

10.09.2014 - 20:15 Uhr

Der Apple macht's, Kommentar zum Zahlungsverkehr von Karin Böhmert

Frankfurt (ots) -

Apple heizt dem Zahlungsverkehrsmarkt heftig ein. Das von Konzernchef Tim Cook gerade vorgestellte neue iPhone 6, das zunächst nur in den USA erhältlich sein wird, beinhaltet erstmals eine digitale Geldbörse. Dies ist an sich nicht wirklich neu, denn andere Hersteller wie Weltmarktführer Samsung haben in ihren Smartphones neuester Generation längst den Nahfunk-Standard NFC für mobiles Bezahlen integriert. Schließlich basteln auch die Finanzbranche sowie Mobilfunkanbieter seit Jahren an einer digitalen Brieftasche in Smartphones. Diese basieren auf dem Google-Betriebssystem Android mit allerdings je nach Hersteller unterschiedlichen Anwendungsvarianten. In der Praxis muss zunächst die entsprechende App aufs Handy geladen, diese aufgerufen und ein langwieriger Autorisierungsprozess aktiviert werden, um schließlich das Handy zum Bezahlen an der Kasse oder online zu nutzen. Das dauert zu lange.

Apple macht's endlich schneller und bequemer. Das iPhone 6 muss nur an das Lesegerät an der Kasse gehalten und die Zahlung per Fingerabdruck (auf dem Telefon) bestätigt werden. Online-Käufe funktionieren ähnlich per Apple-Pay-Button. Biometrische Verfahren, wie sie Apple erstmals einsetzt, lösen per se lästige PIN- und TAN-Lösungen ab. Ermöglicht wird das Ganze durch Kooperationen mit den Kartenorganisationen Mastercard, Visa und American Express, die mit ihrem weltweiten Akzeptanzstellennetz brillieren, sowie den großen kartenausgebenden Banken, über die mehr als 80% der Kartentransaktionen in den USA laufen. Bequem heißt bei Apple: Die Kartenfunktion und persönliche Daten sind im iPhone Sicherheitschip hinterlegt und müssen nicht mehr bei Transaktionen eingegeben werden. Vielmehr werden einmalige Kartennummern generiert, die das System zudem besonders sicher machen. Schließlich verspricht Apple, selbst keine Transaktionsdaten zu speichern, und auch Händler erhalten keine Kartendaten.

Apple versteht es damit erneut, seine Fangemeinde nicht nur mit neuen Technologien zu begeistern, sondern diese mit unkomplizierten Anwendungen zu verknüpfen. Das dürfte dem mobilen Bezahlen den lang ersehnten großen Schub verleihen. Andere geraten unter Druck nachzuziehen, wie Google Wallet oder PayPal oder letztlich auch die Kreditwirtschaft in Deutschland, die an Insellösungen etwa mit Prepaid-Karten festhält. An Kooperationen führt für das deutsche Girokartensystem wohl kein Weg vorbei, um dessen Fangemeinde, sprich: auch Apple-Nutzer, nicht zu verlieren.

Kontakt:

Börsen-Zeitung
Redaktion

Telefon: 069--2732-0
www.boersen-zeitung.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100761207> abgerufen werden.