Warum Facebook jetzt ins Mobile Payment einsteigt

Warum Facebook jetzt ins Mobile Payment einsteigt
Der bevorstehende Facebook-Einstieg in England gibt der Mobile-Payment-Entwicklung eine neue Dynamik. Die Frage nach den Bezahlsystemen der Zukunft steht im Mittelpunkt der Konferenz MCTA 2014, die von der Universität Augsburg am 12. und 13. Mai in Frankfurt veranstaltet wird. Auf der MCTA werden wie jedes Jahr rund um das M-Payment zahlreiche relevante Themenbereiche beleuchtet: Mobile Marketing, Mobile Retail, M-Couponing/M-Loyalty, M-Health, Mobile Enterprise, aber auch weitere Zukunftsthemen wie Drohnen, 3D-Druck und Connected Car. Dazu gibt es ein umfangreiches Workshop-Programm rund um Beacons, NFC, die Zukunft der Mobilfunkmärkte und Venture Capital für Startup-Unternehmen. Zudem wird die Rabobank ihre neue umfassende M-Payment-Strategie vorstellen und eine neue Studie erklärt das Kundenverhalten im Mobile Payment.
Wird das neue System Facebook Credits 2.0 ?
2011 führte Facebook eine eigene virtuelle Währung ein, Facebook Credits. Nutzer konnten sie online oder im stationären Handel erwerben und Entwickler wurden verpflichtet, virtuelle Güter nur noch darüber abzurechnen. Ein Jahr später ruderte Facebook zurück, inzwischen gibt es nur noch "Geschenkgutscheine". Nun berichten die Financial Times und des Wall Street Journal über die bevorstehende Erteilung einer E-Geld-Lizenz der irischen Regulierungsbehörde, die Mobile Payment ermöglicht. Als erste Anwendung sollen Facebook-Nutzer anderen Facebook-Nutzern aus der App heraus Geld senden können.
Für den Augsburger Forscher PD Dr. Key Pousttchi, Leiter der Forschungsgruppe wi-mobile, keine Überraschung: "Facebook war im Payment immer aktiv, das war zwischenzeitlich nur nicht mehr öffentlich sichtbar", so der Forscher. "Den damaligen Weg über Coins und die zu erwartende Regulierung hatten sie sich leichter vorgestellt, denke ich. Hier hat Facebook einfach seine Größe eingeholt. Daher wird es keine Facebook Credits 2.0 geben, sondern sie werden den neuen Ansatz in lokalen Währungen machen." Pousttchi hatte sich 2012, wenige Wochen nach dem Shutdown-Beschluss, mit Facebook-Managern auf dem Campus in Menlo Park getroffen, um das Thema zu diskutieren. Seine 2010 veröffentlichte Liste der Unternehmen, die versuchen ihre Dominanz aus der virtuellen Welt in die reale Welt zu übertragen und dabei Mobile Payment als wichtigen Schlüssel sehen, ist damit komplett: Apple, Google, Facebook, eBay/PayPal und Amazon - "AGFEA" kürzen die Forscher diese Gruppe der wichtigen Player ab.
"Facebook sieht sowohl westliche als auch Entwicklungsländer als Ziel"
Die Lizenz in Irland würde Facebook zur Ausgabe von elektronischem Geld in der gesamten EU berechtigen. Bereits jetzt, so berichtet die Financial Times, setzt Facebook mit In-App-Käufen in den USA mehr als 2 Mrd. Dollar jährlich um - bei einer Marge von 30 Prozent. Die nun angepeilten Customer-to-Customer-Payments werden wohl eine weit geringere Marge einbringen, wenn sie nicht zum Selbstkostenpreis oder innerhalb einer Währung gar kostenlos angeboten werden.
"Für Facebook zielt Mobile Payment nicht in erster Linie auf direkte Erlöse, sondern ist ein strategisches Instrument", bewertet Key Pousttchi die Motivation von Mark Zuckerberg und seinen Leuten. "In den westlichen Ländern sind Bezahldaten für Facebook ein zentraler fehlender Baustein beim Wissen über den Nutzer, in Entwicklungsländern geht es um den erstmaligen Zugang der Nutzer zu bargeldlosen Zahlungen - beides sind extrem starke Elemente von Marktmacht." Ein margenträchtiges Geschäft dagegen sind Remittances, die Überweisungen ausländischer Arbeitnehmer in ihre Heimatländer. Auch die würden mit dem neuen System möglich.
Neue Strategien von Banken im Mobile Payment und Mobile Retail
Die Konferenz MCTA, die seit 2001 jährlich veranstaltet von der Forschungsgruppe wi-mobile der Universität Augsburg und der Fachgruppe Mobilität und mobile Informationssysteme (GI-MMS) der Gesellschaft für Informatik e.V., hat sich neben ihren anderen Themen seit vielen Jahren zum Treffpunkt und Diskussionsforum für die Mobile-Payment-Branche entwickelt.
Besonders gespannt ist man in Frankfurt auch auf sehr innovative Ansätze der großen Geschäftsbanken. So wird die Rabobank ihre neue Strategie mit umfassenden Angeboten in Mobile Payment und Mobile Retail erstmals in Deutschland vorstellen.
Auch Pousttchi selbst wird eine neue Studie erstmals öffentlich vorstellen: "Warum wir Mobile Payment neu denken müssen" diskutiert Erfolgsfaktoren im Mobile Payment und analysiert das Entscheidungsverhalten der Kunden bei der Nutzung moderner Mobile-Payment-Verfahren detailliert.
Fachdiskussion auf der MCTA
Neben der aktuellen Payment-Diskussion umfasst die MCTA Vorträge nationaler und internationaler Experten zu aktuellen Trends in Mobile Marketing, Mobile Retail, M-Couponing/M-Loyalty, M-Health, Mobile Enterprise sowie weitere Zukunftsthemen wie Drohnen, 3D-Druck und Connected Car. Dazu gibt es ein umfangreiches Workshop-Programm rund um Beacons, NFC, die Zukunft der Mobilfunkmärkte, die integrierte Entwicklung von mobile Services und die Gewinnung von Venture Capital für Startup-Unternehmen.
Zu den Alleinstellungsmerkmalen der MCTA zählen die spannende Mischung der Teilnehmer aus Industrie (75%) und Wissenschaft (25%) und das Leitmotiv "Fakten statt Marketing", gepaart mit intensiver fachlicher Diskussion und hochwertigem Networking. Seit 2010 wird im Rahmen der Konferenz zudem der "MCTA Mobile Innovation Award" verliehen, der Ausklang erfolgt traditionell bei "Cocktails
 Jazzmusik".
Programm und Anmeldung
Die MCTA findet am 12.05. (Workshop Day) und am 13.05.2014 (Conference Day) statt. Die Anmeldung erfolgt direkt über die Webseite der Konferenz www.mcta.de . Anmeldeschluss ist der 02.05. 2014. Da jedoch insbesondere in den Kleingruppen-Workshops die Platzanzahlen stark begrenzt sind, wird eine frühzeitige Anmeldung empfohlen.
Ausführliches Programm und Anmeldung:
  http://www.mcta.de

Kontakt und weitere Informationen zur Konferenz:
Yvonne Hufenbach
Forschungsgruppe wi-mobile
Universität Augsburg
86135 Augsburg
Telefon +49 (821) 598-5929
Fax +49 (821) 598-4432
yvonne.hufenbach@wi-mobile.de

Pressekontakt

Universität Augsburg

86159 Augsburg

Firmenkontakt

Universität Augsburg

86159 Augsburg

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage