



JUSTIN DIERKS



MOBILE PAYMENT IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

POTENZIAL, ERFOLGSFAKTOREN UND BARRIEREN

Justin Dierks

**Mobile Payment
im stationären Einzelhandel**

Potenzial, Erfolgsfaktoren und Barrieren

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Impressum:

Copyright © Science Factory 2021

Ein Imprint der GRIN Publishing GmbH, München

Druck und Bindung: Books on Demand GmbH, Norderstedt, Germany

Covergestaltung: GRIN Publishing GmbH

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	IV
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis.....	VI
1 Einleitung.....	1
1.1 Relevanz des Themas	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	2
1.3 Aufbau.....	3
2 Theoretischer Hintergrund.....	5
2.1 Mobile Payment	5
2.2 Stationärer Einzelhandel	33
3 Einflussfaktoren auf die Nutzung von Mobile Payment.....	40
3.1 Erfolgsfaktoren von Mobile Payment	40
3.2 Barrieren von Mobile Payment	45
4 Methodik.....	49
4.1 Vorstellung der Stichprobe	49
4.2 Vorstellung des Erhebungsinstruments.....	49
5 Ergebnisse	51
6 Diskussion	63
6.1 Interpretation der Ergebnisse	63
6.2 Limitationen der Arbeit.....	66
7 Schlussbetrachtung.....	69
7.1 Fazit.....	69
7.2 Ausblick.....	70
8 Literaturverzeichnis	72
9 Danksagung.....	80
10 Anhang: Auswertung des Fragebogens der Online-Umfrage	81

Abkürzungsverzeichnis

AVAS	Acoustic Vehicle Alerting System
B2C	Business-to-Consumer
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
C2C	Consumer-to-Consumer
DSGVO	Datenschutz-Grundverordnung
F2F	Face-to-Face
GSM	Global System for Mobile Communication
IT	Informationstechnik
LTE	Long Term Evolution
MP	Mobile Payment
NFC	Near Field Communication
P2M	Phone-to-Machine
P2P	Peer-to-Peer
PSD	Payment Services Directive
QR	Quick-Response
RFID	Radio-Frequency Identification
SIM	Subscriber Identity Module
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
WLAN	Wireless Local Area Network

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mobile Payment Anwendungsbereiche	7
Abbildung 2: Prognose zum Absatz von Smartphones weltweit von 2010 bis 2021	16
Abbildung 3: Präferierte Endgeräte	19
Abbildung 4: Nutzungsintensität von Smartphones	20
Abbildung 5: Ablauf eines Mobile Payment Prozesses	22
Abbildung 6: Anteile von Zahlungsarten im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2005 bis 2018	38
Abbildung 7: Frage 1: Verbreitung von mobilen Endgeräten	51
Abbildung 8: Frage 2: Nutzerverhalten im Bereich mobile Endgeräte	52
Abbildung 9: Frage 3: Erfahrungen im Bereich Mobile Payment	52
Abbildung 10: Frage 4: Nutzerzufriedenheit im Bereich Mobile Payment	53
Abbildung 11: Frage 5: Zahlungsmittel	54
Abbildung 12: Frage 6: Handelsbranchen	54
Abbildung 13: Frage 7: Zahlungsbereitschaft	55
Abbildung 14: Frage 8: Erfolgsfaktoren im Bereich Mobile Payment	56
Abbildung 15: Frage 9: Barrieren im Bereich Mobile Payment	57
Abbildung 16: Frage 10: Zukunftsaussicht	57
Abbildung 17: Frage 11: Zukunftsaussicht	58
Abbildung 18: Frage 12: Geschlecht	58
Abbildung 19: Frage 13: Alter	59
Abbildung 20: Frage 14: Höchster Bildungsabschluss	60
Abbildung 21: Frage 15: Nettoeinkommen	61

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kreuztabellierung 1 62

Tabelle 2: Kreuztabellierung 2 62

Tabelle 3: Kreuztabellierung 3 62

1 Einleitung

1.1 Relevanz des Themas

Die Welt des bargeldlosen Bezahlens ist seit Jahrzehnten im ständigen Wandel. Einhergehend mit der digitalen Evolution wurden im Zahlungsverkehr in den letzten Jahren neben Kreditkarten weitere neuartige Bezahlssysteme entwickelt. Die Einführung der auf Chips basierenden Zahlungen oder der Ersatz des Euro-schecks durch die nunmehr weit verbreitete Kartenzahlung sind nur zwei konkrete Beispiele von vielen, welche zeigen, dass der vorherrschende Zahlungsverkehr regelmäßig technologische Innovationen erfährt. Eine weitere Innovationswelle kündigt sich schon seit geraumer Zeit mit der zunehmenden Implementierung von Mobile Payment im stationären Einzelhandel an. Eine flächendeckende Durchsetzung der Technologie war bislang jedoch nicht zu erkennen. Internetbasierte Technologien spielen heutzutage eine bedeutende Rolle in unserer Gesellschaft. Das Mobiltelefon stellt hierbei das zentrale Medium der Zukunft dar, welches die Brücke zwischen schnellen und sicheren Prozessen sowie einfacher Bedienbarkeit bildet. Das Mobiltelefon hat sich in den letzten Jahrzehnten als täglicher Begleiter im Alltag etabliert. Vor dieser Zeit diente das mobile Endgerät vornehmlich zum verbalen Kommunizieren. Seit Beginn des digitalen Zeitalters in den 1980er Jahren bis heute ist das Mobiltelefon beziehungsweise Smartphone jedoch zum multifunktionalen Gerät mit einer großen Anzahl an verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten geworden. Kunden können beispielsweise über ein Mobiltelefon bereits im Geschäft nützliche Zusatzinformationen wie Preise anderer Anbieter oder verfügbare Testberichte zu einem Produkt abrufen und online vergleichen. Mit dem rasanten Wachstum des Smartphone-Marktes entstanden zudem eine Vielzahl an folgenden Entwicklungen und Trends wie zum Beispiel dem mobilen Internet. Basierend auf dem mobilen Internet sowie mobiler Kommunikationstechniken wurde das Mobile Payment, als elektronisches Zahlungsinstrument, entwickelt. Die innovative Idee, den Zahlungsprozess mit Hilfe des Smartphones zu vereinfachen, konnte sich bereits in einigen Ländern wie zum Beispiel in den USA oder China als gängiges Zahlungsmittel etablieren. In Deutschland wird das Smartphone, im europäischen Vergleich, noch selten zur Bezahlung am Point of Sale genutzt. Dahingegen ist der Kunde es heutzutage bereits gewohnt, über sein Smartphone Einkäufe in Online-Shops zu tätigen. Vor diesem Hintergrund ist der Weg nicht allzu weit, mit vorhandener Akzeptanz dasselbe Kaufverhalten auch am Point of Sale zu nutzen. Der globale digitale Wandel

ist seit Jahrzehnten in vollem Gange und beeinflusst unser Leben tiefgreifend. Technologische Entwicklungen sind rasant und verändern laufend die Art, wie wir kommunizieren, wie wir uns informieren und wie wir konsumieren. Daher bedarf die Digitalisierung dringend der verstärkten Aufmerksamkeit der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Abseits der technischen Umsetzbarkeit geht es um Fragen gesellschaftlicher Akzeptanz und der Aufnahmebereitschaft für Neues. Die offene Haltung entscheidet nämlich wesentlich über die Tragweite von technologischen Innovationen sowie darüber, wie sinnvoll Gesellschaften den Wandel für sich nutzbar machen können.

In den letzten Jahrzehnten ist das Thema Mobile Payment aus seinem langjährigen Nischendasein erwacht. Die deutschen Konsumenten lieben das Bargeld und setzen im Vergleich zu anderen Ländern seltener eine Debit- oder Kreditkarte ein. Durch das innovative Image von Mobile Payment, ist das Thema stetig in den Medien präsent und gewinnt vor allem in Zeiten des Coronavirus SARS-CoV-2 sowie der einhergehenden Krise im Jahr 2020 zunehmend an Bedeutung. Bis zum Erstellungszeitpunkt dieser wissenschaftlichen Arbeit konnte sich Mobile Payment in Deutschland noch nicht als primäre Zahlungsform durchsetzen. Obwohl die technischen Voraussetzungen national geschaffen wurden, werden in Deutschland weiterhin Bargeld und herkömmliche Zahlungsmethoden dem Mobile Payment vorgezogen.

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Das primäre Ziel der Arbeit ist es, zu klären, welches Potenzial Mobile Payment als innovative Zahlungsform hat, um die Dominanz des Bargeldes als Bezahlmedium im deutschen stationären Einzelhandel in Zukunft zu brechen. Des Weiteren soll untersucht werden, von welchen maßgeblichen Einflussfaktoren die kundenseitige Akzeptanz und die vergleichsweise geringe Alltagsrelevanz von Mobile Payment in Deutschland abhängen. Die wissenschaftliche Arbeit wird hierzu eine Auswahl an relevanten Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Implementierung von Mobile Payment im stationären Einzelhandel aufzeigen. Darüber hinaus werden Determinanten untersucht, welche als mögliche Barrieren in der Nutzung von Mobile Payment aus Kundensicht gelten können. Überdies wird ein Einblick in die aktuelle Marktsituation und die Herausforderungen des stationären Einzelhandels gegeben sowie verschiedene technologische Grundlagen und rechtliche Aspekte im Rahmen von Mobile Payment dargelegt.

Diese Arbeit stellt keinen Anspruch auf universelle Vollständigkeit oder Gültigkeit. Sie soll lediglich einen praxisnahen Einblick in die Thematik Mobile Payment und die damit verbundenen Einflussvariablen, wie Erfolgsfaktoren und Barrieren bieten. Für die Erarbeitung und Beantwortung der Forschungsfrage wurde eine tiefgreifende Analyse der Literatur sowie eine empirische Forschung in Form einer Online-Umfrage vorgenommen. Es wurden sowohl Internetquellen als auch klassische Buchquellen verwendet. Diese sollen sowohl die Aktualität, als auch die empirische Gültigkeit der erarbeiteten Thematik hervorheben.

1.3 Aufbau

Um die Forschungsfrage so umfassend wie möglich zu beantworten, ist die vorliegende wissenschaftliche Arbeit wie folgt aufgebaut. Das voranstehende Kapitel dient zum einen der Darstellung der Ausgangssituation und zum anderen wird die Relevanz der Thematik unterstrichen. Ferner wird die allgemeine Zielsetzung formuliert sowie kurz die Methodik erklärt. Grundlegend ist die Bachelorthesis in drei Schwerpunkte unterteilt. Hinzu kommen die Einleitung sowie eine Schlussbetrachtung der gewonnenen Erkenntnisse.

Im ersten Schwerpunkt werden für ein besseres Verständnis der Thematik begriffliche und theoretische Grundlagen erarbeitet. Zunächst wird eine umfassende Definition und Abgrenzung des Begriffes Mobile Payment gegeben sowie die Bedeutung der Zahlungsform in Deutschland erklärt. Um den Leser besser in das Thema einzuführen, werden neben der Definition zu Mobile Payment auch die Grundlagen zu Mobile (engl.) erarbeitet. Hierzu werden die Teilbereiche mobile Funknetze und mobile Endgeräte aufgeführt sowie ausführlich erklärt. Darüber hinaus werden technische Grundlagen im Rahmen von Mobile Payment dargelegt, die einzelnen Prozessschritte des Proximity Mobile Payment-Prozesses erklärt sowie rechtliche Aspekte der mobilen Zahlungsform erläutert. Anschließend wird im ersten Schwerpunkt eine Begriffsdefinition und -abgrenzung des stationären Einzelhandels vorgenommen. In diesem Abschnitt wird zusätzlich die aktuelle Marktsituation verdeutlicht sowie Herausforderungen aufgezeigt. Ferner wird die Verbreitung und Nutzung von Mobile Payment im deutschen stationären Einzelhandel untersucht.

Im zweiten Schwerpunkt werden eine Vielzahl von unterschiedlichen Einflussfaktoren auf die kundenseitige Nutzung von Mobile Payment erarbeitet und kundenseitige Anforderungen definiert. Hierzu werden relevante Determinanten identifi-