

Verbreitung und Akzeptanz von Mobile-Payment-Lösungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

One-Pager

Entgegen hervorragender Prognosen konnten sich Mobile Payment Lösungen bislang nicht als massentaugliches Zahlungsmittel im deutschen Lebensmitteleinzelhandel durchsetzen. Stattdessen ziehen immer mehr Anbieter ihre bereits am Markt eingeführten Mobile Payment Lösungen zurück wie das aktuelle Beispiel der Vodafone Wallet zeigt. Dabei sind die Voraussetzungen für das mobile Bezahlen nicht allzu schlecht. Etwa 80 % der Deutschen besitzen ein eigenes Smartphone und immer mehr (Lebensmitteleinzel)Händler rüsten ihre Kassenterminals mit einer Kontaktlos-Funktion aus. Warum die Deutschen bei der Nutzung von Mobile Payment Lösungen dennoch zögern, soll im Rahmen meiner Masterarbeit „Verbreitung und Akzeptanz von Mobile Payment Lösungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel“ untersucht werden.

Primäres Ziel dieser Abschlussarbeit ist es, jene Aspekte zu identifizieren und aufzuzeigen, die Anbieter von Mobile Payment Lösungen bei der Vermarktung hervorheben sollten, um Bedenken auf Seiten der Konsumenten zu zerstreuen und so zu einer schnelleren und weitläufigeren Akzeptanz von Mobile Payment Lösungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel beizutragen. Darüber hinaus soll analysiert werden, ob es Unterschiede bezüglich der Bereitschaft zur Nutzung von Mobile Payment Lösungen gibt, die auf das Alter, das Geschlecht oder den Bildungsstand der Nutzer zurückzuführen sind. Ferner sollen Aussagen darüber getroffen werden, wer als Anbieter die größten Erfolgchancen bei der Entwicklung einer marktfähigen Mobile Payment Lösung für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel hat, in welchen Situationen Nutzer die entwickelte Bezahlösung einsetzen wollen und welche Nutzer sich als Early Adopters eignen.

Um den Ursachen der geringen Akzeptanz von Mobile Payment Lösungen auf den Grund zu gehen, wird im ersten Teil dieser Abschlussarbeit eine literaturgestützte Analyse durchgeführt. Aufbauend auf den daraus gewonnenen Erkenntnissen wird ein eigenes Forschungsmodell entwickelt, welches im zweiten Teil empirisch untersucht wird. Die Grundlage des zu entwickelnden Forschungsmodells bildet das von Davis (1989) angeführte Technologie Akzeptanz Modell. Dieses besagt, dass die Akzeptanz einer neuen Technologie von der wahrgenommenen Einfachheit ihrer Nutzung und ihrem wahrgenommenen Nutzen abhängt. Unter Berücksichtigung der Charakteristika des deutschen Lebensmitteleinzelhandels und der deutschen Bevölkerung wird das Modell von Davis um fünf potenzielle Einflussfaktoren erweitert. Zu diesen Faktoren zählen die Sicherheit (mit den Teilkomponenten Schutz der Privatsphäre, Sicherheit vor finanziellem Verlust und Vertrauen in die Funktionalität mobiler Bezahlverfahren), die Ausgabenkontrolle, die Kompatibilität (mit den Werten, Bedürfnissen und Gewohnheiten der Nutzer), finanzielle Vorteile (etwa der Erhalt von Rabatten oder die Teilnahme an Bonusprogrammen bei Bezahlung mittels einem mobilen Endgeräts) und die Breite der Einsatzmöglichkeit (bei verschiedenen stationären Händlern ebenso wie im Online-Handel).

Zur Überprüfung des hergeleiteten Strukturgleichungsmodells soll eine Umfrage mit 60-70 Konsumenten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel durchgeführt werden. Dazu sollen Personen unterschiedlichen Geschlechts, Alters und Bildungsstands zu ihrer Bereitschaft, mobile Bezahlverfahren im deutschen Lebensmitteleinzelhandel zu nutzen, befragt werden. Die gewonnenen Daten werden anschließend zur Analyse der Gesamtmodellgüte wie auch zur Analyse der Teilhypothesen des Strukturgleichungsmodells verwendet.