

Mobile Payment

Apple als „Game Changer“?

Rund 120 Millionen Euro Umsatz durch Kartengebühren wird Apple Kartenemittenten in den mit der Funktion i-Beacon in den nächsten drei Jahren streitig machen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Untersuchung der Mücke, Sturm & Company GmbH, München. Zwar fokussiert sich die Technologie nicht ausschließlich auf den Zahlungsprozess. Doch habe die eigene Mobile-Payment-Lösung, auf die sich Apple verstärkt konzentrieren will, das Zeug dazu, Strukturen im Zahlungsverkehr aufzubrechen und etablierte Marktteilnehmer unter Druck zu setzen.

Bei der Berechnung ist die Studie von einer Steigerung auf rund neun Millionen i-Phone-Besitzer in Deutschland bis 2017 und einer Steigerung der Umsätze, die durch Gebühren vom Handel generiert werden, auf knapp 700 Millionen Euro ausgegangen. Innerhalb der Zielgruppe von knapp 50 Millionen Personen in Deutschland werde Apple mit i-Beacons rund 18 Prozent erreichen können und

damit etablierten Marktteilnehmern rund 120 Millionen Euro Umsatz durch Gebühren streitig machen. Der bedrohte Umsatzanteil wird für das Jahr 2015 auf 13 Prozent der Entgelte aus dem Kartengeschäft geschätzt, für 2016 auf 16 und für 2017 auf 18 Prozent.

Die Berechnung ist zweifellos mit Vorsicht zu genießen. So ist die Marktdurchdringung von i-Beacon im Einzelhandel schwer vorauszusagen. Und die anstehende Interchange-Regulierung macht es nicht nur schwer, die bedrohten Umsätze überhaupt hochzurechnen. Sie dürfte auch die Attraktivität von Kartenzahlungen im Vergleich mit anderen Verfahren für Akzeptanten verbessern. Und die weitere Verbreitung des Angebots zu kontaktlosen und mobilen Zahlungen wird hier ein Übriges tun. An der grundlegenden Botschaft, dass Kartenorganisationen und Emittenten in ihrer Innovationsbereitschaft nicht nachlassen dürfen, ändert das freilich nichts. **Red.**