



<https://www.wikipayment.org/veroeffentlichungen/>

Ausgabe 2021/01

Eine massive und bedrohliche Umbruchphase gewinnt unter den Marktplayern im europäischen Zahlungsverkehrsraum deutlich an Fahrt. These oder Wirklichkeit?

Seit 2020 verspüren viele Marktteilnehmer eine äußerst überschwängliche Apple Pay Euphorie durch eine Vielzahl von Karten ausgebenden Institutionen. Pressemitteilungen überschlagen sich im Feiern einer neuen digitalen Schnittstelle, bei der Apple Pay in die etablierten Zahlungsverkehrsprodukte der Schemes Mastercard und Visa oftmals ohne Ausnahme eingebunden wird.

Ein unglaublicher Markterfolg für den Apfel mit Biss - ohne Frage. Apple Pay ist geboren und wird schnell über die schiere Masse an adaptiv ausgestatteten Karten über Nacht erwachsen. Apple Pay ist nun in kürzester Zeit am POS verfügbar, wofür Mastercard, Visa als auch Sparkassen und Banken in der Akquise Jahrzehnte für eine derartig starke Händler-Abdeckung benötigt haben. Von außen suchen sicherlich viele nach dem tieferen Sinn einem internationalen Giganten derartige Tore zu den eigenen Karteninhabern so weit zu öffnen.

Wo liegt der Business Case? Wie wird eine mögliche dauerhafte Steigerung der zusätzlich entstehenden externen Schnittstellenkosten vermieden? Was ist, wenn Apple den Preis für die Nutzung des Apple Pay Batches gegenüber Banken und Sparkassen erhöht und Institute die Zusatzkosten an ihre Kunden im aktuellen Marktumfeld nicht weitergeben können? Wie gehen erfahrungsgemäß die großen Schemes im Markt in ihrer Preispolitik vor? Was können wir daraus ableiten und welches wären die Folgeerscheinungen, wenn Apple eine eigene Apple Credit Card mit Zahlungsverkehrsfunktion in Kooperation mit einer internationalen Bank europäischen Kunden anbieten könnte? Mit oder ohne internationalem Payment-Brand. Was setzen hiesige Institute einem möglicherweise bis zu 5 GB kostenfreien iCloud-Speicher auf einer Apple Credit Card entgegen? Wie hoch wäre eine Investition, um gleichziehen zu können?

Wären 5 GB Speicher ein USP, das eingefleischte Apple-Kunden zum Abwandern bewegt? Ist Apple auf einmal trendy wie Tesla? Apple Cards sind bereits schon heute in einigen Ländern verfügbar. Entsteht vielleicht mittelfristig eine eigene Apple Zahlungsverkehrsmarke? Eine notwendige Infrastruktur plus Vertrauen wird ja derzeit in gefühlter Lichtgeschwindigkeit geschaffen. In Summe scheint die Abhängigkeit der eingegangenen Ehe immens groß. Es ist zu hoffen, dass die geschlossenen Eheverträge wasserdicht sind, um ein zukünftiges finanzielles Desaster im Zahlungsverkehr zu vermeiden.

Zusatzleistungen kosten den Instituten fast immer Geld. Ohne einer klaren Markt- und Preisstrategie kann der heutige Ertrag im Zahlungsverkehr schnell wurmstichig werden. Zumal wir allseitig wissen, dass die Erlösstrukturen des Interbanken-Entgeltes vor einigen Jahren stark reguliert worden sind.

Suchen wir in Europa also weiter nach einer Strategie, um gegen die Big Player eine europäische Lösung entgegen setzen zu wollen, um sich so fest neu zu verankern oder schaffen wir neue Abhängigkeiten, die schwer geschieden werden können? Manch einer könnte derzeit eine Rotation und ein Ungleichgewicht im strategischen Handeln wahrnehmen. Einerseits beschäftigt man sich auf europäischer Ebene mit einer European Payment Initiative (EPI), um gegenüber den marktführenden Schemes ein ausgleichendes Gewicht schaffen zu wollen. Andererseits installieren wir in Europa möglicherweise neue Großbaustellen.

Das die großen Player mit vollen Kriegskassen in den Zahlungsverkehrsmarkt drängen wollen, ist unübersehbar. Citigroup und Google zelebrieren neuerdings nach außen eine ebenfalls innige und tiefe Liebe. In den vergangenen Flitterwochen ist nicht nur Google Pay neu gestaltet worden, nein, auch das neue Citi-Plex-Konto ist als Sprössling bald für Interessierte anfassbar und lebendig. Eine Symbiose aus der Zurverfügungstellung einer vertrauensvollen Infrastruktur der Bank in Kombination mit einer unglaublichen Marktmacht einer möglicherweise hohen Kontaktfrequenz und Werbeeinblendung in der hauseigenen Suchmaschine von Google.

*Dieser Artikel gibt das Recht auf freie Meinungsäußerung wieder. Es handelt sich um einen journalistischen Beitrag. Eine Haftung für den Inhalt und auf Vollständigkeit wird ausgeschlossen.
Autor: Carsten Oppelt, Mitglied im deutschen Fachjournalistenverband, DFJV. 13.01.2021 - 01/2021*



>>> einfach - anders als andere >>>