

Disruption im Payment-Sektor?

Payment. Der Technologie-Konzern Amazon spielt seine Stärke aus und nimmt das Finanzgeschäft ins Visier. Geplant ist ein Bankkonto für Amazon-Kunden.

Die internationale Bankenszene ist alarmiert. Der Onlinehändler Amazon plant laut US-Medienberichten den Einstieg in das Bankgeschäft und verhandelt unter anderem mit JP Morgan Chase über ein künftiges Girokonto-Modell. Ein Schritt, der Experten nicht wirklich überrascht. „Amazon hat als Onlinehändler den direkten Kundenkontakt und verfügt aufgrund der Daten auch über viel Wissen über diese Kunden. Damit können jedem Käufer sehr treffend die entsprechenden Produkte angeboten werden, auch aus dem Finanzbereich“, sagt Stefan Pichler, Professor für Banking and Finance an der WU Wien. Nach dem Lebensmittel- und Gesundheitsgeschäft nimmt der einst als Onlinebuchhändler gestartete Technologiekonzern die nächste Branche ins Visier. Zwei entscheidende Erfolgsfaktoren für diesen Markt hat Amazon, das im Vorjahr drei Milliarden Dollar Gewinn erwirtschaftete: Technologie und Kapital. Von allen möglichen Akteuren, neben dem chinesischen E-Commerce-Händler Alibaba expandiert auch Apple mit seinem Zahlungsdienst stark, ist Amazon aufgrund seiner Marktstellung der gefährlichste Wettbewerber. „Das Hauptmotiv für diesen Schritt ist, die heute unter 18-Jährigen mit Finanzdienstleistungen in einem zusätzlichen Geschäftsfeld zu binden. Diese Zielgruppe wird von Banken und Kreditkartenfirmen noch nicht adäquat abgedeckt“, sagt Stefan Schneider, Handelsexperte und Inhaber von CardsConsult. Amazon sei als allgegenwärtiger Onlinehändler nahe an der Lebensrealität junger Käufer und könne hier früh punkten.



Illustration: Shutterstock/Slavojub Pantelic

Synergien für das Stammgeschäft

Ein Engagement des Technologieriesen im Finanzgeschäft ist nicht neu. „Über Amazon Lending vergibt das Unternehmen in den USA etwa Kredite an kleine Händler, die über den Marktplatz Produkte verkaufen. Amazon Pay wird in Europa sowohl bei eigenen Kunden als auch als zusätzliches Zahlungsmittel bei anderen Onlinehändlern eingesetzt“, so Schneider. Mit Amazon Cash können Käufer Bargeld auf ihr digitales Konto laden und die eigene Amazon-Kreditkarte gibt es bereits bei JP Morgan. Der Schritt zum günstigen Konto-Modell ist allerdings weit mehr als eine Zusatzleistung. Das US-Unternehmen kann künftig Gebühren für Finanztransaktionen sparen, wenn das Geld für die Web-Einkäufe direkt vom Amazon-Konto kommt. Darüber hinaus erhält Amazon neue Daten zum Ausgabeverhalten seiner Kunden. Die Erkenntnisse aus dem Finanzangebot könnte der Anbieter

wiederum im Onlinehandel nutzen, um seine Preispolitik anhand der maximalen Zahlungsbereitschaft für bestimmte Waren zu gestalten.

Europa ist anders

Gegen einen Frontalangriff auf den Finanzsektor spricht die Tatsache, dass Amazon keine eigene Banklizenz anstrebt. „Das Bankgeschäft ist ein stark reguliertes Feld mit strengen Vorschriften. Die Kooperation mit einer etablierten Bank macht Sinn“, meint Pichler. Traditionsanbieter kann die Web-Firma dennoch empfindlich treffen. „Wie auch immer das Angebot in den USA aussehen wird, es wird sich nicht eins zu eins im europäischen Markt umsetzen lassen. Hier gelten andere Regeln wie die Datenschutz-Grundverordnung und die beliebteste Zahlungsart im Onlinehandel ist in Deutschland und Österreich nach wie vor der Kauf auf Rechnung“, so Schneider.

■ Christiane Kaiser-Neubauer