

American Express® Insights Network

M-Commerce – die Zukunft hat begonnen

Rückblick auf die zweite Veranstaltung am 26. Februar 2015 im Westhafen Pier 1, Frankfurt am Main

Offener Austausch und spannende Einblicke in topaktuelle Themen: Das ist das Ziel der „Insights Network“-Veranstaltungsreihe. Zusammen mit namhaften Experten und unseren Vertragspartnern haben wir ein Thema diskutiert, mit dem sich praktisch jede Branche auseinandersetzen muss: „Mobile Commerce“.



Panel-Teilnehmer (v. l. n. r.): Stefan Liske; Niels Deneleh; Markus Gürne (Moderator, Finanz- und Wirtschaftsjournalist); Olaf Schrage; Andreas Steinle.
Klicken Sie auf das Bild, um [zum Video](#) der Veranstaltung zu gelangen.



American Express Insights Network Gastgeberin: Sonja Scott, General Manager, Head of Merchant Services Germany & Austria, American Express.
Klicken Sie auf das Bild, um [zur Bildergalerie](#) der Veranstaltung zu gelangen.

Einige Kernaussagen auf einen Blick

Doch was ist „M-Commerce“ eigentlich wirklich, was steht dahinter? Welche Chancen und Herausforderungen gibt es? Und was erwartet uns in der Zukunft? Die wichtigsten Antworten finden Sie auf den folgenden Seiten.



„Sie werden in ein paar Jahren ein Produkt als Hologramm in der Luft zeigen können.“

Stefan Liske
Geschäftsführer PCH INNOVATIONS GmbH



„Das Medium hat sich verändert: Das Shopping findet genauso statt.“

Olaf Schrage
Arbeitskreisvorsitzender EHI Retail Institute und Geschäftsführer DOUGLAS Informatik & Service



„Wenn es für die Leute sinnvoll ist, geben sie ihre Daten auch preis.“

Andreas Steinle
Geschäftsführer Zukunftsinstitut Workshop GmbH



„Der Besuch eines Kunden im Laden wird dem Händler künftig etwas wert sein. Darum bekommt der Kunde die Punkte schon vor dem Kauf.“

Niels Deneleh
Geschäftsführer Yooints GmbH

American Express® Insights Network

Hintergründe, Chancen, Herausforderungen



Was ist M-Commerce?

Fasst man die Redebeiträge der Experten und Praktiker zusammen, lautet die Antwort auf diese Frage: *M-Commerce ist die Zukunft, die schon begonnen hat.* 50 % mehr mobile Transaktionen im letzten Jahr, 70 % mehr Umsatz: Die Bedeutung des Themas geht weit über mobiles Bezahlen hinaus – und wächst täglich. Übrigens auch bei den Teilnehmern der Veranstaltung. Mehr als die Hälfte gab bei einer

Blitzumfrage an, in ihrem Unternehmen schon M-Commerce-Anwendungen zu nutzen.

Welche praktische Bedeutung das Thema hat, zeigt ein Beispiel eines der Experten: Ein großes Online-Versandhaus investiert 20.000 Euro in die laufende Analyse und Verbesserung seiner Einkaufs-App. Pro Monat!



Welche Chancen und Herausforderungen gibt es?

Klassischer Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie: Mobile Anwendungen sind gerade auch für Unternehmen dieser Branchen eine große Chance. Darüber waren sich die Experten einig.

Einigkeit herrschte auch darüber, dass „klassische“ Reihenfolgen nicht mehr gelten. Mit mobilen Anwendungen existieren keine Trennungen zwischen den Phasen „vor“ und „nach“ dem Kauf.

Beispiel Schuh-Handelskette: Den Schuh gibt es nicht in der passenden Größe im Laden? Dann kann der Kunde via App direkt auf seinem Smartphone am Regal schauen, ob er in einer anderen Filiale vorrätig ist. Oder ihn gleich online bestellen.

Beispiel Baumarkt-Filialist: Der Kunde bleibt vor einem Regal längere Zeit stehen? Dann bekommt er via App das Angebot einer „Online-Beratung im stationären Geschäft“.

Doch die Teilnehmer stellten klar, dass es auch Grenzen gibt – nicht zuletzt im Hinblick auf das notwendige Budget. Der Einstieg in den M-Commerce kostet Geld. Außerdem müssen Unternehmen Daten und Erkenntnisse sammeln und bereit sein, Dinge auszuprobieren.

Stichwort „Daten“: Interessanterweise erkennen die Experten bei den Kunden durchaus die Bereitschaft, ihre Daten „preiszugeben“ – wenn sie einen Nutzen für sich sehen, wenn der Service für sie attraktiv ist. Andreas Steinle spricht dabei vom „Privacy-Paradox“, denn die öffentliche Diskussion rund um den Datenschutz zeigt oft ein anderes Bild als das reale Verbraucherverhalten.

American Express® Insights Network

Perspektiven des Mobile Commerce



Was wird die Zukunft bringen?

Individualisierung, Mobilität, Konnektivität: Diese drei Megatrends prägen nach Einschätzung der Experten die weitere Entwicklung des M-Commerce.

Über die Vernetzung elektronischer Daten wird aus dem Individuum ein „Digividuum“. Die technischen Entwicklungen nehmen exponentiell zu. Es wird sehr bald möglich sein, dass Hologramme in die Luft projiziert werden, Energie aus der Luft „geerntet“ wird und Autos von selbst fahren. In naher Zukunft wird E-Commerce in vielen Lebensbereichen selbstverständlich sein, besonders in den Bereichen Gesundheit, Ernährung und Automobil. Eines machte die Diskussion auch klar:

Aller technologischen Entwicklung zum Trotz erwartet uns nicht eine reine „Online-Welt“ ohne Geschäfte in den Fußgängerzonen. Die Kunden werden immer wieder das individuelle Einkaufserlebnis suchen. Sie möchten die Ware in die Hand nehmen und die eigenen vier Wände zum Shopping verlassen, insbesondere wenn es um den Kauf von Premiumprodukten geht, die vom Käufer auch gezeigt werden wollen.



**Verpassen Sie nicht unsere nächste Veranstaltung.
Wir informieren Sie rechtzeitig über den Termin für das dritte Insights Network!**

Mit freundlichen Grüßen
Ihr American Express Team



American Express Payment Services Ltd.,
Zweigniederlassung Frankfurt am Main, Theodor-Heuss-Allee 112, 60486 Frankfurt am Main, HRB 85745