

URL: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/a-809977.html>

19. Januar 2012, 07:21 Uhr

Mobiles Bezahlen

Ebay will den klassischen Einzelhandel aufrollen

Von *Kristian Klooß*

Ebay-Chef John Donahoe verfolgt eine klare Strategie. In ihrem Zentrum ruht die Bezahlendiensttochter Paypal, wie die neuen Geschäftszahlen belegen. Mit ihr will Ebay ab diesem Jahr den stationären Einzelhandel aufrollen. Die Gegenwehr hält sich in Grenzen - dabei gibt es Grund zur Sorge.

Hamburg - Es ist keine zwei Wochen her, dass Scott Thompson seine Stelle als Chef des Internetkonzerns Yahoo angetreten hat. Yahoo, seit Jahren in der Krise, lockte den einstigen Ebay-Manager mit der Aussicht auf 27 Millionen Dollar - eine Summe aus Gehalt, Bonus, Aktienoptionen und einem Ausgleich für entgangene Zahlungen seines alten Arbeitgebers.

27 Millionen mögen viel Geld für den Chef eines Tochterunternehmens eines Internetkonzerns sein. Doch Paypal, dessen Chef der 54-jährige Thompson bis Ende 2011 war, ist eben kein Tochterunternehmen wie jedes andere. 2011 lag der Umsatz Paypals bei 4,4 Milliarden Dollar. Das Kerngeschäft Ebays mit Internetauktionen und Festpreiskäufen brachte es auf 6,6 Milliarden Dollar, wie der Konzern heute mitteilte. 2013, so die Prognose, dürfte Paypal mit dem Kerngeschäft gleichgezogen sein.

Und doch ist den Analysten auch ohne Thompson nicht bang um die Zukunft des Onlinekonzerns. Zwar war es Thompson, der kurz vor seinem Abgang noch einmal medienwirksam verkünden durfte, dass 2012 das Jahr sein werde, in dem Ebay Einzug in die konventionellen Geschäfte halten wolle. Doch die Strategie dahinter stammt im Wesentlichen von John Donahoe.

Der 52-Jährige, einst Vorstandsvorsitzender beim Beratungsunternehmen Bain & Company und seit 2005 für Ebay tätig, übernahm Ende März 2008 das Ruder von Meg Whitman. Und war er schon zu Zeiten der heutigen HP-Chefin stets um den Ausbau des Kerngeschäfts bemüht, legte er nach ihrem Abgang erst so richtig los.

2008 war das Jahr der Wende

Sein Masterplan mündete 2009 in die Ankündigung, das einst als Online-Auktionshaus gestartete Unternehmen innerhalb von drei Jahren neu auszurichten. Waren Wachstum und Profitabilität seit dem Börsengang im Jahr 1998 immer mehr auf der Strecke geblieben, hat sich der Wert der Ebay-Aktien seit dem Frühjahr 2009 verdreifacht.

Kurzum, was Donahoe tat, kam an der Börse an. Er erhöhte die Gebühren, verpasste der Website eine nachfragefreundlichere Navigation und ein anbieterfreundlicheres Beschwerdesystem. Und er forcierte Festpreisangebote statt Auktionen. Heute werden nicht einmal mehr ein Drittel der Waren bei Ebay versteigert. Gleichzeitig locken die Festpreise inzwischen auch Markenartikel in die virtuellen Verkaufsfregale des Online-Portals.

Ex-Paypal-Chef Scott Thompson, kümmerte sich parallel darum, die in der Ebay-Welt verwurzelte Bezahltochter in die gesamte Online-Welt zu verpflanzen - zuhause und unterwegs. Mittel zum Zweck war ein halbes Dutzend Unternehmenskäufe seit 2008. Diese tragen inzwischen dazu bei, dass Paypal seine rund 100 Millionen aktiven Nutzer an immer mehr Orte begleitet - und ihnen per Smartphone via Internet zur Seite steht.

Ein halbes Dutzend Übernahmen sollen zum Ziel führen

So ermöglicht beispielsweise die Ebay-Tochter RedLaser, Barcodes mit dem Smartphone zu scannen, um Produkt- und Preisinformationen abzurufen. Mit dem Kauf des Unternehmens Milo erwarb Ebay zudem die Kompetenz, dem Kunden mitzuteilen, in welchem Geschäft er Schuhe, Toaster oder Schwimmflügel in der passenden Größe und zum passenden Preis bekommt. Und dank der Übernahme von Hunch ist es Ebay inzwischen möglich, seinen Kunden Empfehlungen für Produkte zu geben, von denen sie bislang nicht einmal ahnten, dass es sie gibt.

Für den Impulskäufer bietet Ebay dank der App der übernommenen Firma Where inzwischen auch ortsbezogene Werbeanzeigen für Geschäfte, Bars und Restaurants um die Ecke an - mehr als 100.000 Adressen sind bereits verzeichnet. In Deutschland kooperiert der Internetkonzern aus dem kalifornischen San José seit einigen Monaten mit Kaufda - das Unternehmen vergleicht Werbeprospekte deutscher Einzelhandelsketten.

Für Kunden, die größere Anschaffungen am liebsten auf Kredit zahlen, hat Paypal 2008 dank des Zukaufs der Firma "Bill Me Later" einen Paypal-Sofortkredit mit anschließender Ratenzahlung im Angebot.

Paypal ist der zentrale Baustein der Strategie

Doch sind die Konsumenten nur die eine Seite der Medaille. Denn auch für den stationären Einzelhandel hat sich vor allem Paypal in den vergangenen Jahren aufgehübscht. Um online und offline zu verzahlen, hat die Ebay-Tochter die Firma FigCard übernommen. Das Unternehmen hat einen USB-Stick im Sortiment, der die Kasse jedes Ladens für die Zahlung via Smartphone nachrüsten will. Und gemeinsam mit dem Essener IT-Unternehmen Itellium hat Paypal jüngst ein Verfahren entwickelt, mit dem das sichere Bestellen und Bezahlen mit dem für immer mehr Produkte verfügbaren, kleinen schachbrettförmigen QR-Code möglich ist.

Einzelhandelsketten wie Ralph Lauren oder Toys 'R' Us greifen inzwischen auch auf die Dienste der im vergangenen Jahr für 2,4 Milliarden Dollar (1,9 Milliarden Euro) von Ebay akquirierte Unternehmen GSI Commerce unter die Arme. Die in Pennsylvania ansässige Firma wickelt alle Dienstleistungen ab, die beim Online-Handel anfallen - von der Bestellung bis zur Auslieferung der Ware. Den passenden Online-Shop gibt es für Ebay-Kunden bei der seit 2011 übernommenen Tochter Magento.

Trotz dieser zahlreichen Übernahmen stellt sich nicht mehr die Frage, welche der Ebay-Töchter die bedeutendste ist. Denn Paypal, von Ebay schon im Jahr 2002 für damals 1,5 Milliarden Dollar (1,17 Milliarden Euro) übernommen, überstrahlt sie alle.

Google prescht vor, Ebay klagt an

"Ursprünglich geht die Paypal-Übernahme auf eine Defensivstrategie Ebays zurück", sagt Key Pousttchi, Leiter der Forschungsgruppe "wi-mobile" an der Universität Augsburg. "Durch das Online-Bezahlproblem ist dem Unternehmen zuviel Geschäft entgangen." Bis das Geld zum Beispiel per Kreditkartenzahlung oder Scheck beim Verkäufer war, habe es vorher zu lange gedauert. Der Kauf von Paypal habe dieses Problem gelöst.

Dass Paypal auf dem anonymen Ebay-Marktplatz etwa durch eine für mehrere Tage zugesicherte Rückabwicklung bei Warenmängeln auch Vertrauen stiftete, sei bereits ein erster weitergehender Aspekt gewesen. "Aus der Defensivstrategie wurde so eine Mehrwertstrategie", sagt Pousttchi.

Inzwischen verfolge Ebay mit Paypal hingegen eine klare Offensivstrategie. Denn bislang sei es nur der klassische E-Commerce gewesen, den das Unternehmen dominieren wolle. "Jetzt will Paypal den Einzelhändlern das mobile Bezahlen beibringen."

Wie lukrativ dieses Geschäft sein könnte, haben Pousttchi und seine Kollegen an der Uni Augsburg selbst in einer Studie ermittelt: "87 Prozent des Umsatzpotenzials im Mobile-Payment macht der stationäre Einzelhandel aus", sagt der Forscher.

Rund 100 Millionen Kunden in 190 Ländern

Und dass Paypal sich gegen die Wettbewerber mehr als nur behauptet, ist realistisch. Denn dank seiner Dominanz im E-Commerce hat sich der Zahlungsdienstleister längst als weltweit dominanter Makler zwischen Einkäufern und Verkäufern etabliert. Paypal verwaltet rund 100 Millionen aktive Kundenkonten. Banken und Online-Händler in 190 Ländern akzeptieren das Online-Zahlungssystem.

Dass Paypal bald auch zu einer Macht in den Fußgängerzonen dieser Länder werden könnte, dafür gibt es zumindest Potenzial. Nach Schätzungen der Analysten des Marktforschers Gartner setzten im vergangenen Jahr weltweit 141 Millionen Menschen rund 67 Milliarden Euro mit dem Mobile Payment um. Und die Marktforscher von Juniper Research rechnen bis 2015 mit einem Marktvolumen von 525 Milliarden Euro. In den USA werden bis dahin rund 57 Prozent der Handynutzer ein Smartphone besitzen, dass jene Funktionen erfüllt, die Ebay zur Umsetzung seiner Strategie braucht, prognostizieren die Analysten von Forrester Research.

Das indes ruft auch andere Wettbewerber auf den Plan. So war es nicht Ebay, das als erstes Unternehmen im wichtigen US-Markt ein Handybezahlsystem vorstellte, sondern Google. Der Suchmaschinenkonzern präsentierte im Mai 2011 seinen Bezahlendienst "Google Wallet".

Für Ebay und die Bezahlendienstochter Paypal war dies nicht nur ein Schock, sondern auch Grund zu Klage. Denn es waren ausgerechnet zwei ehemalige Ebay-Mitarbeiter, die maßgeblich an der zunächst für Android-Smartphones entwickelten Google-Geldbörse mitgewirkt hatten. PayPal wirft Osama Bedier, der die Technologie an Handelsunternehmen vermarktet, Geheimnisverrat vor. Und die zuständige Google-Managerin Stephanie Tilenius soll dabei geholfen haben, Bedier abzuwerben, obwohl ihr das vertraglich untersagt gewesen sei.

Kampf um den Zugang zum Kunden

Dass sich der Kampf um das elektronische Portemonnaie vor Gericht entscheidet, darf - wie im Falle des Smartphone-Betriebssystems Android - bezweifelt werden. Entscheidender werden wohl die Mehrwerte und Zusatznutzen sein, die ein ans Smartphone angedocktes Bezahlsystem seinen Nutzern bietet. Und hier hat Google einiges zu bieten. Denn über lokale Bars, Restaurants und Geschäfte weiß Google soviel wie kaum ein anderes Unternehmen. Und mit Google Offers und dem erst im September erworbenen deutschen Rabattgutscheinportal DailyDeal besitzt der Internetkonzern weitere Angebote, die Nutzern beim navigieren durch die bunte Einkaufswelt über das Smartphone-Display zur Hand gehen.

Für Googles Bezahlsystem spricht auch, dass es offen ist. Partnerunternehmen und Kunden müssen zudem keine Gebühren zahlen. Mit dieser Strategie hat Google bereits mit "Android" den Markt für Smartphone-Betriebssysteme aufgerollt. Und auch im Markt für mobile Bezahlsysteme hat der Konzern inzwischen erste Kooperationen geschlossen: zum Beispiel mit der US-Kaufhauskette Macy's und der Fast-Food-Kette Subways. Auch die wichtigsten Kreditkartenkonzerne, unter ihnen Mastercard, Visa und American Express, so wie große Kreditinstitute wie die Citigroup, sitzen inzwischen im Boot.

Und doch gibt es auch einiges, was gegen Google spricht. So hat beispielsweise der größte Mobilfunkanbieter Amerikas, Verizon, "Google Wallet" auf dem neuen Android-Smartphone Galaxy Nexus verbannt. Experten vermuten, dass Verizon diese Entscheidung getroffen hat, weil der Konzern den Durchbruch des eigenen mobilen Bezahlendienstes "Isis" nicht gefährden will. Bei "Isis" handelt es sich um ein Joint Venture von AT&T Mobility, Verizon Wireless und T-Mobile USA. Das System wird seit wenigen Wochen in einigen amerikanischen Staaten getestet.

Das europäische Gegenstück zu "Isis" ist das von den großen Mobilfunkanbietern schon vor einigen Jahren eingeführte Bezahlsystem "Mpass". "Das System gibt es zwar schon länger, den Durchbruch hat es allerdings nicht geschafft", sagt André Marseille Bajorat, auf elektronische und mobile Bezahlendienste spezialisierter Berater. Dabei gebe es eigentlich gute Voraussetzungen für einen Erfolg. So verfügten die Joint-Venture-Partner Deutsche Telekom, Vodafone und O2 erstens über die als Infrastruktur nutzbaren Sim-Karten, zweitens besäßen sie die Kundendaten.

Ein Grund für den mäßigen Erfolg von Mpass ist nach Ansicht Bajorat die Zurückhaltung der Kunden, wenn es um das Zahlen per Telefonrechnung gehe. "Ein reines Bezahlsystem, das sich nur an Transaktionserlösen orientiert, ist abgesehen davon zu kurz gedacht", sagt Bajorat. So würden potenzielle Mehrwerte vernachlässigt, anders als bei Ebay oder Google.

Der Handel bevorzugt die Banken

Dennoch stoßen auch die Ambitionen der Internetkonzerne beim Handel auf Widerstand. Denn obwohl beispielsweise "Google Wallet" kostenlos sei, zahle der stationäre Einzelhandel einen Preis. "Wenn der Händler die zentrale Kundenbeziehung verliert, ist das fatal", sagt der Mobilfunkexperte Key Pousttchi. Beim ersten Mal zahle der Kunde mobil im Laden, beim zweiten Mal bekomme er sogar noch einen Gutschein dazu, irgendwann schlage ihm sein Smartphone dann vor, gegenüber einzukaufen.

Dass der Handel sich dieser Problematik durchaus bewusst ist, zeigt eine Umfrage, des Branchenblatts "Der Handel" über die bevorzugten Partner für ein Mobile-Payment-System. 76 Prozent der Händler würden demnach am liebsten mit Banken und Sparkassen in einem Boot sitzen. Internationale Kreditkartenunternehmen wie Mastercard oder Visa folgen mit 63 Prozent. Denkbar wäre laut Händler-Umfrage auch eine Kooperationen von Banken und Telekommunikationsunternehmen. Internet-Dienstleistern wie PayPal oder Google bezeugt die Handelsbranche eher mit Skepsis. Große Telefongesellschaften wie die Telekom, Vodafone oder O2 und Gerätehersteller wie Apple, Samsung oder Nokia stoßen als Partner bei der Zahlungsabwicklung mehrheitlich auf Ablehnung.

Starbucks als Musterbeispiel für das M-Payment

Doch ob die deutschen Sparkassen und Banken mit ihren eigenen Ambitionen besser aufgestellt sind als die Hightech-Herausforderer, ist fraglich. Es war am Tag, an dem Google sein dreizehnjähriges Bestehen feierte, als sie offiziell mitteilten, das System aus dem Silicon Valley in Deutschland erst einmal nicht einzuführen. Als Grund nannte der Sprecher des deutschen Sparkassenverbandes DSGV, Wolfgang Adamiok, dass Google Wallet nicht die Anforderungen des deutschen Datenschutzes erfülle.

Stattdessen steigen die Sparkassen mit einem eigenen System in den Ring: "Girogo". Zunächst in einigen deutschen Fußballstadien in Leverkusen, Stuttgart und Mainz erprobt, begann im Januar ein Pilotprojekt mit 1,3 Millionen Sparkassen- und Volksbank-Kunden im Großraum Hannover.

In dieser Woche kündigte überdies der Kreditkartenkonzern Visa Europe die Einführung des kontaktlosen Bezahls an deutschen Supermarktkassen ab Sommer an. Sieben deutsche Banken - darunter die Postbank - wollen ihre Kreditkarten bis dahin für die Zahlungstechnik "Visa PayWave" ausrüsten.

"Die Zahlungstechnik am Point-of-Sale ist allerdings nicht das Entscheidende", sagt E-Commerce-Experte Bajorat. So sei die Zahlung per Girocard schon heute weit verbreitet. "Da sind wir gut versorgt." Die Lösung, die hingegen aufgebaut werden müssten, seien jene, die Mehrwerte brächten. "Ein gutes Beispiel ist Starbucks", sagt er. Seit einigen Monaten in den Vereinigten Staaten und seit einigen Wochen auch in Großbritannien könne dort der Kaffee über die Eingabe einer Nummer auf dem Kassenschein ins Handy bezahlt werden. Wer mitmacht, spare nicht nur Zeit, er bekomme auch Rabatte, Boni oder Zusatzangebote auf sein Smartphone gesendet.

Den hiesigen Anbietern bleiben zwei Jahre

Das Argument der Sparkassen, dass Googles Bezahlsystem den Datenschutz verletze, halten Experten zwar für nachvollziehbar. Doch ob es zum Erfolg führe, sei eine andere Frage: "Auch die VZ-Netzwerke waren ja die Braven, die sich anders als Facebook an den Datenschutz gehalten haben", sagt Mobilfunkexperte Key Pousttchi.

Sollten Sparkassen, Banken und Mobilfunkanbieter "Google Wallet" in Deutschland von ihren Systemen fern zu halten versuchen, wäre dies wohl vor allem dem größten Wettbewerber dienlich: Paypal. Anders als Google besitzt Paypal für die EU eine Banklizenz, was das Unternehmen unabhängig von Finanzdienstleistern macht. Darüber hinaus setzt Paypal nicht nur auf einen Bezahlweg, so wie es Google mit der Kreditkartenzahlung tut, die in Deutschland längst nicht so verbreitet ist wie in den USA. Auch typisch deutsche Bezahlverfahren wie Lastschrift oder Giropay-Zahlungen sind für Paypal kein Problem.

"Ich rechne damit, dass wir noch rund zwei Jahre Zeit haben, bis die großen Player Marktmacht entfalten", sagt Mobile-Payment-Experte Key Pousttchi. Wer bis dahin sein M-Payment-System nicht zum Marktdurchbruch gebracht habe, verliere den Anschluss. "Langfristig - in zehn, vielleicht auch in zwanzig Jahren - könnte es dann sogar darauf hinauslaufen, dass das Geschäftsmodell des traditionellen Einzelhandels ausstirbt."

Wie die Zukunft aussehen könnte, hat Ebay zur Weihnachtszeit bereits in London demonstriert. In der ersten Dezemberwoche eröffnete das Unternehmen im Londoner West End eine Boutique, in der Kunden Handtaschen, Parfüm, Teddys, DVDs oder Smartphones ansehen konnten. Gekauft wurde per Smartphone, geliefert direkt nach Hause.

Mehr zum Thema:

Gewinn vervierfacht: Skype-Verkauf spült Milliarden in Ebays Kasse (manager magazin online)
<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/a-809980.html>

Internetpionier: Jerry Yang verlässt Yahoo (manager magazin online)
<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/a-809741.html>

Neuer Chef: Yahoo zahlt Thompson 27 Millionen Dollar (manager magazin online)
<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/a-807754.html>

Onlinehandel: Paypal füllt Ebays Kassen (manager magazin online)
<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/a-792876.html>

Mehr über die IT-Branche: Alle Artikel, Fakten und Hintergründe
<http://www.manager-magazin.de/thema/it/>

© manager magazin online 2012

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH