



Mobile Payment-Markt: Konsolidierung absehbar

sb ■ Gleich zwei Meldungen hat Paypal Mitte Juli in Deutschland verbreitet: Nach einer erfolgreichen Testphase in Berlin soll in Kooperation mit Orderbird, einem Anbieter für ein i-Pad-Kassensystem für die Gastronomie, das Bezahlen mit der Paypass-App deutschlandweit ausgeweitet werden. Bereits 57 Cafés, Restaurants und Bars in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München boten zu diesem Zeitpunkt schon die Möglichkeit an, über Einchecken mit Paypal mit dem Smartphone zu bezahlen, wobei die Identifikation über ein hinterlegtes Profilbild erfolgt. Weitere Städte sollen folgen. Die Nachfrage seitens der Gastronomen ist laut Paypal enorm – auch weil sich gezeigt habe, dass sich dadurch der Anteil der Stammkunden beträchtlich erhöht habe.

Die Kartenorganisationen überholt

Weil Freunde oft ihre Rechnung gemeinsam begleichen, um Zeit zu sparen, war die Einführung einer Funktion, mit der sich Geld an Privatpersonen senden lässt, folgerichtig. Mit der neuesten Version der Paypal-App ist das möglich. Hierfür muss der Nutzer lediglich die Option „Senden“ auswählen, die Mail-Adresse und den gewünschten Betrag eingeben, die Frage „Wofür ist diese Zahlung“ mit dem Klick auf „Freunde und Familie“ beantworten und optional eine Nachricht an den Empfänger eingeben. Mit dem Antippen der Schaltfläche „Senden“ ist die Transaktion dann abgeschlossen. Der Empfänger erhält eine Benachrichtigung und kann den Betrag direkt nutzen.

Mit dieser Anwendung stößt Paypal in einen Anwendungsbereich vor, in dem die inter-

nationalen Kartenorganisationen allzu lange Funktionalitäten angekündigt, aber bislang immer noch nicht in die Breite getragen haben. Ein Bedarf hierfür ist deshalb sicher vorhanden. Cleverer Ansatz: Das Verfahren funktioniert auch dann, wenn der Empfänger noch gar kein Paypal-Konto hat – er erhält dann eine E-Mail, wie er kostenlos eines eröffnen kann, um an den Betrag zu kommen. Auch so kann man die Kundendatenbasis erweitern.

Die Beispiele zeigen: Der Markt für Mobile Payment ist stark in Bewegung. Gerade weil das Bezahlen mit dem Mobiltelefon noch längst nicht zur Selbstverständlichkeit geworden ist (siehe Seite IV), ist der Kampf um Marktanteile jetzt so wichtig. Denn wer den Kunden in dieser Frühphase überzeugt, hat gute Chancen, auch langfristig seinen „Share of Wallet“ zu behalten.

Dass die Valuephone GmbH, die die Netto- und Edeka-App entwickelt hat, jetzt auch das Bezahlen per SMS ins Angebot genommen hat, ist ein deutliches Signal dafür. Denn so kann man auch bei jenen Verbrauchern, die kein Smartphone besitzen, schon jetzt den sprichwörtlichen „Fuß in die Tür“ bekommen. Angesichts der zunehmenden Verbreitung von Smartphones mag die vergleichsweise umständliche Zahlung per SMS eine Übergangstechnologie sein. Wer aber eine Anwendung auf diesem Weg nutzt, wird später, wenn er technisch aufgerüstet hat, umso lieber bereit sein, auch die komfortablere Variante zu nutzen.

Das Ringen um Marktanteile lässt aber auch darauf schließen, dass der absehbare Prozess der Konsolidierung in Gang

kommt. Von den rund 80 Anbietern, die derzeit im Mobile-Payment-Markt aktiv sind, werden sich laut PwC bis 2020 nur drei bis fünf wirklich im Markt etablieren können.

Konsolidierung kommt in Gang

Den Markt in Bewegung gebracht haben zwar Start-Up-Unternehmen, die Lösungen allein für das mobile Bezahlen anbieten. Chancen auf langfristigen Markterfolg haben aber wohl eher diejenigen Anbieter, die Lösungen für jeden Anwendungsbereich parat haben und dabei zudem mit Sicherheit punkten können. Denn die breite Masse der Konsumenten wird nicht bereit sein, sich mit einer großen Vielfalt an Zahlungs-Apps oder sonstigen Verfahren auseinanderzusetzen, die alle mit unterschiedlichen Authentifikationsverfahren daherkommen und deren Zugangscodes man sich im Zweifelsfall auch merken muss.

Unter dem Strich heißt das: Gar so schlecht sieht es im Wettbewerb trotz aller Neuerungen für Kartenorganisationen und Kreditwirtschaft vermutlich gar nicht aus. Denn ihre Lösungen versprechen ein Höchstmaß an Universalität. Einen Verbrauchervorschuss der Kunden haben sie ohnehin. Einen Teil des Geschäfts werden sie sicher an Wettbewerber wie Paypal, vielleicht auch Amazon oder Google verlieren. Ein Zahlungsverkehr ohne Banken und Kartenorganisationen ist jedoch kaum vorstellbar.

Voraussetzung ist freilich eine nicht nachlassende Innovationskraft. Hier wird es mit der Interchange-Regulierung sicher schwieriger. Doch auch der Wettbewerb beginnt da und dort bereits unter Druck zu geraten: Der m-PoS-Anbieter Payleven hat am 1. August eine Senkung der Gebühren für Girocard-Transaktionen mit dem Aufsteckleser angekündigt.