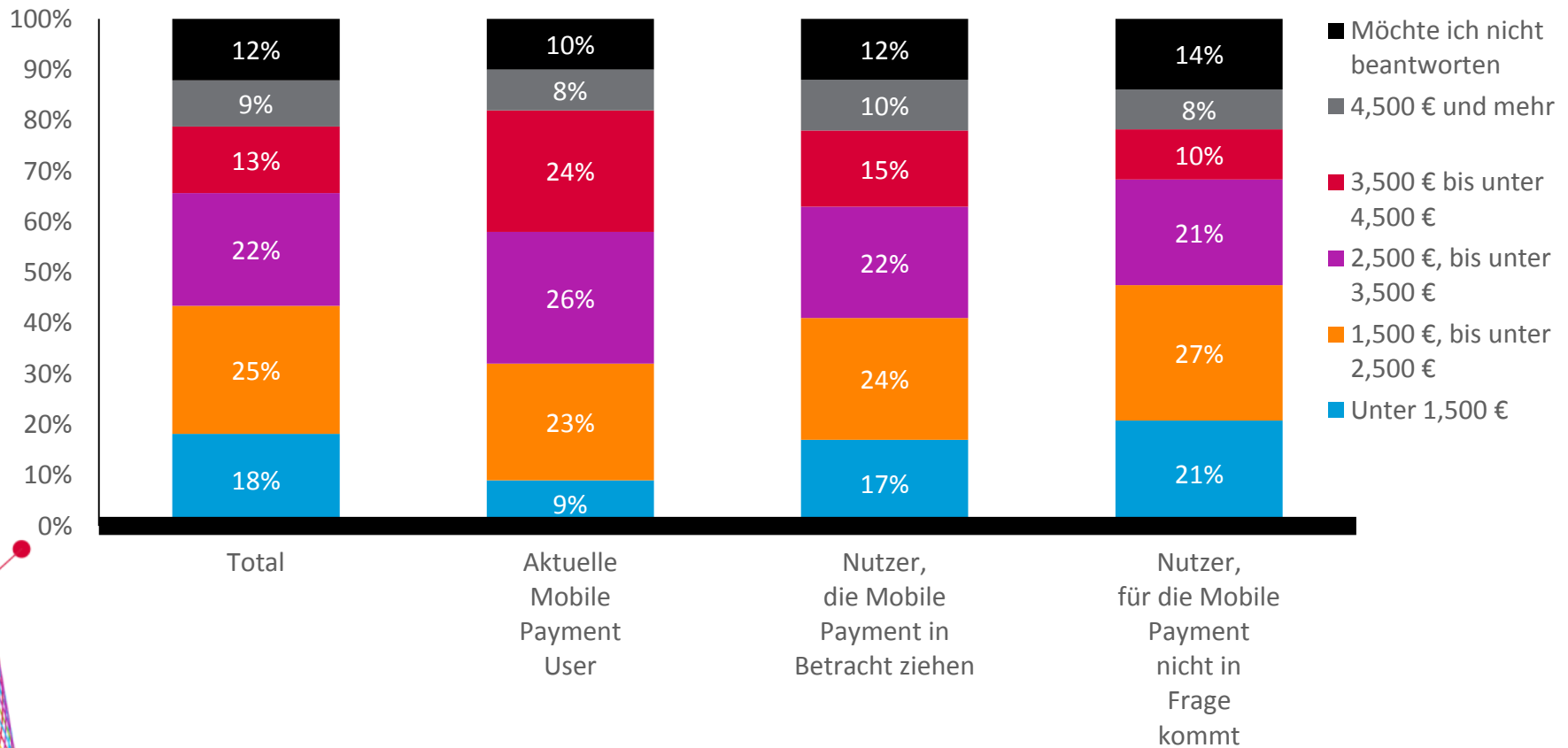
Mittelwert

€ 2.711

€ 3.002

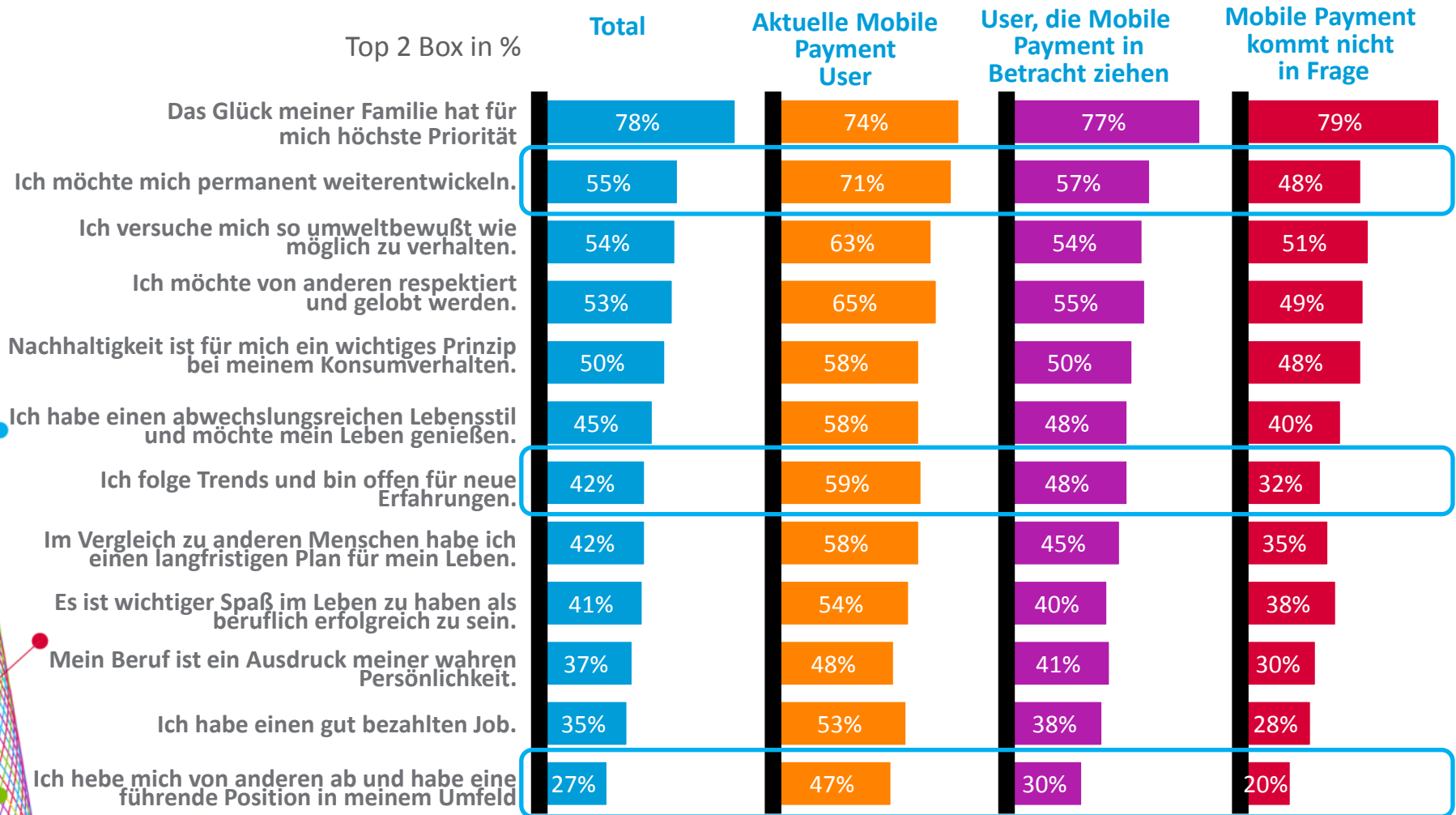
€ 2.779

€ 2.575



Base: Total (1014), Aktuelle Mobile Payment User (116), Mobile Payment wird in Betracht gezogen (416), Mobile Payment kommt nicht in Frage (482)
 Q37. Wie hoch ist das monatliche Nettoeinkommen Ihres Haushalts nach Steuern und Sozialabgaben?

MOBILE PAYMENT USER: WEITERENTWICKLUNG, TRENDS UND KEY OPINION LEADER



Base: Total (1014), Aktuelle Mobile Payment User (116), Mobile Payment wird in Betracht gezogen (416), Mobile Payment kommt nicht in Frage (482)
 Q31. Unten finden Sie eine Reihe von Statements zu Ihrer Lebenseinstellung. Wenn Sie überhaupt nicht zustimmen wählen Sie bitte die „1“ – falls Sie voll und ganz zustimmen wählen Sie die „5“. Sie können Ihre Antwort mit den Zahlen dazwischen abstufen.

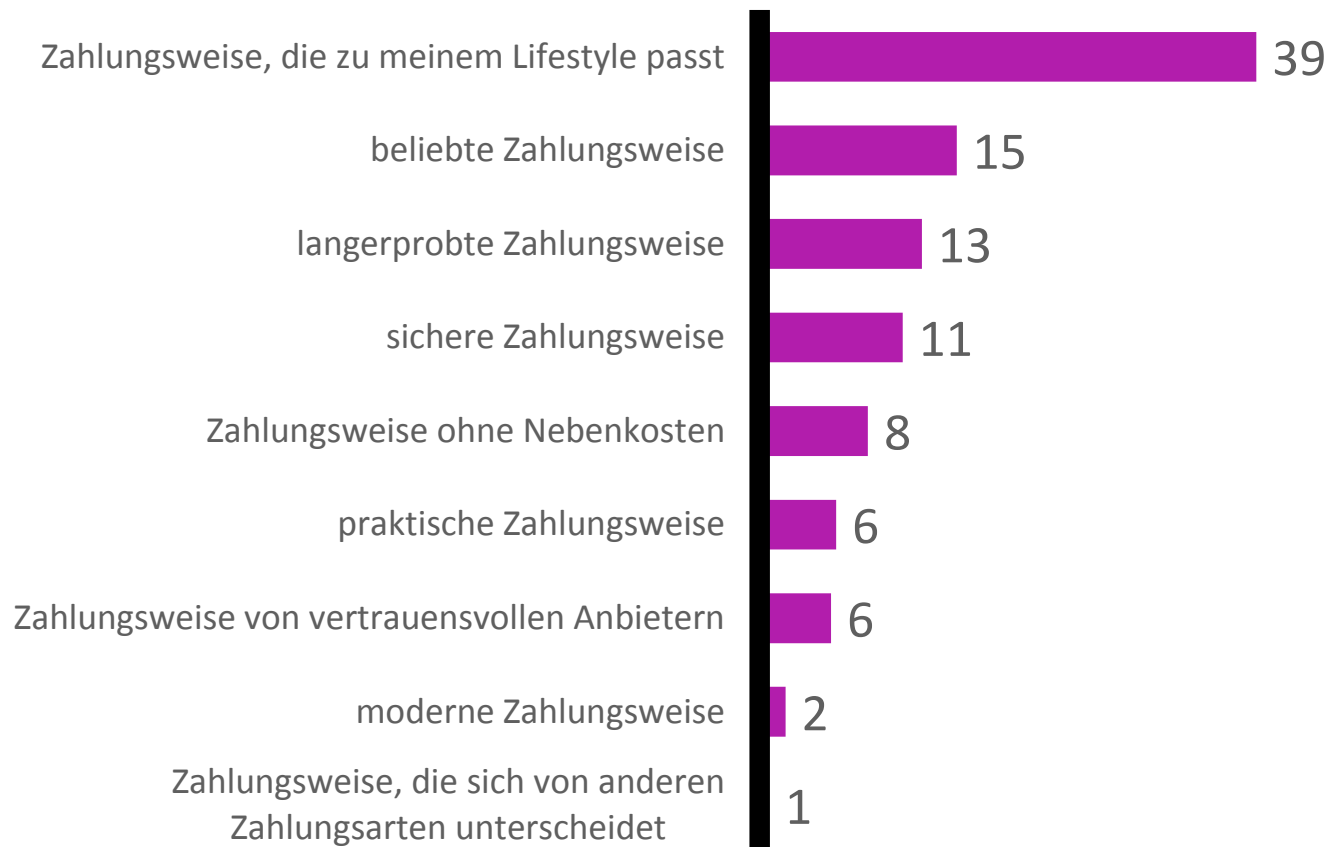
SPANNENDSTE ZIELGRUPPE: SMARTPHONE AFFINE WORK-LIFE-BALANCER (32% ALLER SMARTPHONE USER)

Karriere, Spaß am Leben und Familie sind gleichermaßen wichtig – ein Leben ohne Smartphone nicht mehr vorstellbar!

- 70% ist Mobile Banking affine
- Überdurchschnittliche Bekanntheit mobiler Zahlungsarten
- 22% zahlen bereits über das Smartphone, 65% würden Mobile Payment nutzen, 14% favorisieren Mobile Payment
- Wie ist dieses Segment charakterisiert?
 - 54% Frauen, Altersdurchschnitt: 41 Jahre, höhere Bildung & Einkommen, oftmals Kinder
 - Gehen überdurchschnittlich häufig einkaufen (Familienmanger/innen), nutzen Karten überdurchschnittlich
 - Durch aktiven Lebenswandel werden auch häufiger Zugtickets, Parktickets, Eintrittskarten, Restaurantbesuche etc. gezahlt
 - Eher online oder unterwegs statt TV oder lesen.
 - 37% dieses Segments besitzen ein iPhone.



DAS GRÖSSTE ERFOLGSKRITERIUM: ZAHLUNGSWEISE MUSS ZUM LIFESTYLE PASSEN



Basis: Alle Befragten (1014)
Treiberanalyse nach Kruskal

POTENTIAL UND NUTZUNGSVORTEILE VORHANDEN



Jeder zweite Smartphone User hat grundsätzlich Interesse.



Großes Plus: praktisch, einfach und modern – und immer dabei.

Größte Herausforderung Sicherheit ist nicht bewiesen – zu wenig Erfahrungswerte



Die meisten Mobile Payment User sind junge Männer und Frauen.

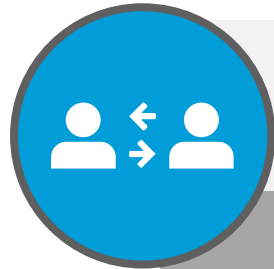
Fast die Hälfte der Mobile Payment Ablehner sind 50+

SPANNENDE ZIELGRUPPE



(Potentielle) Mobile Payment User sind interessante Zielgruppe für den Handel

Höheres Einkommen, Mehrpersonenhaushalte, Haushaltsführende, kaufen häufig ein und sind aktiv



Zielgruppe mit höchstem Potential: Smartphone Affine Work-Life Balancer

Versuchen Karriere, aktives Privatleben und Familie unter einen Hut zu bringen, enge Beziehung zum Smartphone



Wichtigste Werbebotschaft: Mobile Payment passt zu deinem Lifestyle!

Und ist außerdem beliebt, langerprobt, sicher und Du hast es immer dabei!

VIELEN DANK!

Sandra Bräunlein-Reuß

Client Business Partner Consumer Insights

Sandra.braeunlein-reuss@nielsen.com

+49 172 66 543 55

nielsen
.....

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™

