

Arthur D. Little (Schweiz) AG

Aktuelle Studie von Arthur D. Little zeigt die neuesten Entwicklungen im Telekommunikations-Markt zum "Bezahlen mit dem Handy"

31.01.2006 - 08:11 Uhr, Arthur D. Little (Schweiz) AG

Mobile-Payment nimmt im Micro Payment Bereich zu - eine internationale Standardisierung konnte sich jedoch noch nicht etablieren. Zürich (ots) - Im Jahr 2005 hat die Nutzung von Mobiltelefonen bei der Zahlung von kleinen Beträgen (Micro-Payments) weltweit erneut zugenommen. Die mobile Zahlung konnte sich jedoch noch in keinem Markt als allgemeines Zahlungsmittel etablieren. Das internationale Beratungshaus Arthur D. Little hat ein Update seiner Studie zum weltweiten Markt für Mobile-Payment veröffentlicht. Das Ergebnis der aktuellen Untersuchung "M-Payments Making Inroads" zeigt, dass die Nutzung der Mobile-Payment Dienste weiterhin zunimmt. Neben Korea, Singapur und Japan gehört aus Europa nur Österreich zu den weltweit am weitesten entwickelten Märkten für das Bezahlen mit dem Handy. Norwegen, Kroatien und Spanien folgen erst mit deutlichem Abstand. Hauptgrund für die Entwicklung der führenden Länder ist vor allem der relativ frühe Start mit dem Angebot nutzerfreundlicher Mobile-Payment Dienste, der sich auch in deren hohen Anzahl widerspiegelt. Siehe Grafik Abb. 1 unter <http://www.presseportal.ch/de/story.htx?firmid=100005436>

Das ehemals rasante Tempo bei der Entwicklung neuer Lösungen ist im letzten Jahr aufgrund der nach wie vor fehlenden Standardisierung etwas zurückgegangen. Trotzdem bleiben die Prognosen optimistisch. Arthur D. Little rechnet im Jahr 2008 weltweit mit einem Umsatz von 37,1 Milliarden US\$ aus mobilen Transaktionen. Das entspricht fast dem 12-fachen Marktvolumen aus dem Jahr 2003. Karim Taga, Director von Arthur D. Little in Österreich und verantwortlich für die Studie, analysiert: "Kritische Faktoren für die Verbreitung von Mobile-Payment sind die Entwicklung von attraktiven Diensten, die Entwicklung einer klaren Strategie der beteiligten Stakeholder und ein funktionierendes Modell für deren Zusammenarbeit. Handelsketten müssen motiviert werden, sich aktiv an der Weiterentwicklung von Mobile-Payment Diensten zu beteiligen. Hürden wie z.B. die hohe Kundenzufriedenheit beim Nutzen traditioneller Zahlungsmittel können die Anbieter durch Fokus auf den innovativen Zusatznutzen entgegnetreten. Auf neue Lösungen darf man ab Anfang 2006 gespannt sein." Am erfolgreichsten sind derzeit die Dienste m-Parking und m-Ticketing. In der Schweiz sind seit längerem mobile Zahlungsdienste für Getränkeautomaten und einige Parkhäuser möglich. Auch im öffentlichen Verkehr können jetzt bei den SBB Fahrkarten über das Mobiltelefon gekauft werden, allerdings durch Bezahlung mit einer konventionellen Kreditkarte. Des Weiteren ist letztes Jahr ein Pilotprojekt mit Zahlung via Handy im Handel gestartet worden. Die so genannten Micro-Payments, also das Bezahlen von relativ kleinen Summen, machen nach wie vor den Grossteil des Transaktionsvolumens aus. Aber auch Macro-Payments, wie beispielsweise das Bezahlen von Konzert- und Kinokarten, erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Eine weitere interessante Entwicklung: Die Anbieter beginnen sich auch auf das Segment der Geschäftskunden zu konzentrieren. Ein Beispiel dafür ist die Integration einer entsprechenden Mobile-Payment Lösung mit dem firmeninternen ERP-System. Damit kann das Unternehmen die Zahlungsprofile der Mitarbeiter über das Internet überwachen und Kosteneinsparungen realisieren. Über die Studie: "M-Payments Making Inroads" ist ein Update der Studie "M-Payment Report 2004 - Making M-Payments a Reality". Die Untersuchung basiert auf über 100 Expertengesprächen mit Mobilfunknetzbetreibern, Banken, Kreditkartenfirmen, Payment Service Providern und Telekomausrüstern. Die Interviews wurden in 32 Ländern in Europa, Asien, Nord- und Südamerika durchgeführt. Über Arthur D. Little: Arthur D. Little gehört seit mehr als einem Jahrhundert zu den führenden Unternehmen im Bereich Management- und Technologieberatung. Nach der Gründung im Jahre 1886 durch den MIT-Professor Arthur Dehon Little in Cambridge, Massachusetts, USA, hat sich Arthur D. Little als erstes Unternehmen überhaupt zu einer weltweit tätigen Unternehmensberatung entwickelt. Unserem globalen Beraternetzwerk und den Partnerunternehmen gehören heute über 16'000 Mitarbeitende weltweit an. In der Schweiz zählt Arthur D. Little mit zirka 75 Mitarbeitenden zu den führenden Strategieberatungen. Das Beratungskonzept von Arthur D. Little vereint eine umfassende funktionale Dienstleistungspalette mit spezifischem Branchenwissen. Arthur D. Little hilft seinen Kunden, sich strategisch optimal zu positionieren, einen dauerhaften Innovationsvorsprung zu sichern, die wirtschaftliche Effizienz zu steigern und profitables Wachstum zu beschleunigen. ots Originaltext: Arthur D. Little (Switzerland) Ltd. Internet: www.presseportal.ch Informationen zur Studie: Reine Wasner Leiter TIME (Telecommunication, IT, Media & Electronics) Arthur D. Little (Switzerland) Ltd. Tel: +41/44/722'89'89 E-Mail wasner.reine@adlittle.com www.adlittle.ch Pressekontakt: Nina Stanek Public Relations Arthur D. Little (Switzerland) Ltd. Tel +41/44/722'89'35 E-Mail stanek.nina@adlittle.com

Originaltext:

Arthur D. Little (Schweiz) AG

Medienmappe:

<http://www.presseportal.ch/de/pm/100005436/arthur-d-little-schweiz-ag>

Medienmappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_100005436.rss2